

электронное периодическое издание

ЭКОНОМИКА

и

социум

ISSN 2225-1545

№ 6(25)-2016



ЭЛЕКТРОННОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ
ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ
«Экономика и социум»

<http://www.iupr.ru>

УДК 004.02:004.5:004.9

ББК 73+65.9+60.5

ISSN 2225-1545

Свидетельство о регистрации
средства массовой коммуникации
Эл № ФС77-45777
от 07 июля 2011 г.

Редакционный совет:

*Зарайский А.А., доктор филологических наук, профессор,
Смирнова Т.В., доктор социологических наук, профессор,
Федорова Ю.В., доктор экономических наук, профессор,
Плотников А.Н., доктор экономических наук, профессор,
Постюшков А.В., доктор экономических наук, профессор,
Долгий В.И., доктор экономических наук, профессор,
Тягунова Л.А., кандидат философских наук, доцент*

Отв. ред. А.А. Зарайский

Выпуск № 6(25) (июнь, 2016). Сайт: <http://www.iupr.ru>

© Институт управления и социально-экономического развития, 2016

*Gorbunowa Maria
Bachelorstudentin
2. Studienjahr, Fakultät für Management,
Russische Wirtschaftsuniversität von G.W. Plechanow,
Russland, Moskau
Wassiljewa S.W.
Deutschlektorin am Lehrstuhl für Fremdsprachen №1,
Russische Wirtschaftsuniversität von G.W. Plechanow,
Russland, Moskau*

KULTUR UND INTEGRATION

Inhaltsangabe. In diesem Artikel geht es um die Auswirkungen der Kultur und der Integration untereinander. Es wird auch betont, was man unter der „Kultur“ versteht, welche Möglichkeiten es gibt, damit der Mensch sich in eine fremden Kulturen integrieren könnte.

Stichworte: Integration, Kultur, Austausch, Buddy System.

*Горбунова М.В.
студент 2 курса
факультет Менеджмента
Васильева С.В.
старший преподаватель
кафедра иностранных языков №1
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Москва*

КУЛЬТУРА И ИНТЕГРАЦИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы влияния культуры и интеграции друг на друга. Также отмечается, как понимают определение понятия «культура», какие возможности сегодня предоставляются для интеграции человека в иную культуру.

Ключевые слова: интеграция, культура, обмен, Buddy System.

Heutzutage ist das Thema «Kultur und Integration» sehr aktuell. Wir leben in einer modernen Welt, jeden Tag haben wir die Möglichkeit, die Leute aus verschiedenen Familien, Ländern, Niveaus zu treffen. Es ist sehr wichtig, dass jede dieser Branchen ihre eigene Kultur hat. Einerseits sind sie (Kulturen) sehr vielseitig, andererseits bilden sie das, was wir Kultur nennen. Wenn wir die Leute aus verschiedenen Familie, Ländern, Niveaus als „Kulturgruppe“ nennen, dann ist es auch sehr erstaunlich, wie einen Mensch aus einer Kulturgruppe mit einem, der ganz im Gegenteil steht, sich kommunizieren wird [3].

Zu Beginn möchte ich ein bisschen über Definitionen sprechen. Der Begriff «Kultur» entstammt dem lateinischen Wort «colere» und bedeutet die Art und Weise, wie wir unser Leben gestalten. Viele berühmte Menschen haben diesem Begriff eigene Bedeutungen gegeben. Wie das Sprichwort sagt: So viele Köpfe, so viele Meinungen.

Zum Beispiel Edward T. Hall hat gesagt, dass Kultur Kommunikation ist.

Aber Edward Tylor meint so: "Kultur ... ist das komplexe Ganze, welches Wissen, Glaube, Moral, Recht, Sitte und alle anderen Fähigkeiten und Einstellungen einschließt, die ein Mensch als Mitglied einer Gesellschaft erlangen kann"[1].

Seine eigene Meinung hat auch Alexander Thomas: "Kultur ist ein universelles, für eine Gesellschaft, Organisation, Gruppe aber sehr typisches Orientierungssystem. ... Es beeinflusst das Wahrnehmen, Denken, Werten und Handeln aller ihrer Mitglieder ...[2]"

Man vergleicht Kultur mit verschiedenen Dingen, die in der Welt sind. Meistens sind auch Branchen. Aber ich denke, dass Kultur nicht nur das ist, was wir sehen (Kunst, Malerei, Musik oder ähnliches), sondern auch genau das, was in uns liegt, das, was wir von Geburt an bekommen, das, was uns niemand nehmen soll.

Wie man sich in der Welt stellt, die Welt sieht, Emotionen, Traditionen, Sprache, Glaube - alles liegt in unserer Kultur. Meiner Meinung nach, bedeutet Kultur mehr, als wir uns vorstellen können.

Die Sprache ist einer der wichtigsten Grundlagen der menschlichen Gesellschaft und der Schlüssel zur Welt. Die Sprache ist für die Integration in die Gesellschaft unersetzlich. Während der Mensch gleichzeitig als Sprach und Kulturträger viele Informationen, gegenwärtiger sowie vergangener Ereignisse, in seinem Bewusstsein verarbeitet, prägt er damit die Wirklichkeit und lässt sie in die Zukunft projizieren [5].

Damit man versteht, welche verschiedene Bedeutungen „Kultur“ hat, möchte ich ein Beispiel bringen. Als Beispiel gilt folgende Situation: Zwei Leute sind befreundet, sie treffen sich jeden Tag und haben immer Themen, die sie besprechen können. Nach ein paar Monaten versteht man, dass man diesen Menschen seinen besten Freund nennen kann. Soweit kann es nur kommen, wenn am Anfang man akzeptiert, wie man aussieht und wie man spricht. Aber dann probiert man zu verstehen wie man denkt, warum man etwas so oder so macht und nur dann wird es etwas aus dieser Freundschaft, weil man sich der Kultur des Menschen bewusst gemacht hat.

Als zweites Beispiel: Jedes Land hat seine eigene Kultur.

In diesen Beispielen sehen wir oder man kann auch sagen, wenden wir den Begriff „Kultur“ an: Ähnliches Wort mit verschiedenem semantischen Sinn.

Heutzutage sehen wir immer mehr, dass die einzelnen Nationen ihre ursprüngliche Kultur verlieren. Aber die Ursache dieses Verlustes liegt nicht an uns selbst. Wir sehen schon fast keine Unterschiede zwischen Jugendlichen aus anderen Ländern mehr. Sie haben die gleichen Probleme, Weltanschauungen, Mode usw. Nur einige der ältesten Traditionen bleiben uns erhalten. Dazu kam es wegen der Globalisierung und Integration. Diese Prozesse berühren nicht nur Kultur, sondern auch Politik und Wirtschaft – alle Branche unseres Lebens.

«globalisierung-fakten.de» nennt uns solch eine Definition: «Die Globalisierung ist ein Prozess, bei dem weltweite Beziehungen in zahlreichen Ebenen intensiviert werden. Dabei entsteht eine globale Verflechtung in Bereichen wie Wirtschaft, Politik, Kultur und Umwelt. Andere Bezeichnungen sind Mondialisierung (aus dem Französischen) sowie Entnationalisierung. Bei letzterer

Bezeichnung wird der Verlust von Macht und Bedeutung des einzelnen Nationalstaates betont» [4].

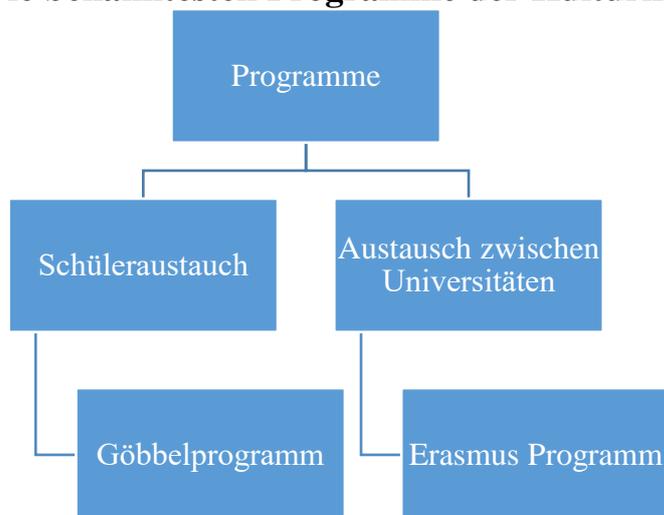
Aber was ich wirklich wichtig finde, ist der Prozess der Kulturintegration. Ich würde nicht sagen, dass man seine Eigenheit verliert. Es funktioniert so, dass man neue Kultur kennenlernt, sich für etwas Neues und Spannenderes interessiert, aber trotzdem noch bei seiner eigenen Kultur bleibt. Wir werden weiter mehr darüber sprechen, damit meine Gedanken verständlicher werden. Es gibt viele Möglichkeiten, sich in andere Welten zu integrieren.

Und heute werde ich von solchen Chancen zwischen Russland und Deutschland erzählen. Der Sinn und Zweck liegt immer im Kennenlernen der anderen Sprache, der Kultur des Gastlandes und der schulischen Inhalte und Ausbildungsmöglichkeiten. Man kann dadurch seine interkulturelle und soziale Kompetenz erweitern, die eigenen Sprachkenntnisse verbessern und noch einen weiteren Schritt in die Selbstständigkeit machen, Erfahrungen bekommen, die man weiter lebenslang benutzen kann und soll, mit einer anderen Sichtweise die Welt betrachten, sich besser machen, die Scheuklappen ablegen und die Realität mit anderen Augen sehen und verstehen. Ich habe viele Situationen gesehen, in den man durch solche Programme ein anderer Mensch geworden ist.

Im Bild 1 sind die bekanntesten Programme dargestellt.

Bild 1

Die bekanntesten Programme der Kulturintegration



Jetzt möchte ich den Begriff „Schüleraustausch“ näher konkretisieren und definieren.

Wir beginnen mit Schüleraustausch: Die ursprüngliche Form des Schüleraustausches ist der klassenweise Besuch bei Schülern einer Partnerschule im Ausland. Jeder Schüler bekommt einen Austauschpartner zugeteilt, bei dessen Familie er wohnt.

Zum Beispiel gab es in meiner Schule einen Austausch mit Berlin und Dresden. Meistens fahren die Kinder mit deren Deutschlehrer für 2 Wochen. In dieser Zeit fühlt man sich sehr unbehaglich, weil die erwartete Form der Sprache und der Menschen nicht dieselbe ist, welche man sich vorgestellt hat. Man wird so zu sagen ins kalte Wasser gestoßen. Aber in den letzten paar Tagen beginnt man alles

in dieser neuen Welt besser zu verstehen.

Göbbelprogramm:

Die Schüler haben noch eine Möglichkeit, im anderen Land zu leben. Das Göbbelprogramm bietet Zehntklässlern an, einen Monat bei Gastfamilien in Deutschland zu verbringen und in der Schule gleichzeitig am Regelunterricht teilzunehmen. Dafür braucht man nur aktiv und neugierig zu sein. Weiter spielen die Sprachkenntnisse eine wichtige Rolle.

Auf solchen Reisen kann man viele Erfahrungen sammeln, weil die Realität sehr von der Theorie oder dem Gehörten abweichen kann.

Ich habe auch an Göbbelprogramm teilgenommen. Ehrlich gesagt, wollte ich gar nicht heimfahren. Ich war für alle noch Russin, aber in meinen Kopf war das schon meine neue Heimat. Aber nicht alle können sich in so kurzer Zeit integrieren.

Austausch für Studenten:

Diese Form der Integration spielt die wichtigste Rolle in meinem Artikel, obwohl ich über keinerlei Erfahrung als Austauschstudentin verfüge.

Die Situation ist aber so, dass es in meiner Universität auch einen Austausch für Studenten gibt. Dazu haben wir das so genannte "Buddy System". Zum Glück bin ich dabei.

Das Buddy-Prinzip ist eine Art der gegenseitigen Kontrolle und Absicherung, die darauf beruht, dass man stets einen direkten Begleiter – einen Buddy (englisch, deutsch ‚Kumpel‘) – bei sich hat. Diese Sicherungstechnik ist unter anderem im Militär und bei den Boy Scouts populär. Das Buddy-Prinzip findet auch in der ärztlichen Ausbildung zwischen Studenten im Praktischen Jahr und jungen Assistenzärzten statt. Beim Sporttauchen findet Absicherung nach Art des Buddy-Prinzips statt, siehe Buddy (Tauchen).

Dieses System funktioniert so: am Anfang hatten wir ein Einstellungsgespräch, dann bekamen wir unseren ausländischen „Buddy“. Jetzt sind wir verantwortlich für diese Leute, aber das ist nicht die obligatorische oder richtige Verantwortung, sondern, wir müssen unserem Buddy in seiner Freizeit helfen und zwar in all jenen Situationen, in denen sie nichts verstehen oder sprachliche Hilfe brauchen.

Nun haben wir den interessantesten Teil meines Artikels erreicht. Welchen ich sehr nützlich finde, und zwar wie sich diese Studenten in die russische Kultur integrieren.

Sie sind seit Ende August nach Moskau gekommen. Man kann sehen, wie diese Leute versuchen unsere eigene Welt zu verstehen. Am Anfang waren sie ein wenig überfordert, weil Moskau sehr groß ist. Weiter werde ich über die Etappen der Integration wöchentlich berichten.

Die erste Woche war die unglaublichste, solche Gefühle werden sie nie mehr fühlen. Bei einem Spaziergang haben sie mich gefragt, ob der Rote Platz weit weg ist. Ich habe natürlich „Nein“ gesagt, weil wir im Zentrum waren. Später haben sie mir erzählt, dass man 30 Minuten zu Fuß in ihren Ländern als weit bezeichnet. So würde ich sagen, dass man nach der ersten Etappe die Lage und den Stil der Stadt versteht. Man versucht auch alle Vorurteile zu überprüfen, welche sich dann sehr

schnell abbauen.

Zweite Etappe (2-3 Woche) besteht immer daraus, dass man versteht, dass es keine andere Variante gibt. Studenten können nicht einfach wieder zurück nach Hause fliegen, sie müssen hier studieren, das heißt sie bleiben hier mindestens für ein Semester. Sie machen sich Gedanken und suchen Freunde.

Dritte Etappe ist die letzte. Nach einem Monat verstehen sie schon mehr. Sie haben keine Angst am Abend ohne Karte spazieren zu gehen. Sie waren schon an allen berühmten Orten, sie verstehen ein bisschen Russisch und mögen unser Essen. Nach ein paar Monaten wird niemand sagen, dass sie erst seit Ende August da sind. Die Integration ist gut gelungen. Aber, obwohl sie jetzt in unserer Kultur leben und in Russland total verliebt sind, bleiben sie noch bei ihren Kulturen. Sie vergessen dies nicht, weil man Kultur nicht vergessen kann.

In Großen und Ganzen will ich sagen, dass es gut ist, kommunikativ und beweglich zu sein, aber man muss immer daran denken, was unter der Eisbergspitze liegt. Die Traditionen müssen immer beachtet werden, neue Gedanken entstehen und man muss sich selbst immer weiter entwickeln, nur dann bekommt man Seelenruhe und kann sich «kulturell» nennen.

Literatur

1. Hall, Edward T. The Silent Language//New York: Doubleday & Company, Inc. – 1959. - S. 94
2. Thomas A. Kulturvergleichende Psychologie. Eine Einführung. Göttingen u.a.: Hofgreffe. - 1993. - S. 380
3. Menzel Dr. Peter A. Interkulturelle Kommunikation im Gerichtssaal//Praxisgemeinschaft Familienpsychologie München
4. Internetseite mit Fakten der Globalisierung - <http://www.globalisierung-fakten.de/>
5. Васильева С.В., Горбунова М.В. Влияние глобализации на социальную сферу в области коммуникаций между Россией и Германией на примере межвузовских обменов. Гуманитарное образование в экономическом вузе: материалы IV Международной научно-практической заочной интернет-конференции. 1 октября-10 ноября 2015. - М.: ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова".2016. - С.122-126.
6. Коптельцева Г., Рот Ю. Межкультурная коммуникация//М: Юнити - Дана. – 2006. – 224 с.

Poiskova A.V.

*A student in 2d year of Master programme
International Finance Faculty
Financial university under
the Government of the Russian Federation
Russia, Moscow*

CREATIVE ACCOUNTING. REASONS AND WAYS TO MINIMIZE

Annotation. The article describes 'creative accounting' phenomenon, analyses what leads to its application and suggests the means of its minimization.

Creative Accounting is the application of accounting knowledge that aims to influence reported figures, while conforming to legal rules and standards, so that instead of showing the actual performance or position of the company, they reflect what the management wants to tell the stakeholder.

The first mention of creative accounting belongs to Luca Pacioli, the founder of accounting. Thus, the concept of altering accounting figures extends back over five centuries. It becomes prevalent in the second middle of the 20th century. The recent financial crisis made this issue urgent to address.

Creative accounting bases on the opportunity to manipulate financial data using the flexibility in accounting within the regulatory framework. Notably, that financial statements are aimed to provide 'true and fair view', whereas the mentioned flexibility allows reporters to present not only creative, but also fraudulent view. [3, p.3-19]

The most common motives for creative accounting include:

1. Personal needs of managers. It happens when their income depends on a company's profitability, there are some special individual circumstances, for example, facing bankruptcy.
2. Stock market pressure meaning the situation when investors expect a company to perform at a certain level.
3. Tax minimization
4. Cheaper financing achieved by showing better financial structure, gearing ratio.

To minimize creative accounting, it is important to address following areas for improvement:

1. Better regulations and better enforcement. Countries worldwide should adopt laws like the Sarbanes-Oxley Act in the USA to increase the independence of external auditors and oversight role of boards of directors, introduce severe penalties for fraudulent activities. Such a rule as the separation of the roles of CEO and chairman should be in every country, this might considerably enhance the potency of internal controls. It is crucially important to write corporate governance policies and guidelines to clearly break the bonds between management and the independent auditor, and to spell out the responsibilities of boards of directors and audit committees to shareholders and the investing public. Also the clear definitions of creative accounting and fraud should be set to improve the legislation base for regulations enforcement. Longer sentences for fraud would signal that a country takes creative accounting seriously.

2. Reward and incentive structures. Usually top managers have performance-related pay to increase loyalty of a manager to a company. It includes not only percentage from profit payment but also share options incentive. But in terms of creative accounting, such measures encourage managers to show better profits and ratios that would lead to share price increase. Therefore, there should be the golden mean.

3. Increase of supervision. Following issues should be addressed within

internal environment of a company to ensure transparency: supervisory boards should consist from more independent non-executive directors, internal controls should be improved, external auditors should pay more attention to 'risky' areas such as transactions with related parties, revenue recognition, provisions, assets valuation, off-balance sheet financing, etc.

4. Codes of ethics. It is important to improve the ethical awareness of individuals. It be done nationally, through companies, or professionally. National codes of ethics, company codes or professional ethical codes should be developed, and where they exist already, strengthened. Such written codes of ethics will set forth what the government, company or profession expects from its citizens, employees or professionals.

Overall, there will be always loopholes to conduct creative accounting and fraud, but suggested ways can minimize its scope. Ethical awareness enhancement should be targeted the most in this regard.

Reference list.

1. Beidleman, C. R.: 1973 'Income smoothing: the role of management'// The Accounting Review. — 1973. — October. — P.653-667
2. Copeland R.M. Income Smoothing// Journal of Accounting Research. –1968. — №6(3). – P.101-116.
3. Jones, M. "Creative Accounting, Fraud and International Accounting Scandals". — John Wiley & Sons, 2011. — 576p.
4. Naser K. "Creative financial accounting: its nature and use". — Hemel Hempstead: Prentice Hall, 1993. — 343 p.

Sutaykina Y.A., undergraduate student

Gogoleva M.A., associate professor

The Institute of Service and Business (branch) of Don State Technical University in Shachty

SOCIAL MEDICINE AS ONE OF THE HEALTH CONDITIONS OF THE SOCIETY

Annotation.

This article discusses various definitions of concept "health" from the point of view of social medicine. In today's world plays an important role in the welfare of society, as it affects the prosperity of the state. For the effective diagnosis and prevention of health used both medical and social methods. Thanks to the development of social medicine appears the possibility of a creative integration of theory and method that enhances the effectiveness of the work of sociologists and physicians.

Key words: health, society, social medicine, biosocial model, biomedical model.

The current economic situation in the country, including government measures for the reduction (restructuring) costs of budget contributed to the increase of the role of the administrative apparatus of the state in the management

of all spheres of society, including medical.

As we can see, the emerging economic difficulties help to reduce the level of financial well-being of the citizens of our state, which in turn leads to a reduction in capacity of members of society in the medical field. In these circumstances, in our opinion, the increased social role of medicine as an institution in the system of state social policy, which has taken on responsibility for maintaining the health of the nation.

In accordance with the actions of state bodies, it is possible to observe that the processes of reforming the social sphere had not been reduced, the planned "events" continue to occur, that is, the state in spite of the difficult economic situation does not refuse from the assumed social obligations. However, in these conditions, when you specify only names the "activities" without revealing its structure, it is possible that the process of modernization can go on a "reduced cost option" and laid down the goals will be achieved in full. It relates primarily to social medicine, as the Institute is "hidden", the consequences of its operation can not be reflected in distinct indicators. Its performance is evaluated only by indirect characteristics. In particular, it is impossible estimate the increase in the overall indicator of the health of a particular society, to spontaneously limited territorial indicators, without taking into account the various external and internal factors. Thus, to analyze the impact of social medicine it is necessary to spend a certain amount of research on disentangling the causal relations between the socio-medical component and the factor of improvement of the population. In this regard, we believe that we need more active development of the discourse and the integration of different perspectives, methods and insights in the study of social medicine. It is impossible to disagree with many scientists and sociologists that the solution to most problems in modern society is possible only with the full analysis of their features, compile solutions [3].

The situation has again brought to the fore questions of social medicine as one of the main guarantees for ensuring decent social level of life of citizens, which led to the emergence of urgent need to consider ways of stimulating creative integration in the field of social medicine.

It is known that the close relationship between social conditions existing in the state and health of the population, clearly reflected by the figures of philosophy, science, hygiene, medicine and law for many centuries. But, however, sociology in the Russian medicine has acquired a new level of development in recent years. There was a lot of issues that are involved as a whole group of researchers, and individual sociologists. Over the last historical period in the development of the social aspect in all areas of life of modern Russian man was so progressive and intense, that social medicine as mentioned above, has become one of the priorities in the development of our society [2].

It should be noted that social medicine cannot replace "classic" medical support of the individual society, but it is able to assist in the determination of the conditions, causes, preconditions of occurrence of a disease, to "predict" a certain part of the picture of its development and to assist in minimizing the risk of relapse

or complications. Development of algorithm for application of social medicine for rendering first aid and after medical will promote the formation of stable practices to minimize risks in the field of social security "health of society".

Contemporary sociological critique of the biomedical explanations of the origin of diseases is embodied in the policy recommendations of health beyond the provision of health services and deciding important social determinants of health [1].

Despite the large differences between sociologists in the choice approach to theory, method and terms of conducting of researches, many scientists share the view that social medicine makes it possible to correct many of the formulations and perspectives of existing biomedical concepts [5].

For example, P. I. Kalyu in "the Essential characteristic of the concept of "health" and some restructuring of health care: an overview" examined 79 definition of health, formulated in different countries, at different times and the representatives of various scientific disciplines. Among the definitions are the following [4]:

- health - normal function of the body at all levels of its organization, the normal course of biological processes that contribute to individual survival and reproduction;
- dynamic balance of the body and its functions with the environment;
- participation in social activities and socially useful work, the ability to fully perform basic social functions;
- the absence of disease, disease conditions and changes;
- the body's ability to adapt to the constantly changing conditions of external environment.

According to the works of P.I. Kalyu, all of the possible health characteristics can be reduced to the following concepts [4]:

- the medical model for definitions containing medical signs and characteristics; health as absence of diseases and their symptoms;
- biomedical model - the absence of subjective feelings of illness and organic disorders;
- biosocial model under consideration are included in the unity of medical and social indications, the priority is given to social grounds;
- value-social model - health as the value of a person.

However, in the context of development of sociology began to actively use multiple structures and techniques for exploring a wide range of social phenomena, but virtually disappeared a creative integration of theory and method. It is much easier for the individual scientist to use one particular theoretical framework or to rely solely on a single, now familiar, method of investigation, than to introduce something new.

However, it is necessary to evaluate different points of view and methods of research in medical sociology and not to ignore the results obtained are not in a traditional way or using methods that we reject in their practice. Thus, we can explain in more depth the results of their research, weigh the consequences obtained

using other methods, radically different from our own, to determine the level of confidence in either of the two interpretations. That is, if groups of scientists have different perceptions of the legitimacy of a particular subject and research questions, it will be set and clear only through serious discourse among colleagues who share at least some basic General knowledge about the discipline.

List of used feature

1. Barker, R. The social work Dictionary, R. Barker / Lane. from English. M., 2013. - 645 p.
2. Vengrov, I. V. Sigerist Henry Ernst./ I. V. Vengerova // the Great Soviet encyclopedia[Electronic resource].Mode of access: air://is.access.t/is.п8I7Ь8e/132093/Sigerist (accessed: 12.04.2016).
3. Zubkov, V. I. Risk as an object of sociological analysis) / V. I. Zubkov // Sotsis. - 20144. - No. 4. - P. 3 - 9.
4. Kalyu, P.A. The Sociology of politics: a comparative analysis of Russian and American political realities / P.A. Kalyu, S. A. Kravchenko, E. D. Lozansky. - Moscow: Exam, 2011. - 607 p.
5. Manakov L. G., Serov A. A., Mkhoyan, A. S. Analysis of disability and premature deaths while respiratory diseases / L. G. Manakov, L. V. Mkhoyan, A. Serov // Herald of PFUR, series "Medicine". - 2013. - №7. - S. 425 - 428.

Абашин Е.О.

студент-магистр 1-го курса

*«Национальный Исследовательский Нижегородский
Государственный Университет им. Н.И. Лобачевского»
факультет «Институт экономики и предпринимательства»
Россия, г. Нижний Новгород*

РОЛЬ ЛИДЕРА В ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация

В работе проанализированы вопросы интеграции менеджера и лидера. Именно такое сочетание поможет организации преодолеть трудности и встать на абсолютно новый, высокий уровень развития. Рассмотрено лидерство, как важнейший компонент эффективного руководства. Выделены лидерские качества, которые определяют роль лидера, объясняют, почему одни становятся таковыми и готовы увлечь и повести за собой, другие же не принимаются в этом качестве и не пользуются авторитетом. Разграничены понятия лидерство и управление.

Annotation

In the analyzed Integration Manager and leader. It is this combination will help the Organization to overcome challenges and embark on a new, higher level of development. Considered leadership as a critical component of effective leadership. Highlights leadership qualities that define the role of the leader, explain why some are generic and are ready to inspire and lead, others will not be accepted as such and not authoritative. Differentiated concepts of leadership and management.

Меняющаяся социальная и политическая ситуация, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих развитие бизнеса, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих современная экономика, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих с непрерывно быстро и непредсказуемо происходящими переменами, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих смогли предопределить в России востребованность руководителей-лидеров. В конкретно сложившихся ситуациях обязательно появляется человек, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих который способен побуждать других к новым свершениям.

Лидер - это символ общности и образец поведения группы. Он выдвигается, как правило, снизу, преимущественно стихийно и принимается последователями. Людей, имеющих власть в организации, можно разделить на три категории: формальный руководитель, неформальный лидер и формальный лидер. Формальный лидер имеет полный набор инструментов влияния, следовательно, имеет больший шанс на успех.

Слово лидер происходит от английского lead (вести). Значит, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих лидер - это ведущий, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих идущий впереди. Лидер - член организации, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих обладающий высоким личным статусом, организационные процессы на

предприятия, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих оказывающий сильное влияние на мнение и поведение окружающих его людей, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих членов какого-либо объединения, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих организации и выполняющий комплекс функций.

Лидерство основывается на определенных потребностях сложно организованных систем. К ним относится, прежде всего, потребность в самоорганизации, упорядочении поведения отдельных элементов системы в целях обеспечения ее жизненной и функциональной способности. Такая упорядоченность достигается благодаря вертикальному (управление - подчинение) и горизонтальному (коррелятивные одноуровневые связи, например, разделение труда и кооперация) распределению функций и ролей, и, прежде всего выделению управленческой функции и осуществляющих ее структур, которые для своей эффективности обычно требуют иерархической, пирамидальной организации. Вершиной такой управленческой пирамиды и выступает лидер.

Быть менеджером и быть лидером в организации - это не одно и то же. Менеджер в своем влиянии на работу подчиненных и построении отношений с ними прежде всего использует и полагается на должностную основу власти и источники, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих ее питающие. Лидерство как специфический тип отношений управления основывается больше на процессе психологического воздействия. Этот процесс является гораздо более сложным, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих требующим высокого уровня взаимозависимости его участников. В отличие от собственно управления лидерство предполагает наличие в организации последователей, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих а не подчиненных.

Собственно отношения «начальник - подчиненный», организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих свойственные традиционному взгляду на управление заменяются отношениями «лидер - последователь».

Различие между лидером и менеджером проводится по многим позициям. В таблице 1 показано отличие менеджера от лидера

Таблица 1. Отличие менеджера от лидера

Менеджер	Лидер
Администратор	Инноватор
Поручает	Вдохновляет
Работает по целям других	Работает по своим целям
План - основа действий	Видение - основа действий
Полагается на систему	Полагается на людей
Использует только доводы	Использует как доводы, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих так и эмоции
Контролирует	Доверяет
Поддерживает движение	Дает импульс движению
Профессионален	Энтузиаст
Уважаем	Обожаем
Делает дело правильно	Делает правильное дело

Очевидно, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих что на практике не наблюдается идеального соблюдения этих двух типов отношений управления. Исследования показывают, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих что значительная группа менеджеров во многом обладает лидерскими качествами. Однако обратный вариант встречается в реальной жизни реже.

Лидерству в значительной мере свойственна неформальная основа. Оно - суть неформальное руководство. «Руководство - феномен, имеющий место в системе формальных (или, как еще говорят, официальных) отношений, а лидерство - феномен, порожденный системой неформальных

(неофициальных) отношений [3, с.8]. Причем роль руководителя заранее определена «на табло» социальной организации, оговорен круг функций реализующего ее лица. Роль лидера возникает стихийно, в штатном расписании учреждения, предприятия ее нет. Руководство есть социальный по своей сущности феномен, а лидерство - психологический» [4, с.82].

По механизму своего выдвижения лидер может быть формальным или неформальным. В первом случае его назначают сверху или же выдвигают и избирают и он приобретает, таким образом, официальный статус руководителя. Неформальный же лидер может проявиться и получить признание в коллективе, организации в силу своих ярко выраженных индивидуальных, социальных, политических, психологических и иных качеств. Своим авторитетом и влиянием неформальный лидер воздействует на поведение людей и может составить оппозицию формальному руководителю.

Можно выделить следующие лидерские качества:

- готовность к риску: причиной, объясняющей, почему настоящие лидеры не боятся рискнуть и изменить свою жизнь, является понимание, что за не проявленную инициативу порой приходится платить немалую цену. Потому люди, стремящиеся упреждать события, всегда готовы пойти на риск. Люди, готовые пойти на обдуманый риск во благо своей группы и организации, всегда добиваются успехов;

- активная жизненная позиция: для адекватной ориентации в ситуации у лидера должна быть активная жизненная позиция. Это необходимое лидерское качество, которое позволяет лидеру всегда находиться в гуще событий, узнавать обо всем из первых уст и быть более информированным. В нашем мире огромную роль играет информация, кто владеет информацией, тот будет всегда впереди;

- надёжность, нормативность и последовательность: лидер это носитель норм и ценностей объединения людей, поэтому его мировоззрение, его действия должны быть согласованы с общечеловеческими нормами морали

- честностью, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих справедливостью, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих надежностью, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих ответственностью и последовательностью в действиях и поступках. Люди, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по

разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих которые совершают свои шаги последовательно для достижения цели, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих чаще всего добиваются успехов;

- видение перспективы: человек, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих который ведет за собой группу, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих просто обязан знать куда идти. Наблюдательность, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих видение перспективы работы своей группы, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих перспектив коллектива, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих который следует за ним — одно из самых важных организационных качеств лидера. Лидеры не имеют права погрязнуть в мелочах и деталях настолько, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих чтобы потерять из виду что-то, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих что является по-настоящему важным. Человек — лидер должен заранее продумать все свои дальнейшие шаги, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов

представляющих перед ним чётко должна сформироваться картинка, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих что будет, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих если я сделаю или не сделаю так;

- умение создавать условия для самореализации своих последователей: это лидерское качество является основой формирования доверия последователей к лидеру и готовности следовать за ним. Люди, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих идущие и доверяющие своему лидеру, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих должны быть полностью в нём уверены, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих должны знать, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих что он не ошибётся и приведёт их к успеху;

Как правило, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих лидерами становятся не сразу. Этот процесс становления человека лидером организации очень не лёгок. Многое зависит от характера самого человека, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих который помогает развивать умения и навыки в данной области.

Стоит помнить, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими

элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих что каждый человек уникален, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих и жизненные идеи, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих опыт, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих чувства, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих мысли, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих воспитание, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих различные жизненные установки делают нас единственными в своём роде, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих это является нашим интеллектуальным потенциалом. В принципе, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих лидером может стать любой человек, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих который обладает целеустремлённостью, организационные процессы на предприятии, которые касаются основных действий по разграничению и определению учета материальных запасов, которые в свою очередь являются связующими элементами системы направленной на разрешение факторов представляющих который старается получать и получает новые знания в различных областях

деятельности

Лидеры в коллективе нужны всегда. Роль лидера, когда всё спокойно не так ярко выражена, как в экстремальной ситуации. Когда ситуация становится непредсказуемой — роль лидера становится определяющей. От его точности, выверенности действий, профессиональной подготовки иногда зависит не только успех предприятия, но и сам факт существования организации и коллектива в целом.

Использованные источники:

1. Авдулова Т.П. Психологические основы менеджмента: учебник - М.:ИНФРА,2005.-124с.
2. Болдогоев Д. Личная эффективность на 100%: Сбросить балласт, найти себя, достичь цели - 2012.
3. Виханский О.С Наумов А.И. Менеджмент. 3-е изд. – М.: Экономист,2004.-80с.
4. Немов Р.С. Общие основы психологии: учебник - М.: Просвещение: ВЛАДОС,2005.-642с.

*Абдулгазис В.С., к.э.н.
доцент*

кафедра мировой экономики и экономической теории

Арабаджиева С. У.

студент бакалавриата

*ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический
университет»*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ МИРОВЫХ СЫРЬЕВЫХ РЫНКОВ

Аннотация: в статье проведен анализ современного состояние природно-ресурсного потенциала планеты, определена зависимость устойчивости и равновесия развития экономики от оптимальности его использования; выделена значимость регулирующей роли международных организаций в области регулирования мирового рынка сырья; выделены основные этапы развития мировой торговли; выделены важнейшие международные организации регулирования мировых рынков сырья.

Ключевые слова: мировой рынок, мировой рынок сырья, международные организации регулирования мирового рынка сырья, природно-ресурсный потенциал планеты, владельцы и потребители на рынке сырья.

Актуальность исследования обусловлена значимостью сырьевых ресурсов в определении экономического потенциала любой страны, размещении и развитии производительных сил. Мировые сырьевые рынки являются важнейшим звеном функционирования мирового хозяйства, так как являются основой производственного процесса. Рынки ресурсов являются важным структурным элементом рыночной экономики. От эффективности функционирования рынков ресурсов зависит оптимальность их

использования, а значит, устойчивость и равновесие экономики, результативность работы фирм, предприятий. На нашей планете ресурсы распределены неравномерно и все страны заинтересованы в обмене, если в одной стране может быть произведено благо, производство которого в другой стране невозможно, и наоборот. Природно-ресурсный потенциал нашей планеты в целом достаточно мощный и далек от исчерпания. Но в разрезе отдельных видов ресурсов и отраслей их использование ситуация неодинакова. Запасы некоторых важных для человечества природных ресурсов ограничены и не воспроизводятся. Поэтому здесь и необходима регулирующая роль международных организаций, которые устанавливают «правила игры» с максимальным учетом интересов всех заинтересованных сторон.

Анализ литературы показал, что данное направление является малоизученным, и работы отечественных и зарубежных экономистов посвящены в основном исследованиям структуры, тенденциям развития, и системы инвестирования мирового рынка в целом, а также развитию мирового финансового рынка. Данной тематике посвящены работы Ивасенко А. Г., Кочергиной Т. Е., Ливенцева Н. Н., Ломакина В. К., Рыбалкина В. Е., Смитиенко Б. М., Халевинской Е. Д.[1]. Однако вопрос формирования и функционирования мирового рынка сырья и тем более системы его регулирования на международном и глобальном уровне на современном этапе научных исследований остается малоизученным. Именно этой проблеме и посвящено данное научное исследование.

Целью исследования является анализ современного состояния и выявление особенностей регулирования мировых сырьевых рынков.

Основной материал

Как было отмечено ранее, запасы некоторых важных для человечества природных ресурсов ограничены и не воспроизводятся. Это касается, в первую очередь, топливно-энергетических ресурсов, а точнее - органического топлива (нефть, газ, уголь, торф, сланцы). Темпы их добычи оставались высокими в течение всего XX века, и не снижаются в начале XXI века. Исчерпания нефти и газа может осуществиться в пределах нескольких десятилетий. По сути, исчерпаны почти все земельные ресурсы, пригодные для сельского хозяйства; более того, площадь пригодных земель ежегодно сокращается вследствие эрозии и засоления. Сокращается и площадь лесов, несмотря на некоторое воспроизводства за счет искусственного насаждения в Европе и Северной Америке и тому подобное. Острота природно-ресурсной проблемы заключается в том, что основная масса полезных ископаемых, древесины и других ресурсов потребляется не там, где они добываются. В индустриально развитые страны приходится потребление 85-90% суммарной большинства видов полезных ископаемых, хотя в их недрах сосредоточено менее половины мировых запасов минерального сырья. Итак, центральной проблемой в использовании природных ресурсов является их справедливое распределение, при этом имеется в виду не только оптимальное

удовлетворение потребностей в ресурсах, но и недискриминационные цены на них, устранение монополизации добычи и продажи важнейших ресурсов. Решить эти вопросы таким образом, чтобы удовлетворить владельцев и потребителей ресурсов сугубо рыночными методами очень трудно, или даже невозможно. Вот здесь и нужна регулирующая роль международных организаций, которые устанавливают «правила игры» с максимальным учетом интересов всех заинтересованных сторон.

Мировая торговля сегодня одна из самых активных форм международных экономических отношений. Углубление процесса международного территориального разделения труда со второй половины XX в. обусловило чрезвычайное ускорение темпов роста международной торговли. Если за 40 лет до второй мировой войны объем международной торговли вырос в два раза, то за 50 лет послевоенных лет - более чем в 30 раз [2]. По другим подсчетам, только с 1960 по 1997 годы объем мировой торговли увеличился в 41 раз (в текущих ценах) и достиг почти 11 трлн. долларов [3]. При этом среднегодовые темпы роста объемов товарооборота на протяжении всего периода превышали темпы роста мирового производства.

Такая же тенденция сохраняется и в начале нового века. За исключением отдельных лет, темпы роста международной торговли выше темпов роста мирового валового продукта.

Такое быстрое развитие мировой торговли не в какой-нибудь степени зависит от образования в второй половине XX столетия мировой системы регулирования торговли, основой которой стали международные экономические организации. Еще до войны предпринимались попытки создать механизм, который бы упорядочил национальные нормы и правила международной торговли, привел бы их к единому стандарту с тем, чтобы устранить тарифные и нетарифные препятствия международного движения товаров. Протекционизм в международной торговой политике был господствующей формой. Даже в конце 40-х - начале 50-х годов тарифные ставки составляли 40%. Попытки смягчить протекционистские барьеры делались Лигой Наций и отдельными группировками стран, но все они закончились неудачей.

Только начиная со второго этапа развития системы международных организаций (с конца 40-х годов) удалось разработать и реализовать достаточно эффективный механизм регулирования мировой торговли. Достаточно заметить, что средняя ставка пошлины на товары снизилась с 40% до 3% на начало 2000 года. Важнейшую роль в этом процессе сыграли организации ГАТТ / ВТО, ЮНКТАД, ЮНСИТРАЛ, региональные экономические комиссии ООН, Международная торговая палата [1]. Важное место в системе регулирования мировой торговли занимают также межправительственные организации по регулированию отдельных рынков (ОПЕК и др.). Успех процесса международных торговых отношений во многом зависят от того, что проблемы торговой политики постоянно находятся в центре внимания Организации.

Объединенных Наций. Авторитетные организации этой сферы - ВТО, ЮНКТАД и ЮНСИТРАЛ. Входят в систему ООН, а МТП поддерживает с ней тесные отношения.

Таким образом, в результате проведенных исследований можно сделать следующие выводы:

- центральной проблемой в использовании природных ресурсов является их справедливое распределение, оптимальное удовлетворение потребностей в них, недискриминационные цены и устранение монополизации добычи и продажи важнейших ресурсов.

- Решить эту проблему необходимо, используя регулирующую роль международных организаций, которые устанавливают «правила игры» с максимальным учетом интересов всех заинтересованных сторон.

- Важнейшую роль в процессе международного регулирования мировых сырьевых рынков играют организации: ГАТТ / ВТО, ЮНКТАД, ЮНСИТРАЛ, региональные экономические комиссии ООН, Международная торговая палата.

Использованные источники:

1. Халевиная Е. Д. Мировая экономика и международные экономические отношения. – М.: Магистр, 2009. – 364 с.
2. Официальный сайт ВТО. Мировые сырьевые рынки и их особенности. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.wto.org
3. Интерфакс. Бизнес и экономика. Мировые сырьевые рынки и их структура. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax.ru/business/449529>
4. Официальный сайт OECD Creditor reporting system 2015. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stats.oecd.org/>

*Абдуллаева А.С.
студент 4 курса*

факультет управления

ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет»

Россия, г. Махачкала

МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РФ:

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы и перспективы малого и среднего предпринимательства в РФ. Оценивается вклад малого и среднего предпринимательства в развитие экономики России. Выделяются основные препятствия для развития малого и среднего бизнеса. Рассмотрены мероприятия по достижению поставленных целей.

Ключевые слова: малое предпринимательство, среднее предпринимательство, экономика, бизнес, производство.

Малое и среднее предпринимательство играет большую роль в развитии экономики регионов и страны в целом. Именно малый бизнес на фоне

постоянно меняющихся внутренних и внешних условий обеспечивает гибкость и адаптивность национальной экономики, а также ее стабильное развитие. В масштабах страны роль малого бизнеса нельзя недооценивать, так как малое и среднее предпринимательство являются важным фактором структурной модернизации экономики России. [1]

Согласно данным Министерства экономического развития, две из пяти российских компаний – малые. Каждый шестой, а с учетом индивидуальных предпринимателей, каждый пятый, занятый в экономике – это работник малого или среднего предприятия. Отраслевое распределение малых и средних предприятий характеризуется следующими показателями: предприятия оптовой и розничной торговли составляют более 40% от всех малых и средних предприятий. 18% предприятий заняты в сфере услуг, 12% – строительные компании, 11 % предприятий составляют обрабатывающие производства. Индивидуальные предприниматели работают в основном в сфере торговли и бытовых услуг. 96% предприятий, осуществляющих технологические инновации, заняты в сфере обрабатывающих производств. [2]

Однако на сегодняшний день малый и средний бизнес в России не настолько развит, чтобы вытянуть экономику из состояния рецессии. Доля малого и среднего бизнеса в ВВП России составляет приблизительно 20 %, в то время, как в странах Западной Европы, таких как Германия, Франция, Великобритания доля малого и среднего бизнеса составляет 50-60 %, а если говорить об Италии, то там и вовсе этот показатель превышает значение 80 %.

Основным препятствием для развития среднего и малого бизнеса является недостаток финансовых ресурсов, как для начала деятельности, так и для дальнейшей деятельности предприятий. [3]

Также до сегодняшнего дня сохраняются препятствия для развития малого и среднего бизнеса в виде:

1. Сбыта продукции:
 - недостаточное количество организованных специальных социальных ярмарок, где торговля осуществляется без посредников;
 - не в полной мере используется механизм электронных торгов;
 - стимуляция для участия малых и средних предприятий в государственных и муниципальных заказах в виде имеющихся рычагов недостаточна;
2. Недостаточно высокого уровня навыков у бизнесменов.
3. Административных барьеров. Пример: еще не все регионы в полной мере пользуются услугами электронного документооборота.
4. Имеющейся налоговой политики. Не смотря на уже разработанную и претерпевшую изменения систему налогообложения малого и среднего бизнеса, налоговое бремя зачастую является непосильным для предприятий.
5. Недостаточного уровня законодательной информированности бизнесменов.

Все это приводит к тому, что значительное количество малых и средних

предприятий работает в теневой экономике, что негативно сказывается на экономическом благосостоянии страны. [4]

Министерство экономического развития России разработало Концепцию долгосрочного социально-экономического развития страны. В соответствии с положениями данного документа, к 2020 году субъекты малого предпринимательства достигнут следующих показателей:

- удельный вес малого бизнеса в ВВП России будет занимать 30 %, а суммарный удельный вес малого и среднего предпринимательства будут занимать половину от общей суммы ВВП страны;
- доля малых предприятий среди всех субъектов предпринимательства будет составлять 80%;
- число занятых в сфере малого бизнеса возрастет до 60 % населения страны.
- произойдет качественное изменение структуры отрасли и т.п.

За последующие 5 лет планируется, что показатели отечественных субъектов малого бизнеса достигнут уровня предприятий западных стран, а возможно, и превысят их. Поэтому для того чтобы достичь поставленных целей, необходимо в ближайшие годы провести следующие мероприятия:

- оказать посильное содействие реализации мер по созданию необходимых объектов инфраструктуры рынка, которые будут ориентированы на создание и совершенствование все большего количества субъектов малого предпринимательства;
- реализовать специальные программы поддержания перспективных конкурентоспособных компаний;
- внедрить современные наиболее эффективные финансовые инструменты развития бизнеса;
- поддерживать существующие институты микрофинансирования, создать наиболее благоприятные условия для их существования;
- сформировать институциональные условия для работы кредитных учреждений;
- развивать старые и создавать новые элементы бизнес-инкубаторов, обратить особое внимание таких структур на инновационные предприятия сектора малого бизнеса;
- усовершенствовать нормативную правовую базу для того, чтобы устранить имеющиеся административные и иные барьеры для перспективного развития малого бизнеса в России в 2016 году и предотвратить появление новых трудностей в данном направлении;
- реализовать нормы законодательства, которые определяют возможность участия малых и средних субъектов предпринимательства в государственных тендерах;
- повысить возможность доступа отечественного производителя к недвижимости, относящейся к государственной либо муниципальной собственности.

Также основными перспективами развития предприятий малого и среднего бизнеса считаются цели, поставленные Правительством РФ на ближайшие годы. К ним отнесены реализация мер по созданию около 500 новых бизнес-инкубаторов, а также создание в каждом регионе страны:

- гарантийного фонда на сумму не менее 100 млн руб.;
- муниципальной инфраструктуры микрофинансирования субъектов малого бизнеса;
- фонда инвестирования в малые и средние предприятия.

Чтобы создать вышеуказанные механизмы, правительству РФ необходимо использовать специальные инструменты в виде субсидирования проектов поддержания малого и среднего бизнеса страны. [5]

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Справочно-правовая система Консультант Плюс (СПС) 2014
2. Официальный сайт Закупки-тендеры РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://zakupki-tendery.ru/articles/item/4-perspektivy-razvitiya-malogo-i-srednego>
3. Федеральный закон от 05.04.2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // Справочно-правовая система Консультант Плюс (СПС) 2014
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 11.02.2013).
5. Официальный сайт Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства Опора России [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://opora.ru/news/federal/1084-malyj-biznes-bolshie-perspektivy>

Абросимова Е.В.

студент 1 курса магистратуры

Улеев А.С.

студент 1 курса магистратуры

Романова О.О.

студент 4 курса

Экономическое отделение

Набережночелнинский институт КФУ

Россия, г. Набережные Челны

БИЗНЕС-ПРОЦЕСС «ВЫЯВЛЕНИЕ ВНУТРЕННИХ РЕЗЕРВОВ»

Сложная экономическая ситуация в нашей стране, а также обостряющаяся конкуренция заставляет организации постоянно изыскивать внутренние резервы: финансовые, трудовые и материальные.

Выявление внутренних резервов, как правило, связано с кардинальными изменениями: во внутренней или внешней для фирмы среде, когда

формируются новые условия функционирования. При этом работа по старым правилам проблематична или невозможна.

На рисунке 1 предложен алгоритм бизнес-процесса «Выявление внутренних резервов». Рассмотрим его.

Функция «Проведение совещания»

Проведение специального совещания, посвященного поиску внутренних резервов, является основой для перестройки организации под новые условия. Такое совещание, как правило, проводит руководитель организации, его заместитель или главный инженер. На данном совещании до присутствующих доводятся основные показатели деятельности, планы, перспективы и прогнозы работы. При этом указываются те условия, которые неизбежно ведут к необходимости в поиске внутренних резервов.

В ходе указанного совещания формируется соответствующий протокол, в котором указываются руководитель совещания, присутствующие, обсуждаемые вопросы, полученные задания, ответственные лица и сроки выполнения заданий.

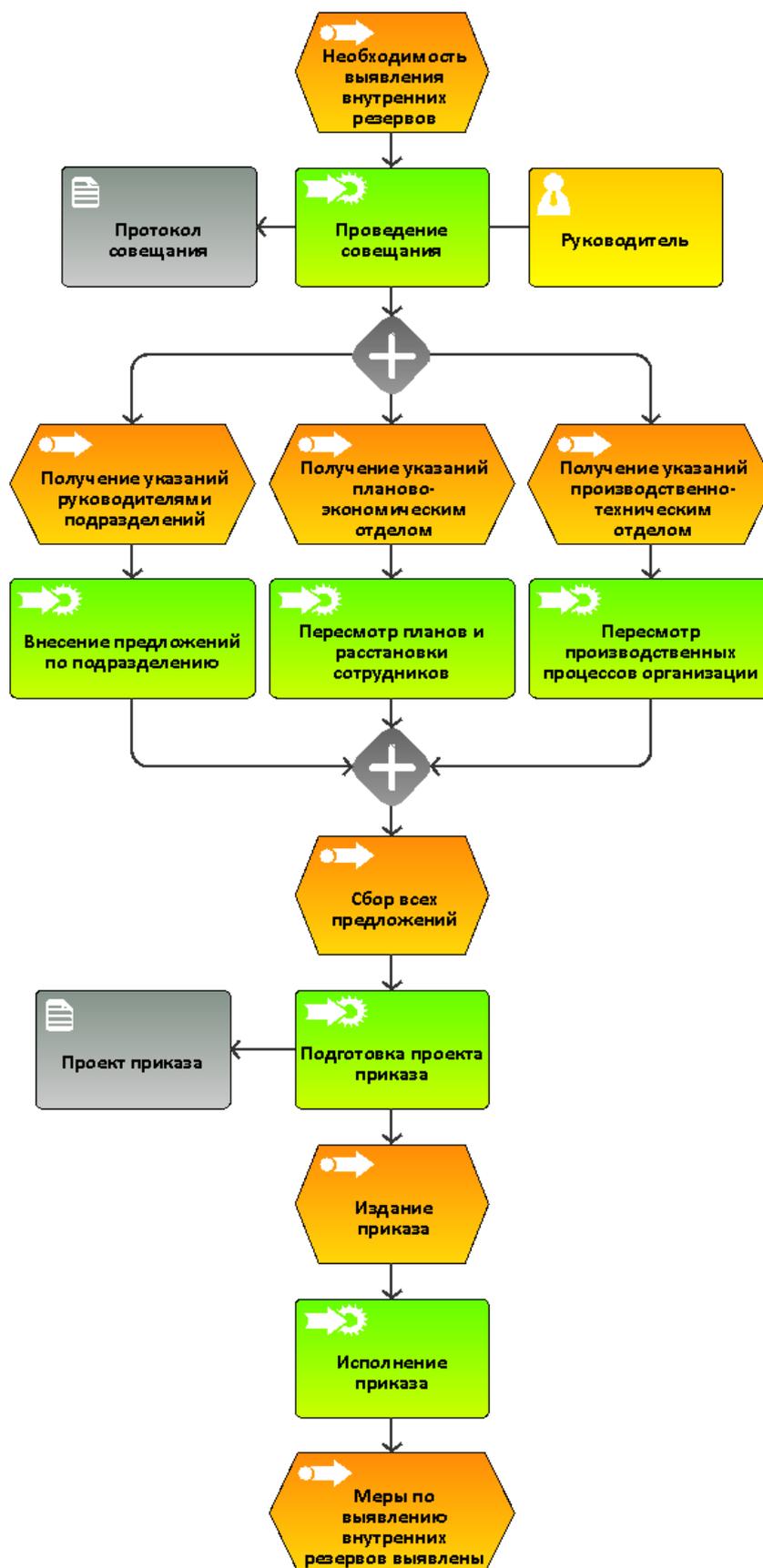


Рис. 1. Алгоритм бизнес-процесса «Выявление внутренних резервов»

Функция «Внесение предложений по подразделению»

Руководитель каждого структурного подразделения, получив задание на проведенном совещании, должен решить задачу поиска резервов во вверенном ему структурном подразделении.

При этом предполагается, что на уровне структурных подразделений выявить их значительно проще, поскольку, непосредственно владея информацией, руководители подразделений лучше всех смогут найти недостатки в своих процессах и возможные пути оптимизации без ущерба для организации в целом. Именно руководителям структурных подразделений предстоит выполнить функцию внесения предложений по выявлению внутренних резервов.

Функция «Пересмотр планов и расстановки сотрудников»

Планово-экономический отдел организации получает указания по выявлению внутренних резервов. Данный отдел рассматривает организацию в целом, изучает нормы выработки, нормы рабочего времени, нормы обслуживания и т.д.

В соответствии с полученными указаниями специалисты планово-экономического отдела выполняют функцию по пересмотру норм выработки, планов производства и реализации продукции и расстановки сотрудников. Новые числовые показатели передаются на рассмотрение руководителю организации.

Функция «Пересмотр производственных процессов организации»

В зоне ответственности сотрудников производственно-технических служб лежит организация и поддержание производства, определение норм расхода материалов и топливно-энергетических ресурсов. При этом рецептура производства, определение качества и стоимость применяемого сырья также находятся в их ведении. Специалисты данных служб способны коренным образом оптимизировать затраты на действующее производство. При этом в их задачу входит сохранение качества выпускаемой продукции. Таким образом, в компетенции технических специалистов лежит функция пересмотра организации производственного процесса, применяемого материала и расстановки работников.

Результатом выполненных функций является наличие предложений по оптимизации производства и реализации продукции.

Функция «Подготовка проекта приказа»

Проект приказа содержит информацию о внедрении внесенных подразделениями организации предложений. Эта функция включает в себя детальное рассмотрение внесенных предложений на предмет их целесообразности и применимости без ущерба качеству выпускаемой продукции и самому производству. При этом следует отметить, что недопустимо бездумное внедрение всех предложений по оптимизации производства и реализации продукции, поскольку далеко не все из них являются жизнеспособными и практически применимыми.

Функция «Исполнение приказа»

Приказ о реализации предложенных мероприятий содержит Ф.И.О. и должности ответственных сотрудников и контроллеров, сроки выполнения и сущность мероприятий, ожидаемый результат от внедрения.

Использованные источники:

1. Войнов И. В., Пудовкина С. Г., Телегин А. И. Моделирование экономических систем и процессов. Опыт построения ARIS-моделей: Монография. – Челябинск: Изд. ЮУрГУ, 2002. – 392 с.
2. Инструментарий ARIS. Методы. Версия 4.1. – Москва: Весть-Метатехнология, 2000. – 227 с.

*Аверкиева Ж.Н.
студент 4 курса*

*Зборовская Е.Б.
научный руководитель*

*Ярославский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Ярославль.*

МЕРОПРИЯТИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОПЛАТЫ ТРУДА И СТИМУЛИРОВАНИЮ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье рассматриваются возможности достижения высоких конечных результатов организациями через разработку механизма мотивации персонала, состоящего как из материального, так и нематериального стимулирования, а также различных мероприятий по совершенствованию оплаты труда.

Ключевые слова: заработная плата, оплата труда, стимулирование труда, мотивация труда, совершенствование оплаты труда, система мотивации персонала.

This article discusses the possibility of reaching high end results organizations through the development of the mechanism of motivation of the personnel, consisting of both tangible and intangible incentives, as well as various activities to improve pay.

Keywords: wages, salary, incentives, work motivation, improved pay, personnel motivation system.

Важнейшим направлением деятельности бухгалтерии любого предприятия, как в России, так и за рубежом, является учет заработной платы работников предприятия. Учет труда и заработной платы по праву занимает одно из центральных мест во всей системе учета на предприятии. Он должен обеспечить финансовый контроль как управленческий инструмент [2; 4; 5] воздействия на количество и качество труда, использования средств, включаемых в фонд заработной платы и выплаты социального характера [1, с.32], а также управление финансами предприятия [6].

Политика в сфере оплаты труда, обеспечение и защита работников в наши дни возложены на предприятия, которые индивидуально устанавливают размеры, формы и системы оплаты труда.

Системы организации труда и заработной платы обязаны предоставлять работникам материальные стимулы. Данные стимулы могут быть задействованы более продуктивно при твердой индивидуализации заработной платы каждого сотрудника, то есть при внедрении современных концепций и моделей оплаты труда, при которых доход работника находится в прямой зависимости от спроса на изготовленную им продукцию и выполненные услуги, а также от качества и конкурентоспособности исполненных работ и, безусловно, от финансового положения организации. Таким образом, доходы каждого сотрудника должны формироваться в зависимости от его личного вклада, с учетом окончательных итогов деятельности предприятия, регулироваться налогами и максимальными объемами не ограничиваться.

Актуальность изучаемой темы объясняется тем, что величина и формирование прибыли организации и доходов персонала находятся в зависимости от системы оплаты труда, мероприятий по стимулированию сотрудников предприятия и совершенствованию оплаты труда. В связи с этим, вопросы о заработной плате являются наиболее важными и для работодателей и для работников.

В современном мире в условиях высокой конкуренции и нестабильной экономики [3] необходимо уделять особое внимание стимулированию труда в зависимости от качества. Механизмы функционирования систем материального стимулирования в зависимости от качества практически идентичны механизмам функционирования систем стимулирования за производительность труда. Они должны стимулировать персонал тем, чтобы дать ему возможность повысить заработки, если результаты его труда будут выше, чем ожидалось.

Политика по совершенствованию мотивации труда может быть осуществлена в нескольких направлениях:

- улучшение системы материального стимулирования труда;
- совершенствование системы нематериального стимулирования труда [8].

Для совершенствования мотивации труда в организациях можно ввести повременно-премиальную и сдельно-премиальную системы оплаты труда, если до этого были использованы системы оплаты труда, не использующие премию. Данные системы оплаты труда имеют высокую эффективность, так как они подразумевают гарантированный минимум оплаты труда, а также премию за конкретный результат.

Для внедрения повременно-премиальной системы оплаты труда необходимо разработать норматив производства продукции, который основан на плане продаж и технологических возможностях оборудования, а для сдельно-премиальной системы норму выработки, при перевыполнении которой будет выплачиваться премия соразмерно проценту перевыполнения. Премирование работников может производиться как за индивидуальные, так и за коллективные результаты деятельности. При коллективном результате премия начисляется за конкретный результат работы и распределяется между

всем персоналом на основании определенного критерия (например, пропорционально сумме, начисленной по окладу и др.) [9; 10].

Для совершенствования системы нематериального стимулирования труда можно предложить ввести частичную оплату фитнес – центров и бассейнов. Данные расходы окупятся за счет меньших выплат по болезни и росту производительности. Государственная дума в настоящее время разрабатывает проект по стимулированию граждан к занятию спортом. Она предлагает компенсировать персоналу 75% расходов на занятия физической подготовкой в физкультурно-спортивных комплексах, из них 50% расходов планирует компенсировать за счет работодателя, а 25% – за счет федерального бюджета. Авторы проекта уверены, что его принятие будет стимулировать, поощрять персонал, а также позволит поддержать его здоровье и повысить производительность труда [10].

Значительные возможности для стимулирования труда предоставляют банки [7]. Так, для совершенствования оплаты труда организации могут рассмотреть вопрос о внедрении «Зарплатных проектов». Суть их заключается в том, что предприятие перечисляет заработную плату всем своим сотрудникам в банк одним платежом. Вместе с перечисленными средствами, работодатель подаёт в банк ведомость по работникам, в которой указано количество денежных средств, предназначенных каждому работнику. При этом банки предлагают ряд бонусов для лиц, обладающих зарплатными картами (льготные потребительские кредиты, особые условия обслуживания, банкоматы на территории крупных предприятий, которые присоединены к условиям зарплатного проекта). Дополнением для держателей карт является также доступ к он-лайн сервисам.

Для достижения высоких конечных результатов организациям следует разрабатывать механизм мотивации персонала, состоящий как из материального, так и нематериального стимулирования, а для совершенствования оплаты труда необходимо проводить различные мероприятия.

Использованные источники:

1. Астахов В.П. Бухгалтерский (финансовый) учет: Учебное пособие. Серия «Экономика и управление». Издательский центр «МарТ», - 2011. – 326с.
2. Волков А.Ю. Контроль как категория и как инструмент управления // Сборник «Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем». – Уфа, 2014. – С. 27 – 29.
3. Волков А.Ю. Тенденции в экономике Ярославской области за 9 месяцев 2015 года // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности». – 2016. – С. 69 – 71.
4. Волков А.Ю., Волков М.А. Финансовый контроль как категория // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2014. – № 6-2. – С. 394 – 398.
5. Волков А.Ю., Волков М.А. Финансовый контроль как функция управления

// Сборник матер. III международной научно-практической конференции «Кризис экономической системы как фактор нестабильности современного общества». – Саратов. – 2014. – С. 30 – 31.

6. Волков А.Ю., Зборовская Е.Б. Об управлении финансами предприятий и направлениях его совершенствования // Интернет-журнал Науковедение. – 2015. – Т. 7. – № 5 (30). – С. 24.

7. Тюрин С.Б., Бурыкин А.Д., Волков А.Ю. Организация деятельности коммерческого банка: Учеб. пособие для бакалавров / Под ред. С.Б. Тюрина. – Ярославль: 2013. – 114 с.

8. Мотивация и стимулирование персонала // <http://psyera.ru/3048/motivaciya-i-stimulirovanie-personala> // <http://psyera.ru/> - гуманитарный портал статей и публикаций.

9. Ежедневная профессиональная газета «Учет. Налоги. Право» [Электронный ресурс] // <http://www.gazeta-unp.ru/articles/3939-sistema-oplaty-truda-kak-vybrat-i-vnedrit>

10. Информационный портал Труд. Эксперт. Управление [Электронный ресурс] // <http://www.trudcontrol.ru/press/>

*Авоян А.А.
студент группы ЭУБ – 141
Овчинникова И.В.
научный руководитель
Кузбасский государственный технический
университет имени Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово*

АНАЛИЗ ПБУ 1/2008 «УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ».

В работе проведен сравнительный анализ Положения по бухгалтерскому учету 1/2008 "Учетная политика организации" и МСФО 8 "Учетная политика, изменения в учетных оценках и ошибки". Представлен обзор основных различий и выявлены общие черты в российском и международном стандартах, регулирующих учетную политику.

Ключевые слова: учетная политика, бухгалтерская отчетность, финансовая отчетность, международный стандарт.

*Avoyan AA., stud. c. EB - 141
Supervisor: Ovchinnikov IV
Kuzbass State Technical University
Name TF Gorbachev
Russia, Kemerovo*

ANALYSIS PBU 1/2008 "ACCOUNTING POLICY OF AN ORGANIZATION."

Abstract. This paper presents a comparative analysis of the Accounting Regulations 1/2008 "Accounting policy" and IAS 8 "Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors". Provides an overview of the main differences

and similarities found in the Russian and international standards governing the accounting policies. Keywords : accounting policies , financial statements, financial statements , the international standard .

Учет представляет вид деятельности, предметом которой является информация. Учет устанавливает наличие, измеряет и регистрирует результаты хозяйственной деятельности с количественной и качественной стороны[1]. Учетная политика является основным внутренним документом организации, регламентирующим организацию и ведение бухгалтерского учета. Реформа регулирования бухгалтерского учета и отчетности в России требует активизации использования международных стандартов финансовой отчетности (МСФО). В этой связи представляется актуальным сравнение подходов к регулированию учетной политики, имеющих в Положении по бухгалтерскому учету "Учетная политика организации" ПБУ 1/2008 и МСФО (IAS) 8 "Учетная политика, изменения в учетных оценках и ошибки" (таб. 1).

Таблица 1

Сравнение ПБУ 1/2008 "Учетная политика организации" и МСФО (IAS)

8.

Критерии	ПБУ 1/2008	МСФО (IAS) 8
цель стандарта	установление правил формирования (выбора или разработки) и раскрытия учетной политики организаций, являющихся юридическими лицами по законодательству РФ (п. 1)	установление критериев выбора и изменения учетной политики, вместе с порядком учета и раскрытия информации об изменениях в учетной политике, изменениях в бухгалтерских оценках и корректировках ошибок (п. 1)
термин «учетная политика»	принятая организацией совокупность способов ведения бухгалтерского учета - первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности	конкретные принципы, основы, соглашения, правила и практика, принятые предприятием для подготовки и представления финансовой отчетности (п.5)
Требования и допущения при формировании учетной политики (качественные характеристики отчетной информации – в МСФО)	требование приоритета содержания перед формой отражение в бухгалтерском учете фактов хозяйственной деятельности исходя не столько из их правовой формы, сколько из их экономического содержания и условий хозяйствования (п.6)	Информация отражает экономическое содержание операций, прочих событий и условий, а не только их юридическую форму (п.10)

	требование осмотрительности - большая готовность к признанию в бухгалтерском учете расходов и обязательств, чем возможных доходов и активов, не допуская создания скрытых резервов (п.6)	информация является консервативной (п.10)
	требование полноты - полнота отражения в бухгалтерском учете всех фактов хозяйственной деятельности (п.6)	информация является полной во всех существенных отношениях (п.10)
	требование своевременности, требование непротиворечивости, требование рациональности (п.6)	Отсутствуют
	допущение имущественной обособленности; допущение непрерывности деятельности; допущение временной определенности фактов хозяйственной деятельности (п.5)	отсутствуют

	допущение последовательности применения учетной политики - принятая организацией учетная политика применяется последовательно от одного отчетного года к другому (п.5)	предприятие должно выбрать и применять учетную политику последовательно для аналогичных операций, прочих событий и условий, если только какой-либо МСФО специально не требует или не разрешает деление статей по категориям, для которых могут подходить разные учетные политики. Если какой-либо МСФО требует или допускает такое деление по категориям, то для каждой такой категории следует выбрать соответствующую учетную политику и применять ее последовательно (п.13)
	отсутствуют	уместность, надежность, достоверность, нейтральность информации (п.10)
Причины изменений учетной политики	1) изменение законодательства РФ и (или) нормативных правовых актов по бухгалтерскому учету 2) разработка организацией новых способов ведения бухгалтерского учета 3) существенное изменение условий хозяйствования	1) требуется каким-либо МСФО 2) приведет к тому, что финансовая отчетность будет предоставлять надежную и более уместную информацию о влиянии операций на финансовое положение, финансовые результаты или движение денежных средств
Ретроспективное применение	следует исходить из предположения, что измененный способ ведения бухгалтерского учета применялся с момента возникновения фактов	применение новой учетной политики к операциям, прочим событиям и условиям таким образом,

	хозяйственной деятельности данного вида (п. 15)	как если бы эта учетная политика использовалась всегда в прошлом (п. 5)
Перспективное применение	применение измененного способа ведения бухгалтерского учета в отношении соответствующих фактов хозяйственной деятельности, свершившихся после введения измененного способа (п. 15)	применение новой учетной политики к операциям, прочим событиям и условиям, имевшим место после даты, на которую применялась политика; признание влияния изменения в бухгалтерских оценках в текущем и будущих периодах, затронутых изменением .

Цель МСФО (IAS) 8 и ПБУ 1/2008 в части учетной политики совпадает. В ПБУ 1/2008 понятие учетной политики представлено с точки зрения процесса ведения бухгалтерского учета, начиная с первичного наблюдения и заканчивая составлением бухгалтерской отчетности, а в МСФО (IAS) 8 - с точки зрения составления финансовой отчетности. Однако, как отмечает Денисова М.О., такое различие между национальными и международными правилами является системным.

В МСФО (IAS) 8 присутствует, а в ПБУ 1/2008 отсутствуют качественные характеристики уместности, надежности, нейтральности информации, а также достоверности представления отчетной информации. Вместе с тем, часть принципов, включенных в состав требований и допущений, предъявляемых к учетной политике в ПБУ 1/2008, отсутствует в Международном стандарте.

Как следует из данных таблицы 1, в МСФО (IAS) 8 предусмотрено два случая внесения изменений в учетную политику, а в ПБУ 1/2008 – три. В целом условия изменения учетной политики сопоставимы. Однако в международном стандарте делается акцент на обязательности изменения учетной политики, а в ПБУ 1/2008 перечисляются случаи, указывающие на возможность изменения учетной политики. И ПБУ 1/2008, и МСФО (IAS) 8 предусматривают два подхода к отражению последствий изменения учетной политики: ретроспективный и перспективный.

Результат проведенного сравнения позволил сделать вывод, что различий между принципами ПБУ 1/2008 и МСФО (IAS) 8 немного. Регламентации российского стандарта в отношении цели стандарта, состава допущений и требований, причин изменения и отражения последствий изменения учетной политики близки к требованиям соответствующего МСФО. Вместе с тем, нельзя не отметить и наличия различий между

стандартами, одним из наиболее существенных является отсутствие в российском стандарте термина "кумулятивный эффект".

Использованные источники:

1. Овчинникова, Ирина Васильевна Бухгалтерский финансовый учет : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 38.03.01 «Экономика», профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / И. В. Овчинникова, Е. И. Левина; ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева», Каф. упр. учета и анализа Кемерово , 2016 424 с.
2. Денисова М.О. Общие принципы разработки учетной политики на 2013 год // Жилищно-коммунальное хозяйство: бухгалтерский учет и налогообложение. - 2012. - №12.
3. Дружиловская Т.Ю., Коршунова Т.Н., Ходырев А.А. Принципы учетной политики и достоверность отчетной информации как ее цель // Международный бухгалтерский учет. – 2013. - № 24.

Агаларова Е. Г., к.э.н.

доцент

кафедра «Экономическая теория и экономика АПК»

Ставропольский государственный аграрный университет

Осипян С. В.

студент 3 курса

факультет «Экономический»

Россия, г. Ставрополь

**АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ В
РОССИИ**

Любое предприятие в своей деятельности испытывает необходимость в информации о сложившемся на данный момент положении на рынке. Автомобильное производство не является исключением. В данной статье рассматривается конъюнктура на российском автомобильном рынке в 2015 году с прогнозом дальнейшего развития рынка.

Ключевые слова: *автомобиль, рынок, бренд, продажи, дилер, российский автомобильный рынок.*

Any company in its activity is experiencing a need for information about the current situation at the moment on the market. Car production is no exception. This article discusses the situation in the Russian automotive market in 2015, with a forecast of further market development.

Key words: *car, market, brand, sale, the dealer, the Russian automotive market.*

Российский автомобильный рынок был одним из самых быстрорастущих в мире. Емкость российского автомобильного рынка оценивается в 2,76 млн. штук. На протяжении последних лет многие международные автоконцерны размещали собственные сборочные производства в России как на мощностях российских предприятий, так и на вновь построенных собственных мощностях с разной степенью локализации

производства.

По данным OICA (The Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles) на 2015 год в структуре мирового объема производства легковых и легких коммерческих автомобилей Россия находится на 11 мест. По объемам производства легковых автомобилей Россия находится на 8 месте [2]. Ухудшение макроэкономической конъюнктуры стало одной из главных причин падения российского авторынка. Проведенный анализ основных макроэкономических показателей выявил следующие общие факторы, влияющие на формирование трендов развития автомобильной отрасли в среднесрочной перспективе: ВВП, ИПЦ, ИПУ, курсы валют, цены на нефть [1, с 15].

По результатам 2015 года продажи новых легковых автомобилей покупателям в России (регистрации) снизились на 45% в относительном выражении. Сегмент новых импортных автомобилей показал наибольшее сокращение в объёмах (-52%), тогда как продажи отечественных брендов и иномарок российского производства снизились на 37% и 45% соответственно.

Таблица 1 – Динамика продаж покупателям в России за 2014-2015 гг.

Количество легковых автомобилей	Продажи покупателям в России (регистрации), тыс. шт.			Продажи покупателям в России (регистрации), тыс. шт.		
	2014	2015	Изм., %.	2014	2015	Изм., %.
Отечественные бренды	259	410	-37	128	172	-26
Иномарки российского производства	709	1280	-45	820	1204	-32
Импортные новые автомобили	313	650	-52	576	910	-37
Всего	1281	2340	-45	1524	2286	-33

По результатам 2015 года имело место существенное расхождение статистики авторынка на основании данных по регистрациям в России и данных по отгрузкам дилерам [2]. Это связано с тем, что на российском рынке закупились автомобили покупателями из других стран, крупнейшими из которых являются: Казахстан, Белоруссия и Азербайджан. В 2015 году отгрузка автомобилей превысила регистрации автомобилей в России практически на 200 тысяч штук (1280 и 1477 соответственно). Одна из ключевых причин – приобретение автомобилей в России покупателями из других стран в период обесценения российского рубля и до обесценения национальных валют этих стран. Из таблицы видно, что в целом продажи по отгрузкам дилерам в рублёвом выражении сократились на 33%.

Еще не так давно российский автопром был представлен на экспортных рынках исключительно отечественными моделями, и единственной иномаркой «Made in Russia» считалась Chevrolet Niva. Сегодня на внешние рынки свои автомобили поставляют также российские предприятия Hyundai,

Volkswagen, Toyota, Ford, Peugeot, Citroen и Mitsubishi, а доля иномарок в объеме экспорта автомобилей из России уже приблизилась к 50% (рис. 1).

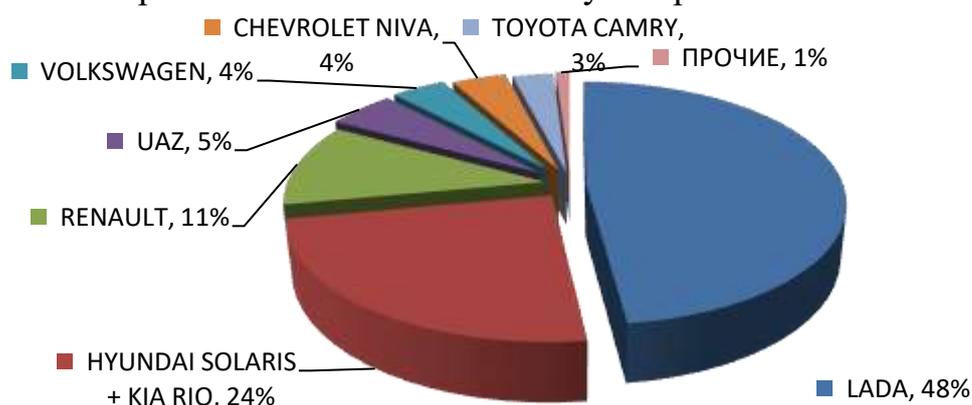


Рисунок 1 – Экспорт легковых автомобилей из России в 2015 году, %.

Среди зарубежных автопроизводителей, работающих в России, больше всех поставляет на внешние рынки петербургский завод Hyundai. В прошлом году в страны СНГ было отправлено 25,7 тыс. Solaris (экспортное название — Accent) и Kia Rio, что составило 11% в общем объеме производства питерского предприятия [3]. Рыночная доля автомобильных брендов на российском рынке представлена на рисунке 2.

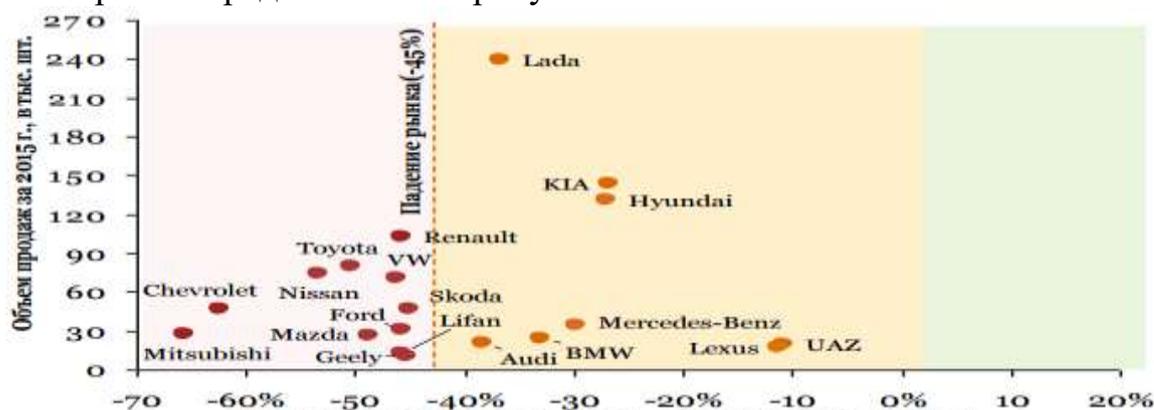


Рисунок 2 – Объём и прирост продаж и доля рынка легковых автомобилей по брендам в 2015 году.

Анализируя рисунок можно прийти к выводу, что среди брендов, которым удалось увеличить рыночную долю, российские, корейские, японские и немецкие марки. Уход некоторых брендов российского рынка и реструктуризация бизнеса привели к перераспределению долей между остальными участниками. Наибольшей рыночной долей на протяжении двух лет обладает российский бренд Lada. Изменение доли рынка в сторону увеличения показали следующие бренды: Lada, UAZ, KIA, Hyundai, Mercedes-Benz, BMW, Datsun, Audi и Lexus. Такие марки как Renault, Skoda и Ford не изменили свою долю авторынka в России. Наибольшее увеличение рыночной доли показал бренд KIA. Наибольшая потеря доли рынка в 2015 году у бренда Chevrolet.

По данным таможенной статистики, в 2015 году было импортировано 1

445 000 автомобилей – это на 20% больше, чем в 2014 году. В денежном выражении импорт вырос на 29% и составил 18 780 млн. долл. Первую строку рейтинга в первую очередь с минимальным отрывом пока сохраняет за собой Ford. Второе место с минимальным отставанием заняла марка Chevrolet, а третье место Renault. Фаворитами российского авторынка до сих пор остаются такие автомобили как: Lada Priora, ВАЗ-20124, Lada Kalina, Lada Granta [2]. Согласно данным экспертов PwC, проанализировавших цены на новые авто популярных в России моделей, наиболее существенный рост цен в процентном выражении наблюдался среди новых российских автомобилей (наиболее ощутимо подорожали модели УАЗ), а также в сегменте среднеразмерных городских автомобилей (выросли цены на новые модели Ford Focus, KIA Ceed). При этом цены на аналогичные модели с пробегом в данных сегментах выросли меньше, что может быть связано со смещением спроса в пользу более дешевых автомобилей из смежных компактных сегментов (Hyundai Solaris, KIA Rio, Renault Logan) [3]. Реализуемые меры государственной поддержки помогли замедлить падение рынка. Всего в рамках трёх основных программ стимулирования спроса было продано около 560 тыс., автомобилей. В 2016 году ожидается продление программ стимулирования спроса и поддержки. По прогнозам в рамках трёх программ стимулирования может быть продано около 620 тыс., автомобилей.

Использованные источники:

1. Бой Л. В., Третьяк В. П. «Анализ отраслевых рынков», Москва, «ИНВРА-М», 2012 г., 442 с.
2. Международная организация автопроизводителей (OICA) [Электронный ресурс] / Справочник автомобилиста – Режим доступа: <http://oica.net/>. (Дата обращения: 01.05.2016).
3. Ассоциация «Российские автодилеры» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.asroad.org/>. (Дата обращения: 15.04.2016).

Агеева Т.В.

студент группы ЭМФ-455

Езангина И.А., к.э.н.

доцент

кафедра «Экономика и финансы предприятий»

Волгоградский государственный технический университет

Россия, г. Волгоград

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Аннотация: Статья посвящена проблемам реализации кластерной политики Южно федерального округа России. Выделены основные субъекты, территории концентрации кластеров, приоритеты, тенденции возникновения, проблемы реализации

Ключевые слова: кластерная политика, инновационные кластеры,

пилотные инновационные кластеры, Южный федеральный округ (ЮФО), инвестиционные проекты

Южный федеральный округ (ЮФО) объединяет в своем составе 6 субъектов РФ: Республику Адыгея, Республику Калмыкия, Краснодарский край, Астраханскую, Волгоградскую и Ростовскую области. Округ расположен на крайнем юге европейской зоны России, занимает южную часть Восточно-Европейской равнины, северо-запад Прикаспийской низменности и западную часть Большого Кавказского хребта. Территория ЮФО составляет 420,9 тыс. кв. километров.

Главными особенностями ЮФО являются:

- транспортно-географическое положение, обусловленное наличием Волго-Каспийского пути из Северной и Центральной Европы в страны Средней, Юго-Западной и Южной Азии,
- наличие Транссибирско-Черноморского пути, связывающего страны Азиатско-Тихоокеанского региона со странами Средиземноморского бассейна;
- наиболее благоприятные для проживания, отдыха и для сельского хозяйства природно-климатические условия и природно-ресурсный потенциал.

Большое воздействие на содержание механизма формирования кластеров оказывают особенности локализации развития региона ЮФО.

Анализ регионов ЮФО по степени экономической локализации характеризует возможность образования кластеров.

При создании кластеров необходимо учитывать не только наличие общих границ у потенциальных участников, но и рассматривать вопрос целесообразности подключения к другим субъектам.

Тенденция возникновения кластеров сегодня такова, что одни возникают там, где имелись традиции и сложились определенные успехи в некоторых отраслях экономики. Это туристические, автомобильные, фармацевтические и деревообрабатывающие кластеры. Другие кластеры возникают при усиленной инвестиционной поддержке государства для формирования высокотехнологичной основы - это кластеры биотехнологии и медицины, кластеры информационно-коммуникационных технологий, кластеры ядерных технологий и получения новых материалов.

То есть предусматривается как естественное развитие кластеров, так и внешнее стимулирование данного процесса со стороны государства, что особенно актуально для социально-значимых отраслей, ситуация в которых на сегодняшний день складывается неблагоприятным образом [3].

В сентябре 2011 г. была принята «Стратегия социально-экономического развития Южного федерального округа на период до 2020 года», в которой стратегическая цель развития ЮФО определена как превращение округа в одного из российских лидеров инновационного развития. Основными механизмами реализации «Стратегии социально-экономического развития

Южного федерального округа на период до 2020 года» являются федеральные целевые программы, региональные и муниципальные программы, а также программы крупных компаний. В настоящее время на территории ЮФО уже действует ряд инвестиционных проектов и кластеров в различных отраслях, финансируемых федеральным и региональными бюджетами [2].

Представленные инвестиционные проекты и кластеры на сегодняшний день в большинстве регионов ЮФО либо до конца не реализованы, либо до сих пор находятся на стадии проектирования. Реализации развития кластеров препятствует ряд обстоятельств, среди которых главными являются высокий износ основных фондов многих предприятий, негативно сказывающийся на качестве выпускаемой продукции или оказываемых услуг, а также недостаточно развитая институциональная и производственная инфраструктура поддержки развития кластеров.

Согласно «Отчета о ходе реализации в 2015 году «Стратегии социально-экономического развития ЮФО на период до 2020 года», опубликованному на официальном сайте Министерства экономического развития РФ, в ЮФО реализуются только два проекта по созданию инновационных кластеров [1].

В рамках развития туристско-рекреационной сферы на территории Республики Адыгея реализуется приоритетный инвестиционный проект по созданию круглогодичного горно-климатического курорта «Лагонаки», а в Астраханской области по созданию туристско-рекреационного кластера «Астраханский», оба из которых находятся в средней степени готовности. Все остальные проекты приостановлены по ряду причин:

- ограниченность наличия финансовых ресурсов федерального и регионального уровня из-за кризисного положения российской экономики;
- финансирование со стороны государства пилотных инновационных территориальных кластеров, перечень которых был утвержден поручением Председателя Правительства Российской Федерации от 28 августа 2014 г.;
- недостаток квалифицированных кадров;
- низкая интенсивность научно-исследовательской деятельности по отдельным направлениям развития кластеров;
- низкая эффективность процесса коммерциализации технологий и многие другие.

Для изменения ситуации необходимо формирование кластерной политики ЮФО, которая должна быть нацелена на формирование условий для организационного развития кластеров: создание институтов поддержки развития кластеров (центров кластерного развития для субъектов малого и среднего предпринимательства, ассоциаций и объединений предприятий, фондов финансовой поддержки кластерных проектов) и разработку долгосрочных стратегий развития кластеров; развитие всех видов инфраструктуры (транспортной, энергетической, инженерной, социальной, научно-образовательной, финансовой и прочей), направленной на улучшение условий конкуренции и облегчение создания новых предприятий в

развиваемых кластерах и др. [4]

Использованные источники:

1. О распределении субсидий, предоставляемых в 2015 году из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на реализацию комплексных инвестиционных проектов по развитию инновационных территориальных кластеров [Электронный ресурс] : распоряжение Правительства РФ от 04.09.2015 № 1737-р. – Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».
2. Стратегия социально-экономического развития Южного федерального округа на период до 2020 года (Утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 сентября 2011 года № 1538-р (с изменениями на 26 декабря 2014 года) . – Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».
3. Положенцева, Ю. С. Кластерный подход к анализу инновационного развития субъектов российской федерации / Ю.С. Положенцева // Известия Юго-Западного государственного университета. - 2015. - № 4-3. - С. 31-38.
4. Агеева Т. В., Оценка источников финансирования современной кластерной политики России [Электронный ресурс] / Агеева Т. В., Езангина И. А. // Управление, Бизнес и Власть:электронный.науч.журнал.-2016.- №2.- С. 9 -13.

*Айсин И.К.
студент 3 курса
факультет экономический
ФГБОУ ВО Омский ГАУ
Россия, г. Омск*

**ЗНАЧЕНИЕ НАЛОГА НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В
ФОРМИРОВАНИИ БЮДЖЕТОВ РФ**

В статье рассматриваются изменения налога на доходы физических лиц, произошедшие с 2001-2014 и какое значение имеют налоги на формирование бюджета РФ.

Ключевые слова: налогообложение, Налоговый Кодекс Российской Федерации, налог на доходы физических лиц.

*Aysin IK
FSBEI Omsk state agrarian university
3 rd year student, Faculty of Economics
Russia, Omsk.*

**THE VALUE OF THE TAX TO INCOMES OF PHYSICAL
PERSONS IN THE FORMATION OF BUDGETS OF THE RUSSIAN
FEDERATION**

The article discusses the change in the tax on incomes of physical persons that occurred from 2001-2014 and the importance of taxes on the formation of the budget of the Russian Federation.

Key words: taxation, Tax code of the Russian Federation, the tax to incomes

of physical persons, the budget of the Russian Federation.

На сегодняшний день основными доходными источниками как местных, так и региональных бюджетов остаются поступления от федеральных налогов и сборов и от налогоплательщиков, применяющих специальный режим налогообложения, зачисляемые в указанные бюджеты по постоянным нормативам. Указанные федеральные налоги в общем объеме налоговых доходов консолидированных бюджетов регионов занимают около 80 процентов.

В данной статье рассмотрено влияние НДФЛ на бюджеты РФ и от каких факторов зависит поступления в бюджеты РФ.

Данная статья актуальна так как НДФЛ является одним из самых важных налогов для бюджета РФ и для физических лиц.

Одним из главных источников формирования бюджета был и остается НДФЛ.

Цель взимания и основные черты налога на доходы физических лиц, введенного в 2001 г. в условиях реализации налоговой реформы в России, во многом схожи с принятыми в промышленно развитых странах. Его место в российской налоговой системе можно определить следующим образом:

- это личный налог, объектом обложения является доход, полученный конкретным плательщиком;

- отвечает классическим принципам налогообложения: всеобщности, равномерности и эффективности;

-регулярный доходный источник бюджета, что немаловажно с точки зрения формирования финансовых ресурсов государства;

- основной способ взимания — у источника выплаты дохода.

Долгое время основной и едва ли не единственной функцией налога считалась фискальная, посредством ее реализации происходит изъятие части доходов физических лиц для финансирования общегосударственных потребностей.

Объем поступлений консолидированные бюджеты субъектов РФ за период 2001 – 2014 представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Поступления НДФЛ в консолидированный бюджет субъектов РФ

Год	Поступления от НДФЛ (млрд.руб.)	Прирост поступлений от НДФЛ в консолидированный бюджет субъектов РФ (млрд. руб.)	Темп роста поступлений НДФЛ в консолидированный бюджет субъектов РФ (%)
2001	256,8	-	-
2002	358,1	101,3	139,45
2003	455,5	97,4	127,20
2004	543,2	87,7	119,25
2005	707,37	164,17	130,22
2006	929,9	222,53	131,46

2007	1182,32	252,42	127,14
2008	1666,3	483,98	140,93
2009	1665,8	-0,5	99,97
2010	1 806,64	140,84	108,45
2012	2261	454,36	125,15
2013	2499	238,00	110,53
2014	2679	180,00	107,20

В 2001–2004 гг. наблюдается значительное увеличение поступлений налога на доходы физических лиц в консолидированный бюджет Российской Федерации, что обусловлено ростом номинальных доходов граждан в условиях инфляции, расширением объекта налога, увеличением налоговой базы с целью получения социальных и имущественных налоговых вычетов.

Некоторые аналитики склонны полагать, что причина роста поступлений НДФЛ заключается в законодательных изменениях, связанных с порядком исчисления и уплаты НДФЛ. В частности. В 2003 – 2006 годах законодательство в области налогообложения НДФЛ происходило в рамках «Концепции реформирования бюджетного процесса в Российской Федерации». Это конечно сыграло свою роль, но не только это оказало влияние на темпы роста поступлений, но также и рост основных социально-экономических показателей уровня жизни населения, связанный с общеэкономическим подъемом в целом. НДФЛ является «зарплатным» налогом, т.е. напрямую зависит от уровня заработной платы населения по регионам, за 2003 – 2007 увеличение размера заработной платы на крупных и средних предприятиях в регионах на 28 процентов. Следующей причиной можно назвать снижение темпов инфляции, в целом за период, если в 2003 году инфляция составляла 12%, то к 2005 – 10,9% а в 2006 достигла рекордно низкого за весь период 2003-2007 г - 9%. На фоне общеэкономического подъема и роста уровня доходов населения, низкий уровень инфляции привел к резкому увеличению поступлений в консолидированный бюджет субъектов РФ НДФЛ. Если в 2005 прирост поступлений НДФЛ составил 133,18 млрд. руб., то в 2006 году этот показатель увеличился почти в 1,7 раза и составил 222,53 млрд.руб. По итогам 2007 года ожидаемый уровень инфляции – 11 %, поэтому такого резкого скачка объема поступлений не произошло, так как планируемый уровень инфляции был примерно 8-9%. Кроме того, в 2007 году внесены определенные корректировки, связанные с совершенствованием применения отдельных норм главы Налогового Кодекса по НДФЛ. В частности, увеличены существующие социальные налоговые вычеты на обучение в образовательных учреждениях и лечение в медицинских учреждениях РФ с 38 тыс. руб. до 50 тыс. рублей. Кроме того, в целях стимулирования развития добровольного медицинского страхования разрешено учитывать при определении социального вычета не только фактические расходы физических лиц на оплату своего лечения, но и их взносы страховым организациям по договорам добровольного личного

медицинского страхования, которыми предусматривается оплата страховщиками медицинских расходов застрахованных физических лиц. Все это должно было снизить поступлений и соответственно темпы прироста поступлений НДФЛ в консолидированные бюджеты субъектов РФ. Однако, нельзя сказать, что такое расхождение между планируемым и реальным уровнем инфляции сильно повлияло на темпы прироста объема поступлений НДФЛ в консолидированный бюджет субъектов РФ, так как за 2007 год этот показатель даже превысил показатель прошлого года и составил 252, 42 млрд.руб.

В 2008-2009 гг. на рынке труда удалось избежать серьезных проблем, обычно сопутствующих кризисному состоянию экономики и выраженных в массовом росте безработицы и падении уровня доходов. По данным Росстата, в 2009 г. снижение численности занятых в экономике составило 2,2 %, а среднемесячная начисленная заработная плата выросла на 8,5%. Относительно стабильная ситуация в этой сфере позволила сохранить объем поступлений налога на доходы физических лиц на уровне предыдущего года.

Единственным налогом, по которому в 2012 г. имела место выраженная отрицательная динамика сборов (по отношению к ВВП), стал НДФЛ.

Данное падение обусловлено снижением его налоговой базы: основной показатель, характеризующий динамику налоговой базы по НДФЛ, – доходы населения за вычетом социальных выплат – упал с 58,4% ВВП в 2013 г. до 53,2% ВВП в 2012 г.

Основным фактором, приведшим к падению налоговой базы по НДФЛ в 2012 г., стало повышение ставок социальных взносов, в частности базовой ставки с 26% до 34%.

В 2012 г. представители малого и среднего предпринимательства прореагировали на это обстоятельство:

1) использованием различных механизмов в целях уплаты сумм страховых взносов в меньшем размере (выплата части заработной платы в «конвертах» и т.п.) (83% опрошенных);

2) отказом от ранее запланированного повышения оплаты труда или ее снижением (90% опрошенных);

3) отказом от планов по расширению бизнеса (модернизация оборудования, другие инвестиции в развитие) (83% опрошенных).

Как итог, фонд оплаты труда за вычетом социальных взносов, будучи основным компонентом налоговой базы НДФЛ, упал в 2012 г. на 2,1 п.п. ВВП, что, в свою очередь, объясняет снижение поступлений НДФЛ на 0,3 п.п. ВВП в 2012 г. относительно 2013 г. Ситуация с объемом поступлений от страховых взносов выглядит иначе: они выросли на 1,44 п.п. ВВП в силу того, что влияние повышения ставок на собираемость страховых взносов значительно превзошло эффект от уменьшения налоговой базы.

Использованные источники:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]/ ФЗ от 31.07.1998 N 145-ФЗ в ред. от 23.07.2013. Документ был опубликован. Доступ

из Правовой справочно-информационной системы «Консультант Плюс»: Версия Проф (дата обращения: 25.06.16).

2. Капанина Ю.В. Социальные вычеты по НДФЛ: многие знают, но не все пользуются/Ю.В. Капанина // Главная книга – 2015. N 8. С. 51 - 54.

*Айтиева С.Н.
преподаватель
ОшГУ*

Бакешова А.А.

учитель шк.-гимназии №3 им. Ломоносова

ЯЗЫКОВЫЕ ПРИЧИНЫ АРХАИЗАЦИИ ЛЕКСИКИ КЫРГЫЗСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

В данной статье рассмотрены проблемы архаизации лексики кыргызского и русского языков. Автор отмечает, что причины отмирания слов напрямую зависят от существенных изменений во внешних сферах жизни общества. Обосновывается идея о том, что одной из основных причин устаревания лексики языка в сужении семантико- стилистических функций слов как в русском, так и кыргызском языках.

Сопоставительный анализ в аспекте исследования лексико-стилистической функции устаревших слов как одной из провербиальных средств кыргызского и русского языков актуален на современном этапе развития лексикографии. Многие исследователи отмечают, что глубокое и всестороннее изучение устаревших слов представляет несомненный интерес, ибо это такой разряд слов, который влияет на развитие словарного состава языка в целом и несет определенную лексико- стилистическую функцию в сопоставляемых языках. Непрерывно пополняясь новыми словами, язык вместе с тем отказывается от слов, которые в силу тех или иных причин оказались невостребованными.

Как отмечает Д.Э. Розенталь: «язык как система находится в постоянном движении, развитии, и в первую очередь реагирует на все изменения в обществе», и соответственно лексика любого языка постоянно изменяется, непрерывно обогащается, обновляется [Розенталь и др., 2002: 15].

Устаревание и отмирание некоторых слов - это естественное стремление каждого языка освободиться от избыточных лексических единиц, и задача исследователя — выявить причины этих изменений и характер их протекания

Общеизвестно, что причины отмирания слов напрямую зависят от существенных изменений, как во внешних сферах жизни общества, так и от внутренних языковых факторов, в связи, с чем в нашем исследовании приводятся как внешние, так и внутренние причины лингвистических изменений в языке.

В ходе анализа устаревшей лексики языка выявлено, что слова и

словосочетания, переставшие активно использоваться в речи, забываются не сразу, так как исчезновение из языка слов и отдельных их значений представляет собой сложное явление, совершающееся медленно и не сразу приводящее к выпадению слова из лексики языка вообще. Утрата слова или того или иного его значения - результат длительного процесса архаизации соответствующего языкового факта. Сначала слово из активного словарного запаса переходит в пассивный словарь, на данном этапе оно еще понятно носителям языка, знакомо им по речи более взрослого поколения, но при общении у людей уже не возникает потребности в использовании пассивного слова, и лишь потом оно постепенно забывается и совершенно исчезает из языка. Однако о полном исчезновении всех устаревших слов говорить ошибочно, авторы исторических романов используют их для наиболее правдивой передачи временного колорита описываемой эпохи, речи и быта действующих лиц. Как правило, понимание таких слов для современного читателя является достаточно затруднительным. Чем больше проходит времени с момента написания произведения, тем больший процент устаревших слов встречается в нем.

Одной из основных причин устаревания лексики языка в сужении семантико-стилистических функций слов, как в русском, так и в кыргызском языках. В ходе анализа устаревшей лексики русского и кыргызского языков выявлено, что слова и словосочетания, переставшие активно использоваться в речи, забываются не сразу, так как исчезновение из языка слов и отдельных их значений представляет собой сложное явление, совершающееся медленно и не сразу приводящее к выпадению слова из лексики языка вообще. Огромные изменения, происшедшие в социально-политической, экономической и культурной жизни любого народа не могут не отразиться на языке, на его словарном составе, изучение которого приводит к интересным выводам, представляющим немалый научный и практический интерес.

Сопоставительный анализ по данной тематике показал, что устаревание лексики зависит не только от давности лет, а чаще всего от изменений общественных формаций. Как показывают исследования стали устаревшими слова, которые были в самом активном запасе не более 30 лет назад. Как показывает материал диссертационного исследования, сюда относятся в основном общественно-политические языковые единицы, как в русском, так и в кыргызском языках: СССР, Съезд Советов СССР, коммунист, октябренок, пионер, комсомолец, колхоз, совхоз, белые, красные и др. Группа советской устаревшей лексики кыргызского языка составляет большое количество от всех выявленных устаревших слов. Результаты исследования показали, что в количественном отношении в кыргызском языке преобладает исконная лексика, а также заимствования арабо-иранского и русского происхождения.

Аамыят *ар.*- значимость; важность, значение; **Аваз** *ир.* - голос; **Абат** *ир.*- населенный, заселенный, благоустроенный;

Абзел 1. *ар.*- лучший, превосходный;

Арам 1.*ар.* нечистый, запретный

Абдес ир.; -южн. то же, что чоҗүн

Абжип ир.этно. - 1. знахарские средства, применявшиеся преимущественно женщинами для извода своих соперниц; порча, колдовство;

Абжор ир.южн. - ловкий, проворный, растопырный;

Абзел 2 ир. - сбруя, упряжь; 3. (в эпосе) название пушки богатыря Манаса;

Несмотря на значительный процесс архаизации исконных слов, они остаются тем основным фундаментом, на котором осуществляется функционирование языка. Воссоздать общую картину исторического развития лексического состава помогает накопление сведений об устаревшей лексике в тот или иной период.

Большое количество лексем кыргызского языка арабо-иранского происхождения, отражавших общественно-политическую и бытовую сферы, выпало из состава кыргызского языка во время присоединения Кыргызстана к России и в послереволюционный период. Вследствие этих политических событий, арабо-иранские заимствования полностью утратили свое былое влияние на кыргызский язык.

Лидирующее место теперь отведено заимствованиям из русского и через русский английского языков. Однако нельзя забывать и о так называемом явлении реактивизации.

К примеру, в настоящее время, в связи с резко возросшей исламизацией молодежи возвращается лексика религиозного характера преимущественно арабского происхождения, которая с приходом Советской власти и запретом на религию исчезла из языка до 90-ых годов прошлого столетия.

В то же время советизмы и сложносокращенные слова (ВКПб, КПСС, ВЦИК, фабзавком, нарком и т.д.) перешли в пассивный запас во время кардинальных изменений в политической и государственной системах.

Все выделенные нами разряды устаревших слов на протяжении истории претерпели изменения в своем составе, так как состав устаревших слов постоянно меняется.

В составе историзмов кыргызского и русского языков можно выделить два основных темпорально-стилистических разряда:

а) лексические единицы, устаревшие до советского периода истории русского и кыргызского языков;

б) лексические единицы, устаревшие в советский период истории русского и кыргызского языков;

Историзмы также подверглись в данном исследовании классификации по тематическим группам: а) общественно-политическая лексика; б) названия профессий; в) военная терминология; г) бытовая лексика.

Исследовав данную тематику, можно сделать вывод, что на сегодняшний день практически все носители кыргызского языка в процентном соотношении больше употребляют русские лексемы, нежели лексические единицы родного языка. Ниже приводится небольшое количество устаревших слов совершенно, вышедших из кыргызского языка.

Примеры перевода слов из нового кыргызско-русского «Словаря в словаре»:

Ажыкыйык – упрямый
Алык – дань (ист.), налог, обложение, поборы
Аптарчы – мелкий торговец
Аяп – волшебник
Бадирек – грубиян
Беймар – больной
Бейпул – бесплатно
Бокчо – чемодан, мешок
Борбуй – пах
Бурун – поворот
Быктыр – кипятить на тихом огне
Важип – обязательный
Даар – часть
Даекчи – 1. человек, который выручает приз на скачках 2. кыбачы
Даңса – родословная книга
Даркөй – чертоги
Добокер – истец
Доюр – неуступчивый, упрямый
Кирен – вход
Ракыш – далекий
Распаа – позор, бесчестие
Сагыр – 1. малолетняя сирота; 2. ребенок, дитя
Сайкал – полировка;
Сайкал бер – полировать
Сарапчы – (уст.) очки
Саргарт – экзема
Саакат – терпение, выдержка
Тапкөй – опытный тренер
Таптиш – обследование, расследование
Тапшырык – наказ
Чыган – выход

Использованные источники:

1. Богуславский И.М. Сфера действия лексических единиц. М.: Школа «Языки русской литературы», 1996.
2. Бухарева Н.Т. Архаизмы и историзмы в современном русском языке // Русская лексика в историческом и синхронном освещении. -Новосибирск, Наука, сиб. отд-е, 1985. С. 5-16.
3. Емельянова О.Н. О соотношении понятий "устаревшая лексика", "архаизм" и "историзм" в лексикологии и лексикографии // Риторика - лингвистика. Смоленск: Изд-во Смол. гос. пед. ун-та, 2004.
4. Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка // Учеб. Для вузов.-М.: Высшая школа, 1987.

5. Ярцева В.Н. Развитие грамматического строя и проблема архаизмов // Проблемы современной филологии. М.: Наука, 1965.

*Алексеев Р.Е.
студент 4 курса
Волков А.Ю.
научный руководитель
Ярославский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Ярославль*

ОРГАНИЗАЦИЯ КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

В статье рассмотрено кредитование физических лиц и его особенности на примере ПАО «Промсвязьбанк», а так же направления его совершенствования.

Ключевые слова: банк, кредитование, кредитование физических лиц, проблемы кредитования, совершенствование кредитования.

In the article credits to individuals and its features on the example of PJSC «Promsvyazbank», as well as its improving.

Keywords: Bank, lending, loans to individuals, credit problems, improving lending.

Кредит – общественные отношения, возникающие между субъектами экономических отношений по поводу движения стоимости [4]. Кредитование базируется на ряде принципов. На текущий момент в российском законодательстве принципы кредитования физических лиц конкретно не прописаны, имеются только косвенные упоминания об этих принципах в немногочисленных законодательных актах. В научной литературе выделяется пять принципов кредита: возвратность, срочность, платность, обеспеченность и дифференцированность.

При кредитовании физических лиц осуществляется процесс оценки их способности расплатиться с займом, т.е. осуществляется оценка кредитоспособности. Она исполняется на основании величины заработка клиента, рассмотрение его кредитной истории, а также скоринговой оценки и оценки на основе финансовых показателей платежеспособности. По итогам заемщик относится к определенной категории качества: кредитная заявка рекомендуется к рассмотрению, заявка неадекватна запрашиваемому кредиту или кредитование не рекомендовано.

Особенности кредитования физических лиц рассмотрены на примере ПАО «Промсвязьбанк». Промсвязьбанк – это многофункциональный банк, оказывающий полную совокупность банковских услуг населению и организациям.

В банке разработаны дифференцированные программы кредитования, ориентированные на различных клиентов. Например, потребительский кредит для «Госслужащих», «Особые отношения» (для людей, работающих в уполномоченных банком организациях), «Для держателей зарплатных карт»,

«Кредит для вкладчиков», льготные ипотечные займы Новостройка 11,9% с господдержкой и др.

На текущий момент кредитование физических лиц является одним из главных направлений деятельности банка. Этому свидетельствует устойчивая динамика объемов кредитов, выданных Промсвязьбанком. В тоже время область проблем, препятствующих результативной работе рынка банковского кредитования жителей, довольно обширная. Среди основных проблем можно выделить:

- беспрепятственный доступ к кредитным историям клиентов;
- нецеленаправленное применение кредита;
- мошенничество в сфере кредитования населения;
- вероятность невыплаты кредитных средств;
- трудность механизма реализации залога;
- финансовая безграмотность людей в вопросах касающихся кредитования.

Промсвязьбанк инновационно подходит к решению данных проблем, но это новое поле деятельности, в связи с этим их решение затягивается, кроме того это тенденции российской экономики применительно к инновациям [1; 2].

Стремительное формирование рынка розничного кредитования в условиях новой экономической реальности [3] заставляет подумать об устойчивости быстро растущих темпов роста, то есть о достижении организации количественных и качественных показателей кредитного портфеля в ближайшем будущем. Поэтому главной целью деятельности Промсвязьбанка в сфере кредитования на ближайшие годы является рост качественного и доходного кредитного портфеля на основе уменьшения и изменения кредитных рисков. Необходимо расширять число групп клиентов, которым предоставляются кредиты. Также основной задачей в сфере кредитования физических лиц является улучшение качества банковского обслуживания и скорости исполнения банковских операций.

В целях нарастания объема ссудной задолженности населения необходимо снабдить развитие каждого кредита, находящегося в банке, и принять в расчет потребности групп клиентов. Для этого необходимо разработать мероприятия по развитию кредитов.

Для развития сферы кредитования физических лиц Промсвязьбанк должен реализовать следующие мероприятия:

- решить социальные задачи клиентов с помощью кредитных программ;
- разработать предложения по расширению и улучшению действующих кредитных программ в целях наибольшего удовлетворения потребностей человека;
- вести обучающие тренинги, семинары с работниками кредитной организации для заемщиков с намерением основательного ознакомления с

кредитными программами, условиями кредитования, понимания проблем клиентов;

- предоставлять детальные данные и давать консультационную поддержку заемщикам на стадии подготовки документов, нужных для рассмотрения кредитных заявок;

- увеличить осведомленность вероятных заемщиков о кредитных программах, предлагаемых Промсвязьбанком;

- инициативно привлекать к реализации кредитных программ иных экспертов, а не только кредитных работников;

- заключать договора о сотрудничестве с начальниками организаций.

С целью роста производительности кредитного процесса в банке можно предложить нижеследующие направления:

- дифференцировать подход к предоставлению кредитов – выдавать большему числу клиентов кредиты на полгода, а по займам, предоставленным на срок более полугодом – рассмотреть возможность понижения процентной ставки;

- сформировать систему учета информации о заемщиках для целей определения величины кредитного риска, объемов, сроков и ставок по кредиту на каждого клиента;

- образовать систему исследования конкурентной обстановки в регионах по месторасположению филиалов;

- пополнять и постоянно совершенствовать спектр предоставляемых кредитных программ клиентам;

- привлекать в кадры высокопрофессиональных оценщиков объектов залога;

- рассмотреть возможность кредитования с применением векселей, депозитных и сберегательных сертификатов других кредитных организаций;

- снижать ставку процента по кредитам заемщиков, обладающих положительной историей в банке;

- рассмотреть вопрос об организации проведения и предоставления потребительского кредита в выходные;

- видоизменять и совершенствовать способы работы с просроченной задолженностью для увеличения качества кредитного портфеля;

- активизировать рекламную деятельность банка в сфере кредитования физических лиц.

Таким образом, предложенные рекомендации по совершенствованию системы кредитования в ПАО «Промсвязьбанк» повысят эффективность кредитного процесса в банке, что приведет к улучшению качества кредитного портфеля, снижению объема просроченной задолженности и в конечном итоге к повышению прибыльности банка.

Использованные источники:

1. Волков А.Ю. Инновации в России // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2012. – № 2. – С. 15 – 19.

2. Волков А.Ю. Инновации и Россия // Науч. тр. / Вольное экономическое общество России. – Т. 136. – 2010. – С. 102 – 113.
3. Волков А.Ю. Тенденции в экономике Ярославской области за 9 месяцев 2015 года // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности». – 2016. – С. 69 – 71.
4. Тюрин С.Б., Бурыкин А.Д., Волков А.Ю. Организация деятельности коммерческого банка: Учеб. пособие для бакалавров / Под ред. С.Б. Тюрин. – Ярославль: 2013. – 114 с.

*Андрухович Е.Н.
студент 4 курса*

факультет «Инженерно-экономический»

*Моисеенко Л.И.
студент 4 курса*

факультет «Инженерно-экономический»

Беларусь, г. Минск

ФИРМЕННАЯ ТОРГОВЛЯ

В статье рассматривается понятие фирменная торговля, фирменный магазин, основные типы фирменной торговли и ключевые функции фирменных магазинов.

Ключевые слова: фирменная торговля, фирменный магазин, «заводские магазины».

Фирменная торговля – форма организации розничной торговли, характеризующаяся продажей товара в фирменных магазинах. Следует отметить, что в настоящее время фирменная торговля становится значительным и необходимым элементом долгосрочной стратегии продвижения на рынке уникальных свойств и качеств фирменных товаров и услуг. В данном понимании представление данного термина, а именно «фирменная торговля» становится частным случаем его широкого понимания, в соответствии с которым субъекты фирменной торговли в процессе ее функционирования вступают в различные виды взаимодействия, выполняя при этом не только товарно-денежный обмен, но формируя устойчивую систему взаимного приспособления и взаимопомощи, которая выражается через социальный и информационный обмен знаниями, технологиями и инновациями [1].

Фирменная торговля во многих странах представлена специальной фирменной сетью магазинов. Поэтому следует отметить, что фирменные магазины – это торговые предприятия, которые принадлежат производителям, универсамам или различным сетям специализированных магазинов. Фирменные магазины являются неотъемлемой частью розничной торговой сети города, которая осуществляет свою деятельность в условиях конкуренции с другими субъектами хозяйствования.

Следует отметить тот факт, что фирменные магазины производителей

имеют название «заводские магазины». Магазины такого типа позволяют производителю реализовывать товары с мелким браком или возвращённую розничной торговлей продукцию. Также можно отметить, что «заводские магазины» позволяют производителю следить за сбытом товаров по сниженным ценам. Зачастую, «заводские магазины» обычно располагаются вдали от обычных торговых заведений, чтобы не возникало внутренних конфликтов.

По подчинённости фирменные магазины делятся на три типа:

- фирменные магазины отрасли – в них обычно представлена продукция всех или многих других предприятий;
- фирменные магазины промышленного объединения – они реализуют продукцию только данного объединения;
- фирменные магазины отдельных производственных предприятий.

Следует отметить задачу, которая стоит перед фирменной торговлей, а именно обеспечение потребителей не только продуктами, но и сопутствующими их услугами, поскольку доступные в настоящее время производителям средства рекламы и продвижения позволяют только неосновательно проинформировать потребителей о реальных качественных характеристиках товаров, которые в условиях жесткой конкуренции зачастую не приносят ожидаемого результата.

В процессе формирования фирменной торговли принимают участие три категории субъектов такие, как:

- предприятие-производитель;
- организация розничной торговли;
- конечные потребители.

Можно отметить, что в совокупности данные субъекты фирменной торговли создают специфический актив – фирменный продукт, который состоит из комплекса потребительских стоимостей физического товара, торговой услуги и торговой марки [2].

Поскольку в магазинах фирменной сети имеется больше возможностей для предоставления потребителям новых товаров и услуг, то это позволяет предприятию быстро реагировать на изменения, которые происходят на рынке. Также это позволяет предприятию определить наиболее перспективные направления развития производства, а также через свою фирменную торговлю участвовать в формировании спроса населения. Это все достигается за счет того, что на предприятии имеются квалифицированные консультанты и продавцы, которые не просто предлагают товар или услуг потребителям, но и подробно информируют потребителей о преимуществах товара или услуги по сравнению с другими похожими товарами, а так же рассказывают о способах его использования и приготовления.

Можно даже сказать, что фирменный магазин является своего рода проводником между предприятием-производителем и покупателем.

Следует отметить ключевые функции работы фирменных магазинов. К

ним можно отнести следующие функции:

- изучение рыночного спроса, а также его стимулирование;
- оценка конъюнктуры рынка для подтверждения продажной цены продукции;
- внедрение в организацию фирменной торговли принципов франчайзинга и мерчендайзинга.
- использование прогрессивных торгово-технологических процессов с учетом достижений науки, техники, передового зарубежного и отечественного опыта [3].

Обычно в магазинах фирменной торговли цены устанавливаются на порядок ниже розничной сети, поэтому именно она способствует повышению благосостояния жителей региона.

В современных условиях необходимость функционирования фирменных магазинов принимает особую современность. Следует отметить тот факт, что фирменная торговля способствует укреплению рыночной устойчивости предприятия-производителя, а также обеспечивает рынок сбыта, его стабильность и доходность.

Таким образом, можно сказать, что в настоящее время основная роль фирменной торговли заключается в том, что она способствует промышленным предприятиям в современных рыночных условиях успешно реализовывать свою продукцию на рынках, а также что бы обеспечивать население необходимыми товарами и сопутствующими их услугами. Также фирменная торговля способствует изучению и формированию потребительского спроса на производимые предприятием товара и сопутствующие их услуги, а также способствует улучшению ассортимента и качества товаров.

Использованные источники:

1. Фирменная торговля производственных предприятий и ее значение в развитии потребительского рынка крупного города. / [Электронный ресурс] – 2016. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-2/10.shtml>.
2. Организация фирменных торгово-сбытовых систем в предприятиях агропромышленного комплекса. / [Электронный ресурс] – 2011. – Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m499/3_1.htm.
3. Фирменная торговля – резерв эффективного сбыта готовой продукции. / [Электронный ресурс] – 2016. – Режим доступа: http://studme.org/10351020/marketing/firmennaya_torgovlya_rezerv_effektivnog_o_sbyta_gotovoy_produktsii.

*Андрухович Е.Н.
студент 4 курса
факультет «Инженерно-экономический»
Моисеенко Л.И.
студент 4 курса
факультет «Инженерно-экономический»
Беларусь, г. Минск*

ВЫКЛАДКА ТОВАРОВ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ

Статья посвящена рассмотрению основных правил и принципов, касающихся выкладки товаров в торговом зале.

Ключевые слова: выкладка товаров, торговый зал.

В наше время магазины предлагают покупателям примерно одинаковый ассортимент товаров, поэтому им приходится использовать различные способы, чтобы выделиться, стать непохожими друг на друга. Одним из таких способов является выкладка товаров.

Выкладка товаров – это способы укладки и демонстрации товаров в торговом зале согласно определенным правилам и принципам.

Основная цель выкладки товара – с помощью методов комбинированного воздействия управлять восприятием и поведением потенциальных покупателей.

Существует несколько основных правил выкладки товара:

1. Товар следует располагать «лицом» к покупателю.

Основная информация, содержащаяся на упаковке, должна быть легко читаема для покупателя и не быть закрытой ценниками или другими упаковками. Чтобы товар был заметен, он должен иметь достаточный «фейсинг» (определенное количество товаров в одинаковой упаковке, выставляемых на полке), иначе он будет теряться среди других товаров. Известно, что фейсинг, который занимает менее 40 см на полке стеллажа, неэффективен. Однако если фейсинг слишком длинный, то внимание покупателя снижается. Идеальный фейсинг может быть получен только экспериментальным путем, на базе исследования продаваемости товара, размеров упаковки, «видимости» товара и т. п.

2. Приоритетные полки для наиболее доходных товаров.

Приоритетными полками являются полки, находящиеся на уровне глаз. Решая, какой товар на них расположить, следует учитывать, что в наиболее выгодном положении должен находиться товар, который приносит наибольшую прибыль. Например, к этим товарам можно отнести товар, которому посвящены проводимые в магазине рекламные акции, дегустация и т. д.

3. Нижние полки для товаров, покупка которых продумана.

На самых нижних полках следует размещать товары, которые покупают осознанно. Например, пятилитровые бутылки воды. За неделю магазин может продать три-четыре бутылки, но покупатель, зная, где искать этот специфический товар, не поленится за ним наклониться. На этих же полках

следует располагать товары для детей.

4. Верхние полки для имиджа.

Верхние полки целесообразно использовать для создания имиджа товаропроизводителя. Для можно использовать альтернативную выкладку (дополнять выкладку основного товара перекрестными группами), а также выкладку наиболее дорогих позиций в необычно оформленных упаковках.

5. Соблюдение кругооборота товаров.

Ближе всего к покупателю должен размещаться товар, у которого конец срока реализации ближе, чем у остальных. При пополнении запаса в торговом зале товар, поступивший со склада, должен ставиться назад, а уже имеющийся на полке товар – передвигаться вперед. При этом надо постоянно проверять срок хранения.

6. Расположение среди конкурентов.

Товар, особенно малоизвестный, выгоднее разместить рядом с сильным конкурентом (чтобы заимствовать популярность) и подальше от слабого. Если товар является лидером, его выгоднее разместить отдельно.

7. Соблюдение правильной совместимости.

Выложенные товары не должны отрицательно влиять друг на друга (поглощение посторонних запахов при выкладке кофе и пряностей, водяных паров при размещении сухих и влажных товаров). Также необходимо учитывать эстетические требования (сочетаемость по цвету, форме, обеспечение гармоничности и целостности композиции).

8. Выбор занимаемой площади товаром.

Товары, имеющие высокую скорость реализации или рекламируемые в данное время, должны занимать большую площадь, нежели медленно реализуемые товары. Важный момент заключается в том, что ни в коем случае нельзя размещать товары с высокой и низкой скоростью реализации рядом, так как они могут просто «отобрать» друг у друга объемы продаж. Рекламируемые товары следует располагать на видном месте. Товары импульсивного спроса размещаются вокруг них, а также вокруг товаров с высоким уровнем спроса [1].

В любом торговом зале можно выделить несколько зон, от комфорта пребывания в которых зависит решение посетителя магазина совершить покупку. Во входной зоне магазина должны соблюдаться принципы выкладки товара с демократичными ценами, скидками, яркими призывными ценниками, что позволяет посетителю расслабиться и создать у него нужный настрой. В прикассовой зоне в основном располагаются недорогие мелочи, товары импульсного спроса, которые не особо необходимы покупателю, но при правильной подаче обязательно привлекут его внимание и будут куплены. В самом торговом зале выделяются несколько зон, в которых выкладывается товар различных брендов, ценовых категорий, товары с различными потребительскими свойствами, а также выделяются «горячие зоны», притягивающие взгляд покупателя необычным броским оформлением.

Принципы выкладки товара принимают во внимание и тот факт, что

основная масса посетителей магазина – правши, и движутся в торговом зале в основном против часовой стрелки, уделяя больше внимания товарам, расположенным с правой стороны. Обычно покупатель вначале обращает внимание на верхний правый угол полки или стеллажа, а затем волнообразно перемещается к нижним полкам. Именно в зонах внимания нужно располагать наиболее дорогие и приносящие прибыль товары.

В практике мерчендайзинга существует несколько основных видов выкладки товаров на полках магазина.

1. Выкладка товаров по товарным группам или категориям.

Самый распространенный вид выкладки, в рамках которой товары объединены в категории и схожие категории расположены вместе, а не расставлены по всему залу (выделение зон молочных продуктов, кондитерских изделий и т.д.).

2. Выкладка товаров по бренду или производителю.

Товар на полках выставляется в соответствии с принадлежностью к бренду или поставщику. При этом категории товаров могут не учитываться вовсе. Это обычно происходит по инициативе самого поставщика, который готов щедро приплачивать за подобное размещение.

3. Дисплейная выкладка товаров.

Обычно таким способом формируют дополнительные (дублирующие) точки продаж. При этом дисплейная выкладка находится на некотором отдалении от основного места размещения данного товара. Ключевой особенностью дисплейной выкладки является заметность.

4. Паллетная выкладка товаров.

Обычно это выкладка одного наименования ассортимента в кассовой или отдаленной зоне на отдельно стоящем поддоне. Также как и дисплейную выкладку, данный способ хорошо использовать для дублирования точек продаж.

5. Выкладка товаров «навалом».

Такой прием обычно используется при распродажах. Огромная куча товара, помещенная в какую-либо корзину, дает возможность покупателям порыться, не боясь нарушить оформления витрины.

6. Многотоварная выкладка.

При такой выкладке происходит смешение категорий товаров, которые тематически схожи. Примером может быть размещение в рыбном отделе различных приправ и соусов.

7. Горизонтальная или вертикальная выкладка.

Стандартная выкладка товаров на основной стеллаж. Товар при этом объединяется в вертикальные или горизонтальные ряды. Используется как основное место продаж [2].

Таким образом, ключевой целью соблюдения правил и принципов выкладки товаров должно быть удобство для покупателя. Когда выкладка логична и понятна, покупателю не приходится тратить много времени на поиск нужного ему товара. А за свое время он готов и платить. И даже если цена

будет немного завышена, в сравнении с конкурентами, за сэкономленное время он отблагодарит своей монетой.

Использованные источники:

1. Дион Д., Топпинг Т., Розничная торговля: Как открыть собственный магазин. – М: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 211 с.
2. Товароведение: уч. Пособие для вузов. Под. ред. Н.Д. Эриашвили и др. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, закон и право, 2006.–199 с.

*Андрухович Е.Н.
студент 4 курса*

факультет «Инженерно-экономический»

*Моисеенко Л.И.
студент 4 курса*

факультет «Инженерно-экономический»

Беларусь, г. Минск

ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДЫ СБЫТА

В данной статье рассматривается суть сбыта, его организация и основные методы.

Ключевые слова: сбыт, сбытовая деятельность, система сбыта, сбытовые посредники.

Сбыт имеет важное значение в деятельности предприятия. Это определяется тем, что в процессе реализации продукции в полной степени изучаются запросы потребителей, что весьма помогает предприятию усилить свои позиции на рынке.

Сбыт представляет собой продажу, реализацию предприятием, организацией или предпринимателями изготовляемой ими продукции, товаров с целью получения денежной выручки, обеспечения поступления денежных средств. Также можно отметить, что сбыт – это процесс выхода товара в сферу использования; реализация продукции; поставка с целью купли-продажи. Сбыт в большей степени это логистическая операция, которая означает поставку продукции покупателю напрямую, или через сбытовых посредников (поставщиков покупателя) [1].

Процесс организации сбыта на предприятии включает в себя складирование готовой продукции, а также ее непосредственное хранение, транспортировку, доставку к оптовым или розничным организациям, предпродажную подготовку, продажу собственно продукции, а в некоторых случаях еще предполагает послепродажное обслуживание.

Можно выделить следующие задачи сбыта:

- формирование предпочтений потребителей и стимулирование их к покупкам;
- налаживание контактов и заключение договоров с покупателями;
- обеспечение взаимовыгодных сделок;
- хранение и подготовка готовой продукции к продаже;

– отгрузка продукции [2].

Но главной задачей сбытовой деятельности является прибыльная реализация продукции предприятия, однако служба сбыта не может решать данную задачу, функционируя изолировано. Следовательно, сбыт должен взаимодействовать с другими функциональными областями деятельности предприятия. Данные взаимоотношения могут быть либо линейными по иерархической вертикали, либо линейно-функциональными (например, с сотрудниками, которые оказывают услуги или представляют консультации), либо горизонтальные (например, с производством).

На практике выделяют следующую классификацию сбыта:

- по организации системы сбыта;
- по числу посредников.

По организации системы сбыта различают прямой, косвенный и комбинированный (смешанный) сбыт.

Под прямым сбытом подразумевается непосредственная реализация продукции производителя конкретному потребителю, то есть от производителя к потребителю. Косвенный сбыт подразумевает использование независимых торговых посредников в канале сбыта, то есть от производителя к посреднику (посредникам), а затем уже к потребителю. Комбинированный (смешанный) сбыт представляет собой метод, при котором производитель использует как прямой, так и косвенный сбыт.

По числу посредников выделяют селективный и исключительный сбыт. Под селективным сбытом понимается использование ограниченного числа посредников. Основной целью селективного сбыта является достижение большого объема продаж при сохранении контроля над каналами сбыта. Под исключительным сбытом понимается использование малого (или единичного) числа посредников. Основной целью исключительного сбыта является сохранение престижного образа контроля за каналом сбыта [3].

Выбор методов сбыта продукции является наиболее сложным управленческим решением. Предприятия в условиях рыночной экономики значительное внимание уделяют проблемам оптимизации процесса продвижения товаров от производителей к потребителю. Результаты их хозяйственной деятельности во многом определяются правильностью выборов методов распределения товаров, формы и методов их сбыта, широтой ассортимента и качеством предоставляемых предприятием услуг, связанных с реализацией продукции.

Использованные источники:

1. Записки маркетолога. Сбыт / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.marketch.ru>.
2. Организация сбыта продукции / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://edu.dvgups.ru>.
3. Управление сбытом: тексты лекций для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» очной и заочной форм обучения / С.И. Барановский, С. В.

Аникин М.С.
магистрант 2-го курса
Финансовый университет при Правительстве РФ
Россия, г. Москва

THE IMPACT OF THE CHANGING BUSINESS ENVIRONMENT ON THE MANAGEMENT ACCOUNTING

During the last few decades global competition, deregulation, growth in the service industries and couple of other factors have changed the nature of the business environment. These changes have significantly altered the ways in which firms operate, which in turn, have resulted in changes in management accounting practices. Each of these factors created new requirements and objectives for management accounting system. The most important factors identified are described below:

- *Global competition.* Reductions in tariffs and duties on imports and exports, and dramatic improvements in transportation and communication systems, have resulted in many firms operating in a global market. Prior to this, many organizations operated in a protected competitive environment. Barriers of communication and geographical distance, and sometimes protected markets, limited the ability of overseas companies to compete in domestic markets. There was little incentive for firms to maximize efficiency and improve management practices, or to minimize costs, as cost increases could often be passed on to customers. During the 1990s, however, organizations began to encounter severe competition from overseas competitors that offered high-quality products at low prices. Manufacturing companies can now establish global networks for acquiring raw materials and distributing goods overseas, and service organizations can communicate with overseas offices instantaneously using video conferencing technologies. These changes have enables competitors to gain access to domestic markets throughout the world. Nowadays, organizations have to compete against the best companies in the world. This new competitive environment has increased the demand for cost information relating to cost management and profitability analysis by product lines and geographical locations.

- *Changing product life cycles.* A product's life cycle is the period of time from initial expenditure on research and development to the time at which support to customers is withdrawn. Intensive global competition and technological innovation, combined with increasingly discriminating and sophisticated customer demands, have resulted in a dramatic decline in product life cycles. To be successful companies must now speed up the rate at which they introduce new products to the market. Being later to the market than the competitors can have a dramatic effect on product profitability. In many industries a large fraction of a product's life cycle costs are determined by decisions made early in its life cycle. This has created a need for management accounting to place greater emphasis on providing information at the design stage because many of the costs are committed or locked

in at this time. Therefore, to compete successfully, companies must be able to manage their costs effectively at the design stage, have the capability to adapt to new, different and changing customer requirements and reduce the time to market of new and modified products.

- *Advances in manufacturing technologies.* Excellence in manufacturing can provide a competitive weapon to compete in sophisticated worldwide markets. In order to compete effectively, companies must be capable of manufacturing innovative products of high quality at a low cost, and also provide a first-class customer service. At the same time, they must have the flexibility to cope with short product life cycles, demands for greater product variety from more discriminating customers and increasing international competition. World-class manufacturing companies have responded to these competitive demands by replacing traditional production systems with lean manufacturing systems that seek to reduce waste by implementing just-in-time production systems, focusing on quality, simplifying processes and investing in advanced manufacturing technologies. Features of these new systems had a great influence on management accounting.

- *Environmental issues.* Customers are no longer satisfied if companies simply comply with the legal requirements of undertaking their activities. They expect company managers to be more proactive in terms of their social responsibility, safety and environmental issues. Environmental management accounting is becoming increasingly important in many organizations. There are several reasons for this. First, environmental costs can be large for some industrial sectors. Second, regulatory requirements involving huge fines for non-compliance have increased significantly over the past decade. Therefore, selecting the least costly method of compliance has become a major objective. Third, society is demanding that companies focus on being more environmentally friendly. Companies are finding that becoming a good social citizen and being environmentally responsible improves their image and enhances their ability to sell their products and services. These developments have created the need for companies to develop systems of measuring and reporting environmental costs, the consumption of scarce environmental resources and details of hazardous materials used or pollutants emitted to the environment. Knowledge of environmental costs, and their causes, provides the information that managers need to redesign processes to minimize the usage of scarce environmental resources and the emission pollutants and to also make more sensitive environmental decisions.

- *Customer orientation.* In order to survive in competitive environment companies have had to become more customer-driven and to recognize that customers are crucial to their future success. This has resulted in companies making customer satisfaction an overriding priority and to focus on identifying and achieving the key success factors that such as cost efficiency, quality, innovation and continuous improvement.

Thus, all factors mentioned above influenced management accounting system development, because each of them has unique requirements for information which should be provided to managers to support business decision process.

*Аникин М.С.
магистрант 2-го курса
Финансовый университет при Правительстве РФ
Россия, г. Москва*

PERFORMANCE MEASUREMENT AS A KEY DEVELOPMENT DRIVER IN OILFIELD SERVICES COMPANIES

The combination of experience and motivation of the top management is the most important driver of company's growth. The board of directors can influence both factors: the first one by hiring or firing employees and the second by establishing the motivation and remuneration schemes which includes factors such as bonuses and salary. Management accounting system and reporting process have a great influence on these factors. Thus, changes in the reporting process affects motivation scheme for company's employees, especially top management. That is why the accuracy of the reporting and consolidation process is controlled by company's management. Apart from the management accounting system of the company the combination of the key performance indicators and proportion of the base salary, bonuses and long term incentive plan in the total compensation of the top management are important to set a right motivation scheme. To indicate the most appropriate set of components for the top management of the company in the oilfield services sector the compensation schemes for major players: Schlumberger, Halliburton and Baker Hughes is analyzed in the paper

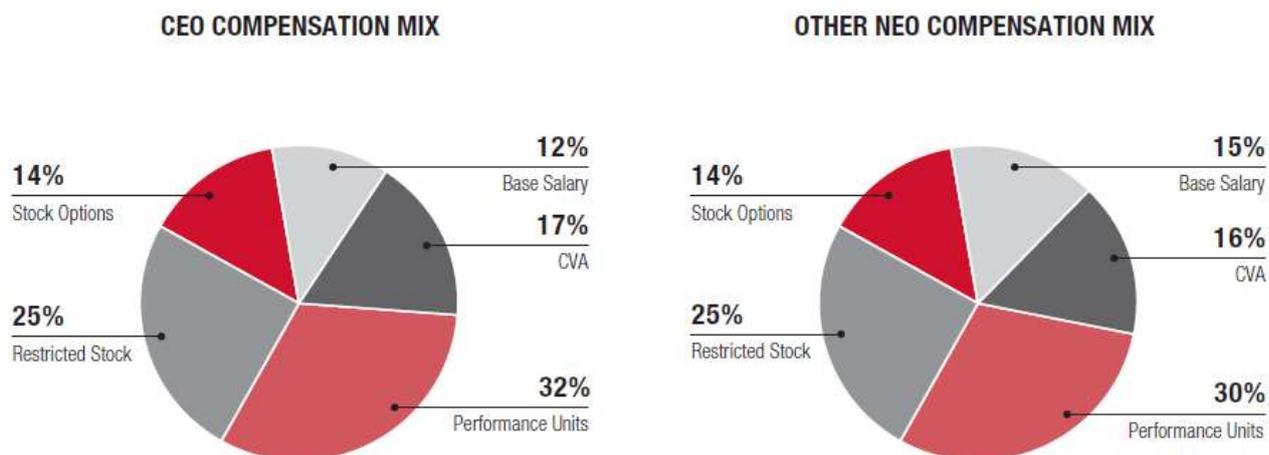
Halliburton. The executive compensation program in the Halliburton is designed to achieve the following objectives:

- Provide a clear and direct relationship between executive pay and Halliburton's performance on both a short-term and long-term basis;
- Emphasize operating performance drivers;
- Link executive pay to measures that drive stockholder returns;
- Support Halliburton's business strategies and maximize the return on Halliburton's human resource investment.

These objectives serve to assure long-term success and are built on the following compensation principles:

- Executive compensation is managed from a total compensation perspective (i.e., base salary, short- and long-term incentives, and retirement are reviewed altogether);
- Each component of the total compensation package is analyzed in order to determine that compensation opportunities for NEOs are competitive and market-driven.
- All elements of compensation are compared to the total compensation packages of a comparator peer group, which includes both competitors and companies representing general industry that reflect the markets.

The graphs depict the mix of total direct compensation set for NEOs during 2015 and assumes plan performance levels are achieved.

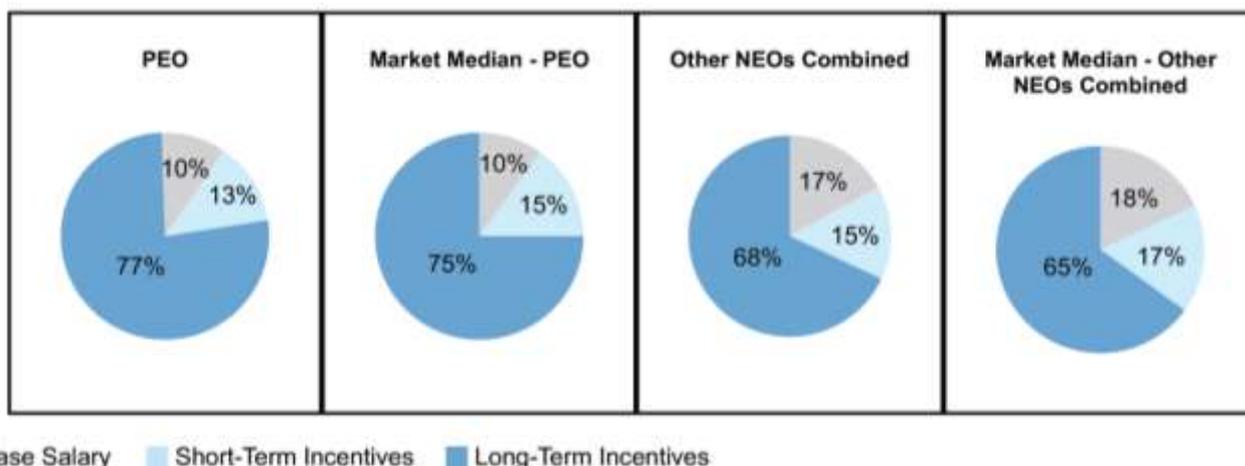


Picture 1. The mix of total direct compensation set for NEOs during 2015

Baker Hughes. The purpose of Baker Hughes's compensation program is to motivate exceptional individual and organizational performance that is in the long-term best interests of the stockholders. Baker Hughes uses traditional compensation elements of base salary, annual short term incentives, long-term incentives, and employee benefits to deliver attractive and competitive compensation. Baker Hughes benchmarks both compensation and Company performance in evaluating the appropriateness of pay. The executive pay decisions are made by an independent Compensation Committee of the Board of Directors, with assistance from its independent consultant. Baker Hughes targets the market median for base salary and short-term incentive compensation, while providing the opportunity for executives to earn upper quartile incentive pay based on Company's performance.

Target pay includes base salary, target bonus, the Black-Scholes grant date value of stock options and the grant date value of restricted stock, and the target value of performance units for the period. Realized pay includes base salary, bonus payout, a recalculated Black-Scholes value of stock options using updated inputs but holding the original exercise price the same, the December 31, 2015 value of restricted stock granted during the period, and the value of cash-based performance units paid out during the period.

The charts below (pic.2) show the fiscal year 2015 mix of compensation elements for the executive officers as compared to that of the Reference Group market median. This comparison demonstrates that the allocation of the compensation elements is similar to the compensation practices of the Reference Group, but with more weight to long-term incentives. This allocation is aligned with one of the compensation objectives to provide a significant percentage of total compensation that is variable and at risk.



Picture 2. The fiscal year 2015 mix of compensation elements for the NEOs as compared to that of the Reference Group market median

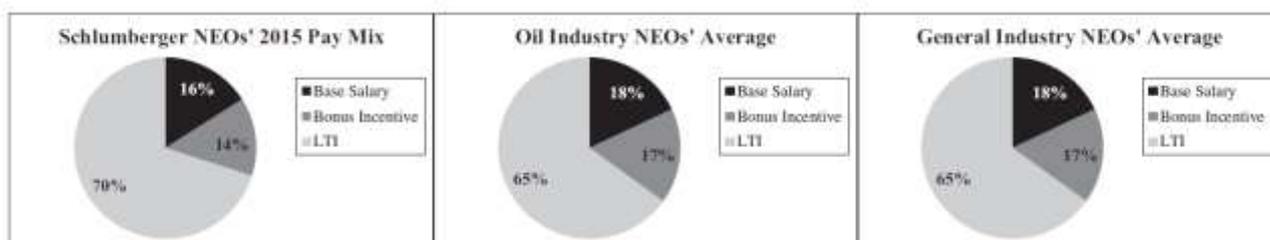
Schlumberger

Schlumberger success in delivering strong long-term stockholder returns and financial and operational results is a result of attracting, developing and retaining the best talent globally. A highly competitive compensation package is critical to this objective and, to this end, the Compensation Committee seeks to target total direct compensation (i.e., base salary plus annual cash incentives plus LTI awards) for company’s NEOs and other executive officers at or very close to the 75th percentile of the Company’s two main executive compensation comparator groups.

Accordingly, company’s named executive officers receive a greater percentage of their compensation through at-risk pay tied to Company performance than our other executives. Schlumberger’s executive compensation program consists of three primary elements, comprising our executives’ total direct compensation: long-term equity incentives; annual cash incentives, based upon Company and individual performance; base salary.

These elements allow the Company to remain competitive and attract, retain and motivate top executive talent with current and potential future financial rewards. At the same time, this relatively simple compensation program is applied and communicated consistently to company’s exempt employees of more than 140 nationalities operating in approximately 85 countries.

Based on market data provided by Pay Governance, the charts below (pic. 3) show the average percentage of 2015 base salary, target cash incentive and 2015 LTI compensation established by the Compensation Committee in January 2015 for the NEOs who served throughout 2015, in comparison to the Company’s two main comparator groups. The charts demonstrate that Schlumberger’s pay mix generally aligns with that of both peer groups, though Schlumberger provides a slightly higher proportion of at-risk LTI compensation.



Picture 3. The average percentage of 2015 base salary, target cash incentive and 2015 LTI compensation for NEOs in 2015 compared to comparator groups

Аникина О.С.
студент
ЭМФ УлГТУ ФГБОУ ВО УлГТУ
Ширяева Н. В., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВО УлГТУ
РФ, г. Ульяновск

ФИНАНСИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

Аннотация: в статье рассматривается динамика расходов консолидированного бюджета РФ в сфере образования. Данный анализ охватывает период с 2005-ого по 2015 годы, проведен данный анализ с учетом числа детей различных возрастов, проходящих образовательный процесс в указанном периоде. Был проанализирован общий уровень расходов и структура данных расходов по уровням образования.

Ключевые слова: финансирование образования, расходы, расходы на образование, индекс уровня образования, консолидированный бюджет РФ.

THE FINANCING OF EDUCATION IN RUSSIA

Abstract: the article discusses the dynamics of expenditures of the consolidated budget of the Russian Federation in the field of education. This analysis covers the period from 2005 till 2015, conducted this analysis taking into account the number of children of different ages, undergoing the educational process in the specified period. Analyzed the overall level of spending and the structure of these expenditures by level of education.

Keywords: financing of education expenditure, spending on education, index of level of education consolidated budget of the Russian Federation.

Важнейшим показателем социального развития любой страны является показатель расходов, которые данная страна тратит на образование ее граждан. Ведь вложения в образование населения страны повышает человеческий капитал и улучшает перспективы экономического развития. К тому же, инвестиции в образование повышают уровень интеллектуального развития людей, что обеспечивает им определенную возможность для самореализации. Высокий уровень образованности дает людям материальное благополучие и возможность вести здоровый образ жизни.

Чтобы понять, какова динамика бюджетных расходов на образование в

нашей стране, мы рассмотрели общий объем бюджетных расходов на систему образования в структуре консолидированного бюджета Российской Федерации в период с 2005 по 2014 годы. Данный бюджет включал в себя также различные реализованные социальные проекты и программы. Проведенный анализ показал, что общие расходы на образование с 2005 по 2014 годы увеличились в 3,7 раза. Что касается ежегодной доли расходов на образование, то в структуре консолидированного бюджета РФ она составляет около 11%. Наглядно динамика расходов и общий процентный рост представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Динамика расходов консолидированного бюджета РФ на образование [1].

	Расходы консолидированного бюджета РФ - всего, млрд. руб.	Расходы консолидированного бюджета РФ на образование.	
		всего, млрд. руб.	в % к расходам консолидированного бюджета РФ
2005 г.	6 820,6	801,8	11,8
2006 г.	8 375,2	1 036,4	12,4
2007 г.	11 378,6	1 343	11,8
2008 г.	14 157	1 664,2	11,8
2009 г.	16 048,3	1 783,5	11,1
2010 г.	17 616,7	1 893,9	10,8
2011 г.	19 994,6	2 231,8	11,2
2012 г.	23 174,7	2 558,4	11
2013 г.	24 931,1	2 888,8	11,6
2014 г.	27 216	3 037,3	11,2

Самая большая часть государственных расходов на образование отдана общему образованию, поскольку оно характеризуется длительностью обучения и большим охватом населения. По уровням динамика расходов консолидированного бюджета РФ представлена нами в таблице 2.

Таблица 2 - Динамика расходов консолидированного бюджета РФ на образование по уровням [1].

Годы	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Дошкольное образование	113	145,3	189,7	254,5	287	321,3	394,7	469,6	598,1	658,1
Общее образование	356	475,9	599	737,1	795,6	827,4	989,7	1 184	1 329,2	1 414,7
Профессиональное образование	82,8	102,8	128	159,4	169	163,8	177,7	188,7	197,4	201,8
Высшее образование	125,9	169,9	240,2	294,6	347,2	377,8	416,8	464	512,5	519,7

Увеличение расходов на образование связано это с тем, что в последнее время было проведено множество программ и проектов, которые своей целью имеют повышение конкурентоспособности нашей страны в

сфере образования. К тому же, РФ стремится соответствовать требованиям, которые предъявляет к уровню образования международный рынок труда. Повышение расходов на дошкольное образование можно объяснить тем, что на сегодняшний день в дошкольных учреждениях появилось много новых мест, что повлекло за собой необходимость оборудования этих мест и соответственно их содержания. В первую очередь, увеличилось количество соответствующего дошкольным учреждениям персонала.

Если анализировать показатели расходов на образование в общих чертах, то можно говорить о том, что динамика роста трат на образовательный процесс сохраняется. Но стоит также провести анализ указанных расходов с учетом численности обучающихся. По ежегодным показателям система образования охватывает около 30 млн. человек. Эта 20% от численности населения России. Динамика числа населения в системе образования представлена нами в таблице 3.

Таблица 3 - Динамика числа населения в системе образования [2].

Годы	Численность населения - всего, млн. чел.	Численность населения в системе образования	
		всего, млн. чел	в процентах к численности населения
2005	143,8	31,3	21,8
2006	143,2	30,6	21,4
2007	142,9	30,2	21,1
2008	142,7	29,8	20,9
2009	142,7	29,4	20,6
2010	142,9	29,1	20,4
2011	142,9	28,9	20,2
2012	143,1	28,4	19,9
2013	143,3	28,2	19,7
2014	143,7	27,9	19,4

Из исследования числа образовательных учреждений и количества общающихся в них людей, стало видно, что число образовательных учреждений в РФ снизилось на 21,7%, а численность обучающихся - на 10,5%. Наглядно данные показатели представлены нами в таблице 4.

Таблица 4 - Динамика изменения сети и контингента обучающихся [1].

Годы	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Число дошкольных образовательных организаций, тыс.	46,5	46,2	45,7	45,6	45,3	45,1	44,9	44,9	44,3	43,2
в них воспитанников, млн. чел.	4,5	4,7	4,9	5,1	5,2	5,4	5,7	5,7	6	6,3
Число общеобразовател	62,5	60,3	57,3	55,1	52,4	50,1	47,7	46,2	44,7	44,1

ьных организаций, тыс.										
в них обучающихся, млн. чел.	15,6	14,7	14,1	13,8	13,6	13,6	13,7	13,7	13,8	14,3
Число профессиональных образовательных организаций, тыс.	6,3	6,1	6	5,6	5,5	5,2	5	4,7	4	2,9
в них обучающихся, млн. чел.	4,1	3,9	3,7	3,4	3,2	3,1	3,0	2,9	2,8	2,1
Число образовательных организаций высшего образования, тыс.	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1	1	1
в них обучающихся, млн. чел.	7,1	7,3	7,5	7,5	7,4	7	6,5	6,1	5,6	5,2

Приведенные выше таблицы показывают нам, что расходы на дошкольное образование увеличились в 5,8 раз, на общее образование число расходов увеличилось в 4 раза, на среднее профессиональное образование число расходов возросло в 2,4 раза, а на высшее образование - в 4,1 раза.

Подобные цифры говорят нам о том, что в последние годы, а если быть точным, то за последние 10 лет, в РФ расходы на образование не снижаются, скорее, напротив, идет их увеличение, хотя демографическая специфика нашей страны и современная экономическая ситуация этому не способствуют. Но вместе с увеличением расходов на образование происходит модернизация и образовательного процесса и его оптимизация. Данные процессы находят свое отражение в том, что изменяется структура сети образования, например, происходит укрупнение образовательных организаций, что и приводит к снижению численности образовательных организаций в целом. Это делается с целью повышения эффективности выделяемых на образования средств, что может дать существенный кумулятивный эффект для Российской Федерации.

Использованные источники:

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/education/# (дата обращения 21.05.2016 г.);
2. Официальный сайт Федерального казначейства. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.roskazna.ru/ispolnenie-byudzhetrov/konsolidirovannyj-byudzheto/> (дата обращения 21.05.2016 г.).

*Анисимова Э.С.
ассистент
кафедры информатики и дискретной математики
Елабужский институт (филиал) ФГАОУ ВО КФУ
Мухаметшина Г.Н.
студент 3го курса
Россия, г. Елабуга*

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

В 50-70-е годы XX века стало очевидно, что человечество вступает в новую эпоху, дорогу к которой проложило бурное развитие техники и, в первую очередь, компьютеров, и ИТР в целом. Развитие компьютерных технологий позволило обществу подойти к глобальной проблеме информатизации, связанной с быстро возрастающими интеграционными процессами, проникающими во все сферы нашей деятельности: науку, культуру, образование, производство, управление и т. д.

Информатизация общества - это глобальный социальный процесс, особенность которого состоит в том, что доминирующим видом деятельности в сфере общественного производства является сбор, накопление, обработка, хранение, передача, использование, продуцирование информации, осуществляемые на основе современных средств микропроцессорной и вычислительной техники, а также разнообразных средств информационного взаимодействия и обмена.

История развития информатизации началась в США с 60-х годов XX века. Затем данное понятие рассматривалось рядом стран, таких как Япония в 70-х годах и с конца 70-х годов странами Западной Европы. Универсальным техническим средством обработки любой информации является компьютер, который играет роль усилителя интеллектуальных возможностей человека и общества в целом. Появление и развитие компьютеров - это необходимая составляющая процесса информатизации общества и образования. При информатизации общества основное внимание уделяется комплексу мер, направленных на обеспечение полного использования достоверного, исчерпывающего и своевременного знания во всех видах человеческой деятельности. Именно поэтому, данное понятие является более широким, чем "компьютеризация общества", где основное внимание уделяется развитию и внедрению базы компьютеров, обеспечивающих оперативное получение информации [3]. В понятии "информатизация общества" акцент надо делать не столько на технических средствах, сколько на сущности и цели социально-технического прогресса. Информатизация на базе внедрения компьютерных и телекоммуникационных технологий является реакцией общества на потребность в существенном увеличении производительности труда в информационном секторе общественного производства, где сосредоточено более половины трудоспособного населения.

В настоящее время все страны мира в той или иной степени осуществляют процесс информатизации. Неправильно выбранная стратегия

информатизации или ее недостаточные динамизм и мобильность могут привести к существенным, а подчас драматическим изменениям во всех сферах жизни страны. Как упоминалось выше, первая страна, которая начала информатизацию, - это США. Другие промышленно развитые страны мира, поняв перспективность и неизбежность этого направления, достаточно быстро сориентировались и стали наращивать темпы внедрения компьютеров и средств телекоммуникаций.

В большинстве развитых стран понимают, что без чрезвычайных усилий отставание в области информационных и коммуникационных технологий может стать необратимым для их развития в целом.

Результатом процесса информатизации является создание информационного общества, где манипулируют не материальными объектами, а символами, идеями, образами, интеллектом, знаниями. Если рассмотреть человечество в целом, то оно в настоящее время переходит от индустриального общества к информационному.

Для каждой страны ее движение от индустриального этапа развития к информационному определяется степенью информатизации общества [4].

Информационное общество – это общество с высоким уровнем развития и использования информационных технологий, развитыми инфраструктурами, обеспечивающими производство информационных ресурсов и возможность доступа к информации.

Ближе всех на пути к информационному обществу стоят страны с развитой информационной индустрией, к числу которых следует отнести США, Японию, Англию, Германию, страны Западной Европы. В этих странах уже давно одним из направлений государственной политики является направление, связанное с инвестициями и поддержкой инноваций в информационную индустрию, в развитие компьютерных систем и телекоммуникаций.

Особое место среди проблем информатизации общества занимает закон экспоненциального роста объема знаний. Известно, что любая общественная система губит себя в перспективе, переставая производить знания, так как производство и накопление знаний является атрибутом прогрессивного общественного развития. С этой точки зрения, мировое сообщество в настоящее время можно условно разбить на четыре группы стран - по господствующему виду деятельности:

- страны, производящие сырье, продовольствие и товары народного потребления по иностранным лицензиям;
- страны, производящие техническую продукцию по иностранным лицензиям и частично оригинальные технологии (сегодня в этой группе стран находится Россия);
- страны, производящие оригинальные технологии (известно, что лидером мирового технологического прогресса является Япония);
- страны, производящие знания (признанным лидером мирового

интеллектуального прогресса являются США, которые производят 96% электронных баз знаний).

По подсчетам ученых, с начала нашей эры для удвоения знаний потребовалось 1750 лет, второе удвоение произошло в 1900 году, а третье - к 1950 году, т.е. уже за 50 лет. Тенденция эта все более усиливается - объем знаний в мире, по прогнозам, в скором времени возрастет вдвое, а объем информации увеличится более чем в 30 раз.

Это явление, получившее название "информационный взрыв", вошло в ряд симптомов начала информационного века, включающих, например, быстрое сокращение времени удвоения объема накопленных знаний; преобладание уровня материальных затрат на хранение, передачу и переработку информации над уровнем аналогичных расходов на энергетику; проблему межъязыкового обмена в мире и другие.

Главным итогом информатизации станет обеспечение свободного своевременного доступа населения к региональному, государственному и мировому информационному фонду, формирование потребности и сознания необходимости его использования в процессе своей деятельности у каждого члена общества. Задачи информатизации будут выполнены и затраты на ее проведение оправдаются только в том случае, если она будет проводиться с единых позиций, базироваться на единых принципах.

Создание и развитие индустрии переработки информации является определяющим направлением в информатизации, так как именно эта отрасль, используя современные средства и технологии, производит конечный продукт - информацию, пополняет и поддерживает информационный фонд, обеспечивает доступ к нему и использование населением страны.

Информатизация, в зависимости от своего хода и результатов, может иметь различные последствия, в том числе и негативные. Поэтому необходим контроль состояния и хода этого процесса и принятия на основании результатов контроля мер, обеспечивающих возможно больший положительный эффект и ослабление, а по возможности предотвращение, негативных последствий информатизации.

Таким образом, информатизация должна быть направлена на повышение эффективности использования потенциала страны, на реализацию механизмов развития цивилизации в целом, и быть ориентирована на удовлетворение информационных потребностей всех членов общества.

Использованные источники:

1. Войскунский А., Кузнецова А., Нейман М. Информационное общество: отношение населения // Проблемы информатизации, 1993 г., №3-4.
2. Заболотский В., Юсупов Р. Проблемы информатизации общества // Проблемы информатизации, 1994 г., №1-2.
3. Урсул А. Информатизация общества и переход к устойчивому развитию цивилизации // Вестник РОИиВТ, 1993 г., №1-2
4. Информатизация общества и переход к информационному обществу // Вестник РОИиВТ, 1994 г., №1-2.

5. Отделение информатики, вычислительной техники и автоматизации Российской академии наук \\\ Проблемы информатизации, 1994 г., №1-2.

*Анисимова Э.С.
ассистент
кафедры информатики и дискретной математики
Елабужский институт (филиал) ФГАОУ ВО КФУ
Россия, г. Елабуга*

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТА DBFORGE STUDIO FOR MYSQL ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «БАЗА ДАННЫХ»

Важной составляющей в организации учебного процесса при преподавании дисциплины «База данных» является выбор программного обеспечения для управления и создания баз данных [4]. Для работы с базами данных сегодня существует большое число программ: MS Office Access, Paradox, dBase, FoxPro... Наиболее популярной СУБД при преподавании дисциплины «База данных» является MS Access [1]. Ее достоинства: простой графический интерфейс; большое количество мастеров, которые выполняют основную работу за пользователя при работе с данными и разработке приложений; ориентированность на пользователя с разной профессиональной подготовкой; широкие возможности по импорту/экспорту данных в различные форматы; наличие развитых встроенных средств разработки приложений; наличие встроенного языка макрокоманд. Недостатки: ограничены возможности обеспечения многопользовательской среды; несложные способы защиты с использованием пароля базы данных; в вопросах поддержки целостности данных отвечает только моделям баз данных небольшой и средней сложности; кроме того, MS Access не распространяется бесплатно.

Конечно, проектировать базу данных также можно непосредственно с помощью SQL-команд, используя инструменты MySQL. Однако это весьма кропотливый, сложный и трудоемкий процесс (по крайней мере, на начальных этапах работы студентов с базами данных). В этой связи существует достаточно большое число программных продуктов, автоматизирующих этот рутинный процесс.

Одним из современных гибких профессиональных инструментов для работы с MySQL является программа dbForge Studio for MySQL. С ее помощью автоматизируется проектирование и администрирование баз данных, ввод и редактирование таблиц, создание и выполнение SQL-скриптов, триггеров, запросов. Кроме того, программа dbForge Studio for MySQL является бесплатной для некоммерческого использования, что, например, облегчает применение ее студентами при выполнении самостоятельной работы вне учебного заведения.

Рассмотрим особенности применения инструмента dbForge Studio for MySQL при организации учебных занятий по дисциплине «База данных».

Первоначально студенты знакомятся с основными возможностями данной программы [3]. Им предлагаются несложные задания по разработке баз данных, установлению связей между таблицами, наполнению создаваемых баз данных информацией, а также созданию запросов и триггеров. Далее каждый студент выполняет индивидуальное задание по разработке своей базы данных [2].

Рассмотрим примеры некоторых индивидуальных заданий.

1. Достаточно стандартной является задача о зачислении абитуриентов на бюджетные места в институт. Абитуриенты сдают экзамены на один или несколько факультетов вуза. Известно расписание экзаменов: дата, предмет экзамена, факультет, на который экзамен сдается. На экзаменах абитуриенты получают оценки. По каждому абитуриенту хранятся некоторые данные, в частности, номер и дата выдачи аттестата. Необходимо создать три таблицы, представляющие собой модель предметной области:

Абитуриенты (Номер абитуриента, Фамилия, Имя, Отчество, Номер аттестата, Дата выдачи аттестата).

Экзамены (Код экзамена, Предмет, Дата проведения экзамена, Тип экзамена, Факультет).

Оценки (Код экзамена, Номер абитуриента, Оценка).

Установить связи между таблицами. Заполнить каждую таблицу записями (не менее 10).

2. Создать следующие запросы:

– Получить фамилии, имена и номера студентов, которых зовут Александр или Александра. Учесть, по возможности, что имя может быть набрано с ошибками или с ведущими пробелами (?).

– Какие абитуриенты получили больше других пятерок?

– Какие абитуриенты сдали математику лучше, чем в среднем сдали различные предметы абитуриенты, поступающие на ВМК?

– Какие абитуриенты сдали все экзамены, которые есть в расписании?

– Найти экзамены, которые пока никто не сдавал.

и т.д.

Следует отметить, что процесс разработки баз данных с помощью инструмента dbForge Studio for MySQL является более наглядным, что весьма важно при изучении дисциплины «База данных». Так, например, здесь существует два способа конструирования базы данных, создания таблиц базы данных – визуальный способ и способ на основе скрипта. Конечно, на первом этапе разрабатывать базы данных с использованием только SQL-скрипта студентам будет весьма проблематично, в этой связи для начала предпочтительнее использовать визуальный способ разработки. Но, в отличие от MSAccess, в процессе визуального конструирования базы данных в dbForge Studio for MySQL студент может одновременно наблюдать за изменениями SQL-скрипта, который генерируется программой автоматически, т.е. все, что

студент создает визуально, сразу же переводится на язык SQL и отображается в отдельном окне.

Рассмотрим процесс создания таблицы «Abiturient». Укажем название таблицы, названия необходимых полей, их типы, размеры, определим ключевое поле таблицы.

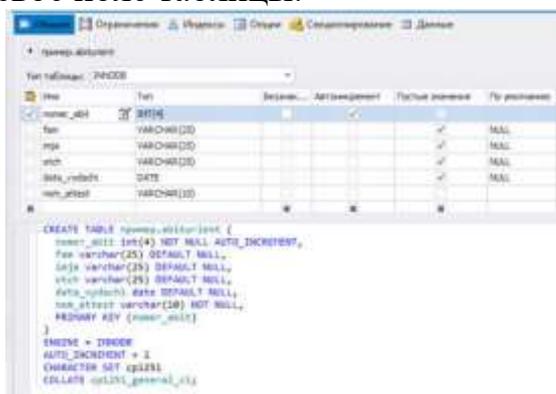


Рис. 1. Скрипт создания таблицы «Abiturient» базы данных

Код создания таблицы сразу же отображается в окне скрипта – все действия переводятся на язык SQL. Аналогично, визуально или с помощью скрипта, можно создать остальные таблицы «ekzamen» и «ocenki» базы данных.

Для создания связей между таблицами в ограничениях таблицы «ocenki» следует создать первый внешний ключ, ссылаясь на столбец – первичный ключ «nomer_abit» таблицы «abiturient», и второй внешний ключ, ссылаясь на столбец – первичный ключ «Kod_ekz» таблицы «ekzamen».

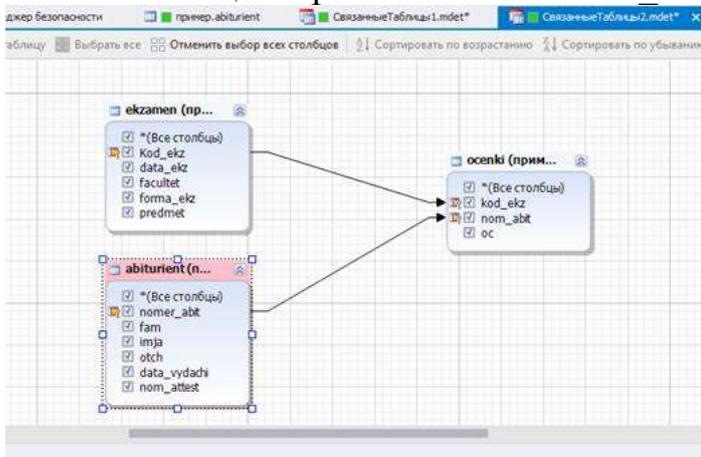


Рис. 2. Связанные таблицы

Таким образом, программа dbForge Studio for MySQL имеет удобный графический интерфейс, может использоваться пользователями с разной профессиональной подготовкой. Многие операции, выполняемые визуально, понятны на интуитивном уровне, что облегчает ее применение начинающими пользователями. Кроме того, dbForgeStudio предоставляет широкие возможности по импорту/экспорту данных в различные форматы, по работе с триггерами, администрированию баз данных. Таким образом, dbForge Studio может успешно применяться при организации занятий по дисциплине «Базы данных».

Использованные источники:

1. Карчевский Е. М., Филиппов И. Е. Access 2010 в примерах: учебно-методическое пособие. – КФУ, 2011. – 118 с.
2. Клецова Т. В., Овсянникова Н. В., Прохоров И. В. Базы данных: Лабораторный практикум. – М.: МИФИ, 2008. – 132 с.
3. Фетисов В. Работа с MySQL с помощью dbForgeStudio. <http://www.kv.by/content/326273-rabota-s-mysql-s-pomoshchyu-dbforge-studio>
4. Хомоненко А. Д., Цыганков В. М., Мальцев М. Г. Базы данных: учебник для высших учебных заведений / под ред. проф. А. Д. Хомоненко. – СПб.: КОРОНА принт, 2000.

*Апросичева К.С.
студент*

*Владимирова А.С.
студент*

*Санкт-Петербургский Национальный Государственный
Университет Информационных технологий, механики и оптики*
**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В
РОССИИ**

Конституция Российской Федерации (ст. 7) провозглашает: "РФ - социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека". Из этого общего положения вытекают следующие конституционные обязанности российского государства: а) охранять труд и здоровье людей б) устанавливать минимальный гарантированный размер оплаты труда в) обеспечивать государственную поддержку семье, материнству, отцовству и детству, инвалидам и пожилым гражданам г) развивать систему социальных служб д) устанавливать государственные пенсии, пособия и иные гарантии социальной защиты.

Социальная политика — политика в области социального развития и социального обеспечения, система проводимых субъектом хозяйствования мероприятий, направленных на улучшение качества и уровня жизни определённых социальных групп, а также сфера изучения вопросов, касающихся такой политики, включая исторические, экономические, политические, социо - правовые и социологические аспекты, а также экспертизу причинно-следственных связей в области социальных вопросов.

Свою социальную политику государство обычно проводит через местные и региональные органы власти. Финансируется государственная социальная политика из государственного бюджета. Объектами социальной политики государства обычно являются крупные социальные группы, соответствующие либо идеологическим установкам государства на данный момент, либо ценностным ориентациям общества на долговременную перспективу.

Цель социальной политики государства состоит в улучшении

здоровья нации, в обеспечении достаточного дохода и социальной поддержки в определённых неблагоприятных жизненных ситуациях и, в целом, в создании для населения благоприятной социальной атмосферы в обществе.

Социальная политика является составной частью общей *стратегии государства*, относящейся к социальной сфере: целенаправленная деятельность по выработке и реализации решений, непосредственно касающихся человека, его положения в обществе; по предоставлению ему социальных гарантий с учетом особенностей различных групп населения страны проводимая правительством, всеми ветвями и органами власти, опирающаяся на широкую общественную поддержку социальная политика предназначена аккумулировать, фокусировать, отражать обстановку в стране и ситуацию в обществе, потребности и цели социального развития.



Рис.1 Структура, цели и задачи социальной политики РФ

Государство является механизмом распределения социальных выплат населению и уровень жизни всех слоев населения во многом зависит от того, какую политику оно будет проводить. Чрезмерно активное вмешательство государства в пере распределительные процессы, выравнивание доходов ведет к снижению деловой активности в обществе и сокращению эффективности производства в целом. С другой стороны, сокращение роли государства в регулировании доходов населения ведет к росту дифференциации доходов, социальной напряженности, обострению социальных конфликтов и в итоге к падению производства, снижению его эффективности. Достижение оптимальных масштабов вмешательства государства в регулирование социальных отношений в обществе связано с разрешением противоречия между эффективностью и социальной справедливостью.

Политика социального государства нацелена на решение таких задач, как:

1) стабилизация жизненного уровня населения и недопущение массовой бедности; 2) сдерживание роста безработицы и материальная поддержка

безработных, а также подготовка трудовых ресурсов такого размера и качества, которые соответствуют потребностям общественного производства;3) поддержание стабильного уровня реальных доходов населения путем проведения антиинфляционных мер и индексации доходов4) развитие отраслей социальной сферы (образование, здравоохранение, жилищное хозяйство, культура и искусство).

Основными направлениями социальной политики России являются:

1. Политика в области улучшения жилищных условий
2. Политика в области регулирования пенсионного обеспечения
3. Политика в области здравоохранения
4. Политика в области образования
5. Политика в области регулирования уровня безработицы и занятости.
6. Политика в области регулирования доходов населения.

Среди основных проблем, накопившихся в жилищной сфере и требующих решения, особо острыми являются четыре группы проблем:

1. обострение ситуации в жилищно – коммунальном хозяйстве.
2. проблема, связанная с несоответствием количественных и качественных параметров построенного жилья платежеспособному спросу населения.
3. проблема низкой доступности жилья для граждан с низким и средним уровнем дохода и связанная с ней проблема выполнения государством своих обязательств по обеспечению жильем определенных категорий граждан.
4. решение неотложных проблем развития жилищной сферы требует значительных инвестиций.

Проблемы, существующие в пенсионном обеспечении, связаны, прежде всего, с низким уровнем пенсий, ненадежной системой инвестирования пенсионных накоплений, а следовательно, возникает проблема качества жизни пенсионеров. Эти проблемы возможно решить:

1. Введением обязательных страховых взносов для большинства работодателей и самих работников на будущее пенсионное обеспечение последних
2. Предоставлением гарантий государственного пенсионного обеспечения отдельным категориям работников(как правило, выполняющих государственные функции)
3. Созданием условий для развития негосударственных систем пенсионного обеспечения, взносы в которые также уплачиваются работниками или работодателями.

Во всех случаях создаются механизмы гарантирования текущих пенсионных выплат и, что особенно важно для будущих пенсионеров – сохранности их пенсионных накоплений, в том числе и в негосударственной части пенсионной системы. Очевидно, что уровень таких гарантий должен превышать уровень гарантий по вкладам населения в финансово-кредитных

учреждениях страны.

В области здравоохранения можно выделить следующие проблемы:

- Доступность бесплатной медицинской помощи
- Недостаточная эффективность финансирования здравоохранения
- Нехватка кадров
- Обеспечение лекарственными препаратами
- Качество оказываемых услуг

Существует ряд проблем, которые могут привести систему образования РФ в состояние общей стагнации:

1. Неопределенность школьного образования – она заключается в отсутствии конкретного «образовательного вектора».
2. Сомнительная эффективность Единого Государственного Экзамена
3. Снижение качества высшего образования – В России на 1000 человек приходится 50 студентов. Из более чем 3000 вузов Совет по образованию и науке при Президенте РФ рекомендует абитуриентам лишь 150.

На сегодня в России существует **проблема безработицы** и низкого уровня занятости населения. **Доходы населения России неразрывно связаны с уровнем заработной платы.** Имеет место быть проблема высокой дифференциации в оплате труда и недостаточного уровня среднего дохода при существующих ценах.



Рис.2 Пути повышения уровня и качества жизни населения России

Социальная политика - это система экономических отношений, обеспечивающая каждому члену общества гарантии определенного уровня жизни, минимально необходимого для развития и использования его способностей (трудовых, предпринимательских, личностных) и обеспечивающая его при утрате этих способностей (старики, больные, инвалиды, дети). **Основными принципами** проведения социальной политики являются: защита уровня жизни путем введения разных форм компенсации при повышении цен и проведение индексации; обеспечение помощи самым бедным семьям; выдача помощи на случай безработицы;

обеспечение политики социального страхования, установление минимальной заработной платы для работающих; развитие образования, охрана здоровья, окружающей среды в основном а счет государства; проведение активной политики, направленной на обеспечение квалификации.

Использованные источники:

1. Социальная политика в РФ – Электронный ресурс [http://www.bestreferat.ru/referat-161473.html]
2. Проблемы социальной политики в РФ – Электронный ресурс [http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=792635]
3. Современные проблемы социальной политики – Электронный ресурс [http://moluch.ru/archive/89/17907/]
4. Актуальные социальные проблемы - Электронный ресурс [http://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-sotsialnye-problemy-rossiyskoy-ekonomiki-i-puti-ih-resheniya]

*Апросичева К.С.
студент
Владимирова А.С.
студент*

Санкт-Петербургский Национальный Государственный Университет Информационных технологий, механики и оптики ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ

Управление предприятием в условиях кризиса является предметом заботы не только его руководителей, собственников, но и множества взаимодействующих с ним предприятий и организаций. Кризисное управление по своей природе — управление, возлагающее дополнительные риски на множество экономических структур, без участия которых предприятие не может выжить.

Умение управлять персоналом — одновременно наука и искусство. Обычно оно приходит с опытом и поддерживается знаниями, хотя природный дар тоже играет значительную роль. Между руководителем, менеджером, с одной стороны, и работниками, ему непосредственно подчиненными, прочими служащими предприятия — с другой стороны, складывается система формальных и неформальных отношений, решающим образом влияющих на успех дела.

В руководстве предприятием важно управление всеми факторами производства и всеми видами используемых ресурсов, однако ведущее место, несомненно, принадлежит управлению персоналом. Поэтому производственный менеджмент, действующий вместе с управлением персоналом, часто называют искусством получать нужные вещи посредством управления людьми.

Механизм стратегического управления персоналом в условиях кризиса на российских предприятиях только формируется.

Сегодня на первый план выдвигается система стратегического менеджмента, которая предусматривает анализ различных управленческих ситуаций, связанных с изменением отношений поставщиков и потребителей, когда в центре внимания оказывается потребитель. Отсюда вытекает необходимость новой концепции маркетинга с учетом обоснованных стратегических направлений развития предприятия.

Из-за невнимания к мотивам сегодняшнего поведения предприятий экономическая политика зачастую не достигает ожидаемых целей, приводит к неожиданным и даже нежелательным последствиям.

В настоящее время более 80% предприятий являются потенциальными банкротами, хотя только около 10% из них не имеют потенциала для выхода из зоны близкого банкротства.

Почему конкретная организация, имея внутренние резервы для преодоления кризисной ситуации, ими не пользуется? Ответ прост: способы задействования внутренних резервов не очевидны, а занятым решением текущих вопросов руководителям некогда заботиться о развитии организации, уделять время формированию ее стратегии. Если ознакомить руководителя с достаточно простыми процедурами формирования стратегии и обсудить расстановку приоритетов, можно разработать программу реструктуризации предприятия, реализация которой даст возможность преодолеть некоторые негативные тенденции.

Кроме того, необходимо совершенствование существовавшей ранее линейно-функциональной структуры. Вслед за разграничением полномочий и ответственности между руководителями верхнего и среднего уровня возникла острая необходимость провести аналогичную работу и внутри подразделений, создав должностные инструкции, в которых определяются диапазоны ответственности сотрудников фирмы. В рамках диапазона ответственности должностное лицо действует самостоятельно и лично отвечает за результат.

После того как диапазоны ответственности сформированы и руководители наделены определенными полномочиями, прорабатываются горизонтальные взаимодействия в новой организационной структуре с целью повышения оперативности управления. В должностной инструкции обозначены требования к сотруднику, определяющие его формальное соответствие занимаемой должности.

Другая важная составляющая управления персоналом на кризисных предприятиях — кадровая политика. Сутью кадровой политики предприятия является работа с персоналом, соответствующая концепции развития данного предприятия. Цель кадровой политики — обеспечение оптимального баланса сохранения и обновления кадров в соответствии с потребностями предприятия и состоянием рынка труда.

При реорганизации кризисного предприятия возможна неэффективная практика. Для пояснения сути данных мероприятий удобнее рассматривать их в совокупности с достигаемым результатом, представленным на рисунке 1.

Мероприятие	Результат
Реализация программ добровольного увольнения персонала, в том числе вследствие ухода на пенсию пожилых работников	Риск потери квалифицированных кадров, без которых предприятие не сможет нормально работать
Механическое сокращение или временное освобождение от работы определенной части работников во всех структурных подразделениях	Неравномерное распределение рабочей силы на участках
Свертывание программ обучения персонала и повышения квалификации	Глубокие стрессы у работников, оказавшихся в условиях реорганизации на новых рабочих местах
Резкое и существенное сокращение персонала	Нарушение технологических процессов. Необходимость возвращения уволенных на рабочие места или найм других работников и как следствие — конфликты, подрыв авторитета руководителя
Введение жесткой регламентации трудовых процессов и строгая отчетность перед руководством вместо широкого вовлечения работников в разработку и реализацию конкретных мер по выводу предприятия из кризиса	Отчуждение коллектива от антикризисного управления и снижение мотивации к труду

Рис.1 Результаты неэффективной практики

Для эффективной работы с персоналом в условиях кризиса ключевой является система мер, обеспечивающая результативное освоение организационных изменений. Менеджер, не владеющий инструментарием управления процессом внедрения организационных новшеств, способен лишь усугубить кризисную ситуацию.

В число важнейших вопросов работы с кадрами в данной ситуации входят методы преодоления сопротивления нововведениям со стороны персонала. Рассмотрим наиболее распространенные методы работы с кадрами в режиме антикризисного управления.

1. Метод адаптивных изменений. Конфликты разрешаются посредством компромиссов, сделок и перемещений в руководящем составе. Этот метод дает возможность осуществлять изменения в условиях, когда у сторонников изменений нет административной власти, но есть сильная мотивация к внедрению нововведений и сформирован соответствующий образ мышления.

2. Метод принудительных организационных изменений. Предусматривает использование силы. Процесс дорогостоящий и не желательный в социальном плане, но дающий преимущества в период кризиса стратегического реагирования. Использовать можно в условиях острого дефицита времени.

3. Метод управления сопротивлением. Администрация находится в кризисной ситуации, если изменения во внешней среде угрожают существованию администрации. Когда наступает кризис, сопротивление обычно уступает место поддержке. В подобной ситуации задача руководства

— не борьба с сопротивлением, а принятие мер по предупреждению паники. О первых признаках выхода из кризиса свидетельствует возобновление сопротивления.

4. Кризисный метод. Когда кризис неизбежен, руководители, осознающие это ранее других, могут предпринять следующие действия:

- постараться убедить работников в неизбежности кризиса и принять предупредительные меры;

- не заикливаться на неизбежности кризиса, готовить себя к роли «спасателя», когда кризис наступит;

- до наступления настоящего кризиса создать искусственный, придумав внешнего «врага», угрожающего существованию предприятия. Нужно помнить только, что искусственный кризис необязательно должен превратиться в реальный;

- выбрать метод управления сопротивлением.

Сопротивление контролируется по минимуму с помощью «стартовой площадки». Затем последовательно применяется мотивация. Далее в ходе планирования разрабатывается процесс внедрения изменений. Сопротивление находится под контролем в течение всего процесса изменений.

Таким образом, руководитель должен следить за общей ситуацией в своей организации. При больших размерах он в меньшей степени общается с рядовыми сотрудниками, как правило, в контакте находятся менеджеры и начальники отделов. Руководитель должен постоянно наблюдать и анализировать работу своих отделов. Если в каком-либо из них постоянно возникают осложнения или, более того, некомпетентная работа послужила причиной возникновения кризиса, то это серьезный повод для рассмотрения вопроса о занимаемой менеджером этого отдела должности. Как уже отмечалось выше, именно от менеджера в большей степени зависит работа всего отдела, поэтому неудачи и провалы – признак его неэффективной работы и отсутствия необходимых качеств.

Использованные источники:

1. Человеческий фактор антикризисного управления – Электронный ресурс [http://www.aup.ru/books/m98/6_12.htm]

2. Антикризисный менеджмент – Электронный ресурс [http://www.nnre.ru/delovaja_literatura/priemy_antikrizisnogo_menedzhmenta/p7]

3. Кадровая политика предприятия – Электронный ресурс [http://www.uamconsult.com/book_356_chapter_34_6.4._Praktika_primeneni/]

4. Проблемы управления персоналом - Электронный ресурс [<http://ucg.in.ua/osnovnye-problemy-upravleniya-personalom-krizisnogo-predpriyatiya>]

Арзамасцева В.А.
студент
Барсуков М.Г., к.э.н.
Громов Е.И., к.э.н.
доцент
СтГАУ

Россия, г. Ставрополь

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СРЕДНЕГОДОВОГО УРОВНЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В РОССИИ

Аннотация: в статье рассматриваются основные аспекты среднегодового уровня заработной платы в РФ, анализируются изменения за 2006-2015 годы. Осуществляется прогнозирование среднегодового уровня заработной платы на 2016-2017гг.

Ключевые слова: заработная плата, анализ динамических рядов, прогнозирование, моделирование.

В России, в связи с международной напряженностью и сложностью внешнеэкономических отношений, проблема заработной платы является одной из самых актуальных. Уровень средней заработной платы, наравне с показателями внешнеэкономической деятельности, ВВП, состоянием бюджета страны, качества жизни граждан, является показателем характеризующим благосостояние не только граждан, но и всей страны.

Среднемесячная заработная плата, весьма относительное понятие, однако, это показатель является важным параметром, который используют в расчетах. Средняя зарплата рассчитывается как среднее арифметическое в пределах ограниченного объема, государства, территорий, города или предприятия.

Еще в начале 2015 года прогнозы экономистов насчет доходов граждан были негативными. Уровень доходов стремительно снижался. В первую очередь это связано с низкой ценой на нефть и как следствием, падением курса рубля, нестабильной экономической ситуацией в связи с санкциями и другими факторами, отрицательно воздействующими на рынок труда. Именно поэтому так важно оценивать и изучать состояние доходов населения.

Таблица 1 - Анализ динамических рядов
среднегодовой заработной платы в России

№	Год	З/п	Абсолютный прирост		Темп роста, %		Темп прироста %		Абс. содержание на 1 % прироста
			Баз	цеп	Баз	Цеп	Цеп	Баз	
1	2006	10634	-	-	-	-	-	-	-
2	2007	13593	2959	2959	127,83	127,83	27,83	27,83	106,34
3	2008	17290	6656	3697	162,59	127,20	62,59	27,20	135,93
4	2009	18638	8004	1348	175,27	107,80	75,27	7,80	172,9
5	2010	20952	10318	2314	197,03	112,42	97,03	12,42	186,38
6	2011	23369	12735	2417	125,38	111,54	25,38	11,54	209,52

7	2012	26909	1627 5	3540	253,05	115,15	153,05	15,15	233,69
8	2013	29940	1930 6	3031	281,55	111,26	181,55	11,26	269,09
9	2014	32600	2660	2660	108,88	108,88	8,88	8,88	299,4
10	2015	33925	3985	1325	113,31	104,06	13,31	4,06	326
Итого		22785 0	8289 8	2329 1	1544,88 9	1026,13 2	644,888 5	126,132 5	1939,25
Средне е		22785	8289, 8	2329, 1	154,488 9	102,613 2	64,4888 5	12,6132 5	193,925

В 2015 году средний уровень заработной платы увеличился на 1325 рублей, на 4 % больше чем в предыдущем. С 2016 по 2015 год проявляется следующая тенденция: среднегодовой уровень заработной платы увеличивается от года к году.

Важным моментом исследования среднегодового уровня заработной платы является построение модели временных рядов. Для этого используем линейный тренд, выявленный при помощи пакета анализа данных Excel.

Уравнение тренда: $y = 2625,1x + 8346,7$, так как $R^2 = 0,9942$. Стандартная ошибка аппроксимации - 645, означает, что фактическая величина среднегодовой заработной платы может отличаться от прогнозируемых значений не более чем на 645 руб./год. Средняя ошибка аппроксимации 2,27%. Так же, значение t-критерия Стьюдента фактическое - 2,63, табличное(при уровне 0,01) - 3,35, значит оснований отвергать гипотезу нет. Значение F-критерия Фишера расчетного-3,15; F-табличного-5,32. $F_{расч} < F_{табл}$. С уверенностью, на 95 %, можно утверждать, что рассматриваемая зависимость является статистически значимой. Модель является качественной, значит можно производить прогнозирование.

$$Y_{2016} = 2625,1 * 11 + 8346,7 = 37222,8 \text{ руб.}$$

$$Y_{2017} = 2625,1 * 12 + 8346,7 = 39847,9 \text{ руб.}$$

Таким образом, прогнозное значение среднегодового уровня заработной платы в 2016 достигнет 37222,8руб, а в 2017 - 39847,9руб.

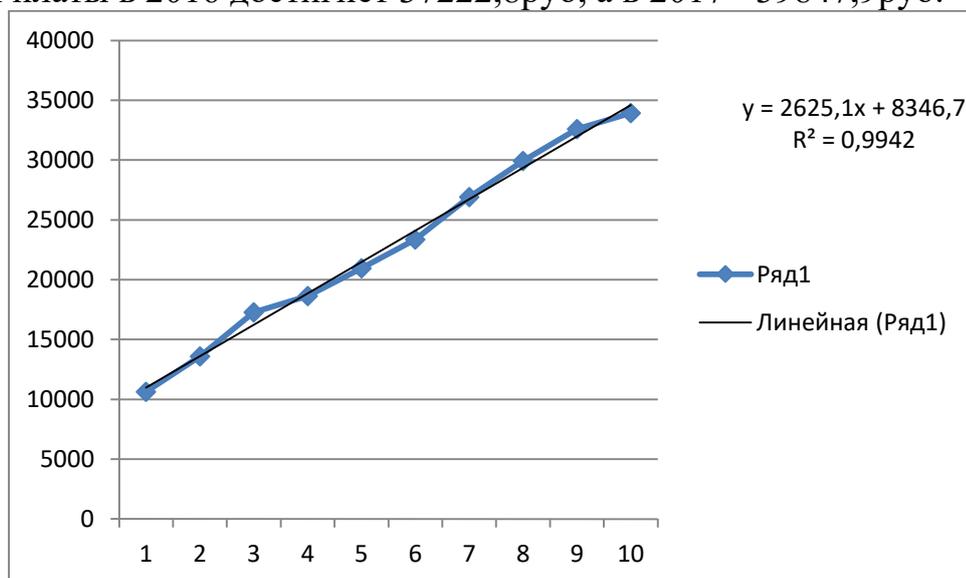


Рисунок 1- Среднегодовая заработная плата в России 2006-2015

Важным моментом изучения уровня заработной платы в стране является дифференциация регионов: между Москвой, Санкт – Петербургом, нефтеперерабатывающими регионами и провинциальными территориями. Одновременно с этим, средняя заработная плата москвичей превышает среднюю зарплату некоторых развитых восточноевропейских государств. В свою очередь в СКФО и других сельскохозяйственных субъектах федерации ниже, чем в странах Африки.

Заработная плата является важнейшим макроэкономическим показателем благосостояния не только отдельной сферы или сектора экономики, но и функционирования экономики страны в целом. Именно поэтому первоочередной задачей Правительства должно являться регулирование уровня заработных плат, сокращение дифференциации регионов, повышение уровня и качества жизни.

Использованные источники:

1. Гладилин, А.В. Эконометрика : учебное пособие / А. В. Гладилин, А. Н. Герасимов, Е. И. Громов. Москва: КноРус, 2008.
2. Герасимов А.Н., Громов Е.И., Дьяченко Е.Г. Прогноз социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа // Статистика вчера, сегодня, завтра: Межд. НПК. Ставрополь. 2013. С. 217-222.
3. Герасимов А.Н., Громов Е.И., Скрипниченко Ю.С. Инструментарий сценарного прогнозирования в системе принятия управленческих решений в аграрной экономике Ставропольского края // Экономика сельского хозяйства России. – 2015. – № 6. – С. 85-93.
4. Герасимов А.Н., Громов Е.И., Скрипниченко Ю.С. Анализ состояния и тенденций развития сельскохозяйственного производства в регионе с использованием многомерных статистических методов // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 3 (56). – С. 361-367.
5. Гладилин, А.В. Совершенствование экономического механизма аграрного производства /А.В. Гладилин, Е.И. Громов, А.Н. Герасимов и др. – Ставрополь: АГРУС, 2010. – 440 с.

*Арзыматова Ж.
старший преподаватель
Жоробекова С.
старший преподаватель
Осмонова Н.
старший преподаватель
кафедра практического курса русского языка
Ошский государственный университет
Кыргызская Республика, г. Ош*

ФАКТОРЫ ЯЗЫКОВОГО СОЗНАНИЯ ЛЮДЕЙ В МИФОЛОГИЧЕСКОМ ХАРАКТЕРЕ ЭТНОИДЕНТИЧНОСТИ

Любые ценности представляют собой обобщенные представления людей о нормах поведения. Они играют роль базовых жизненных основ.

Существующие в сознании человека ориентиры, с которыми индивиды и социальные группы соотносят свои действия, выявлены в данной статье.

Различают ценности социальные и культурные, экономические и политические и др. Ученые насчитывают сотни таких ценностей, однако базовых ценностей немного: свобода, нравственность, семья, личное счастье, дети, материальный достаток, здоровье, образование, профессиональный рост, независимость, авторитетность и др.

По мнению экспертов, в первые годы становления государственности социально-психологическое состояние общества в Кыргызстане характеризовалось фрустрацией, растерянностью и тревогой, неуверенности в завтрашнем дне, доминирование установки жить одним днем. В СМИ и настроениях людей было разочарование в прошлом, наблюдался общественный нигилизм.

Население стран ЕАЭС и СНГ объединяет нечто наднациональное, выражающееся в специфическом менталитете - общая советская мифология, единая система коммунистического воспитания, схожая социализация, культурно-историческая общность, единые символы исторической памяти (война, полет в космос, целина, стройки века и др.). Возрождение духовных ценностей необходимо рассматривать как органичный, естественный процесс роста национального самосознания, возвращения к духовным истокам народа. Важное место в развитии национального самосознания занимает историческая память, восстановление правдивой истории народа. Поэтому и предпринимаются попытки ученых и дилетантов по-новому взглянуть на недавнее прошлое.

Все мифологемы, независимо от степени укорененности в реальных фактах жизни общества, являются своеобразной психологической проекцией резких социальных перемен. «Национализм становится существенным условием человеческой жизни на современном этапе, даже если он основан всего лишь на воображаемых связях» [1].

Важной особенностью национализма, который пытаются использовать в политических целях и проповедают отечественные национал-патриоты, можно считать его опору на этничность. В классификации типов национализма Л. Гринфелд вариант нашей страны относится к коллективистскому этническому типу. Используя два критерия - определение нации и условия членства в ней - она выделяет два вида национализма: индивидуалистский (когда нация рассматривается как суверенная общность равноправных индивидов) и коллективистский (нация - коллективный «индивид», чьи интересы имеют первенство над интересами составляющих ее индивидов), который делится на гражданский и этнический в зависимости от критериев членства в общности [2]. Условием формирования его является национальная идентификация индивида, в этом процессе ученые [3-5] выделяют 3 фазы: 1) Этнодифференциации, когда идет осознание отличий «мы» от «они», определяется этноним (самоназвание, мифологизации

прошлого общности, ее «почвы» (территории, языка, культуры, религии); 2) Выработки авто- и гетеростереотипов, когда у членов общности складываются представления о национальном характере, типичном складе психики «модальной личности», «этноиндивидуальности»; 3) Формулирования национального идеала - синтез предыдущих фаз, включающий оценку этноса и представление о социально-исторических задачах, предназначении и ценностях. Основной функцией идеалов является интеграция общности, а коммуникативная, компенсаторная, аксиологическая, прогностическая, адаптационная – дополнительные роли.

Основную роль в этнодифференциации играет язык. Он выступает важнейшим объективным фактором складывания этноса и его дальнейшего развития. Язык как средство этнической коммуникации формирует особое языковое сознание общности, определяя коллективное бессознательное. В этом смысле показательны исследования филологов с использованием ассоциативных «прямых» и «обратных» словарей. Ассоциативные тезаурусы являются результатами статистической обработки массовых исследований, когда носители языка фиксируют свободные ассоциации, что возникают у них в сознании по поводу слова-стимула. Интересны иллюстрации исследования анализа современного английского языка, сделанного А. А. Залевской [6]. Позже этот подход был применен Н. В. Уфимцевой к анализу Ассоциативного тезауруса современного русского языка [7]. По сути, это косвенное доказательство недостаточной представленности ценностей индивидуализма в сознании людей. Речь идет о некотором “усредненном” сознании, так как словари оперируют ассоциациями “среднестатистического” человека, без учета стратификации общества. Вывод ясен: многие россияне живут в условиях преимущественно внешней, а не внутренней детерминации поведения [8].

Замечательные исследования в этой сфере провели М.Ю. Рябова [10] и Е.А. Карпухина [10]. Первый автор рассматривает вопрос о соотношении языка и культуры, проблему типологии культур и их отграничения друг от друга, изучая новую реальность языка и культуры в антропологическом аспекте, с точки зрения компетенций носителей языка как авторов речемыслительных процедур. Второй ученый объясняет понятие дискурс и его структуру в рамках классических и современных представлений, классифицируя подходы к его изучению, выделяет способы видения языка как многомерного явления, выходящего за рамки текста и речи, связывая с контекстом, сознанием людей.

Поэтому язык не только является средством этнодифференциации и коммуникации этнической общности, он является контекстом психики и вмещает неких архетипов восприятия мира членами данной общности. На этом этапе этнической идентификации можно вести речь о стереотипизации и символизации восприятия окружающей действительности членами общности. Выделение своего этноса из ряда других всегда сопровождается выработкой определенных вербальных и невербальных

стереотипов: установление общих этнонима, территории, языка, прошлого и будущего приводит к восприятию индивидов себя как части целого. Отсюда и символика принимается как обязательная для индивида, например: цвета одежды (цвет траура у русских – черный, у китайцев – красный. У кыргызов – синий, зеленый, черный, а у японцев - белый), нормы речевого этикета (для постсоветских людей рассказ о себе является допустимым ответом на дежурный вопрос «как дела?», а у жителей Запада он вызовет удивление), слова, украшения, жесты, мимика.

Еще Э. Дюркгейм отмечал два сознания внутри каждого из нас: одно содержит уникальные состояния, присущие лично индивиду, а другое - состояния всей группы, к которой он принадлежит. Тема «национального характера», популярная в начале 20 века, сегодня вновь звучит в многочисленных исследованиях и публикациях во всем мире [8]. Современные исследования рассматривают национальный характер как составную часть психического склада нации, включающего в себя и другие этнопсихологические особенности (настроения, чувства, интересы, аттитюды и т.п.) [10]. Стереотип национального характера - это схема, ущербная по своей природе. Н. М. Карамзин в своих «Письмах русского путешественника» называл французов - «легкомысленными», итальянцев – «коварными», а англичан – «угрюмыми» [11]. Некоторые современные авторы выделяют такие черты русского характера как сервильность [1], потребность в любой зависимости, рабскую ментальность, терпение («наша этническая черта и в каком-то смысле основа нашего характера» [12], мечтательность и др. [13]. Все эти примеры национальных стереотипов, которые становятся психологической установкой, своеобразными маркерами, определяя межнациональное общение.

Использованные источники:

1. Российская модернизация: проблемы и перспективы. // Вопросы философии, 1993, № 7. С. 9.
2. Greenfeld L. Nationalism: Five Roads to Modernity. - Cambridge, 1985.
3. Inkeles A. National Character: A Psycho-Social Perspective. – Transaction Publishers, New Brunswick and London, 1997. P. 139-150
4. Rancour-Laferriere D. The Slave Soul of Russia. Moral Masochism and the Cult of Suffering. – New-York and London, 1995. P.7, 8, 42.
5. Zviglyanich V. The Morphology of Russian Mentality. – The Edwin Mellen Press, Lewinston, 1993. P.32-33.
6. Залевская А. А. Слово в лексиконе человека: психолингвистическое исследование. – Воронеж, 1990.
7. Уфимцева Н. В. Русские: опыт еще одного самопознания. // Этнокультурная специфика языкового сознания. - М., 1996. С. 147-148.
8. Волкогонова О., Татаренко И. Этническая идентификация и искушение национализмом. – Элект.ресурс. Режим доступа: <http://www.ethnonet.ru/lib/2307-08/html>
9. Карпухина Е.А. К вопросу о понятии дискурс. // Филологические науки.

- Вопросы теории и практики. - Тамбов: Грамота, 2011. № 4. С. 88-90.
10. Рябова М. Ю. Аспекты теории языка и культуры. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. - Тамбов: Грамота, 2010. № 1. Ч. 1. С. 199-204.
11. Карамзин Н. М. Письма русского путешественника. - М., 1983. С. 479.
12. Хотинец В.Ю. Этническое самосознание. - СПб, 2000. С.90-92.
13. Этническая идентификация человека как потребность в принадлежности к социальной группе на постсоветском этапе развития общества. Ученые записки РГСУ, №2, 2014, с. 46-50.

*Арнаутова Ю.В.
студент 4 курса
Ярославский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Федчишин Ю.И.
научный руководитель
Россия, г. Ярославль*

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛНЕНИЯ ДОХОДНОЙ И РАСХОДНОЙ ЧАСТЕЙ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ

В статье рассматриваются отдельные направления повышения эффективности исполнения доходной и расходной частей местных бюджетов.

Ключевые слова: доходы, расходы, местный бюджет, эффективность, финансовый контроль.

This article discusses the various directions of improving the effectiveness of local revenues and expenditures budgets.

Keywords: revenues, expenditures, local budget, efficiency, financial control.

На сегодняшний день руководителям муниципальных образований приходится сталкиваться с проблемой постоянной нехватки средств на текущие нужды и на развитие. Как подчеркивалось Президентом РФ в Бюджетном послании Президента РФ В.В. Путина от 13 июня 2013 г. «О бюджетной политике в 2014-2016 годах» увеличению стабильности и предсказуемости доходов местных бюджетов может способствовать повышение уровня финансового обеспечения полномочий органов местного самоуправления, в частности за счет собственных доходов.

Из-за недостаточности собственной доходной базы местных бюджетов больше половины муниципальных образований в период с 2013-2015 гг. имели колебания дефицитного бюджета в диапазоне 45 - 56,7 %. Существенное влияние на формирование базы оказывают межбюджетные трансферты, в свою очередь требующие совершенствования [1; 3], значения которых в среднем - 50 % и более доходов местных бюджетов.

Для повышения самостоятельности и расширения возможностей развития муниципальным образованиям необходим поиск внутренних ресурсов, сосредоточенных в области налоговых и неналоговых доходов бюджета [11, с. 30].

Расширить доходную базу за счет налоговых поступлений возможно

при реализации следующего комплекса мер:

1. Производить учет незарегистрированных объектов недвижимости.
2. По мнению Тишкиной Л.Е., совершать пересчет налоговой базы по налогу на имущество с учетом кадастровой стоимости объектов недвижимости, рассчитываемой на основе рыночной стоимости, установленной государственной кадастровой оценкой [12, с. 22].
3. Осуществлять снижение налога на доходы от сдачи имущества в аренду.

Немаловажным источником формирования и укрепления финансовой самостоятельности муниципального образования выступают меры по увеличению доходной базы местного бюджета за счет неналоговых поступлений.

Основную часть данных доходов, как правило, составляют доходы от использования имущества муниципалитета (около 50%), от оказания платных услуг (10-20%), от продажи материальных и нематериальных активов (около 30%).

Расширить доходную базу за счет неналоговых поступлений возможно при реализации следующего комплекса мер:

1. Предоставление в аренду неиспользуемых земельных участков юридическим и физическим лицам.
2. Сдача во временное владение и пользование имущества муниципальных образований.

Также, по мнению Горшениной О.И., муниципальным образованием в целях увеличения неналоговых доходов возможно проведение следующих мероприятий: оптимизации процентных ставок за пользование средствами бюджета, совершенствование программы приватизации муниципального имущества, начислении процентов по рассрочкам платежей и отсрочкам, продленным и ранее предоставленным, а также пересмотра ставок арендной платы в соответствии с рыночной ситуацией [10].

С целью оптимизации расходной части бюджета муниципальным образованиям можно предложить некоторые методы, направленные не на выполнение какой-либо функции, а решения значимых социально-экономических задач.

1. *Качественное развитие сфер, ориентированных на новое качество жизни населения.*
2. *Расходование бюджетных средств с учетом организации межмуниципального сотрудничества.*
3. *Внедрение принципа бюджетирования, ориентированного на результат.*
4. *Проведение оценки эффективности бюджетных расходов.*
5. *Проведение мониторинга оценки качества организации и осуществления бюджетного процесса.*
6. *Внедрение эффективного финансового контроля.*

На финансовом контроле следует остановиться отдельно. В целях

развития системы муниципального финансового контроля требуется целый комплекс мер: уточнение полномочий органов муниципального финансового контроля, исключая при этом дублирование их функций; организация действенного контроля (аудита) за эффективностью использования бюджетных ассигнований, определяя критерии эффективности и результативности их использования; совершенствование методологии проведения проверок и повышение их качества и др. Кроме того, необходимо повысить степень взаимодействия органов внешнего и внутреннего муниципального контроля. Данное взаимодействие должно иметь системный характер. Одним из первостепенных направлений выступает взаимоувязка годовых планов контрольной деятельности всех участников системы финансового контроля, что влечет отсутствие дублирования в работе и связанных с ним неэффективных расходов бюджета, а также оптимизацию нагрузки на объекты и субъекты муниципального финансового контроля [2; 4; 6; 7; 8; 9].

Таким образом, приведенные выше рекомендации и предложения позволят, особенно в эпоху новой экономической реальности [3] улучшить механизмы формирования и использования финансовых ресурсов, а также повышения эффективности бюджетных расходов муниципального образования.

Использованные источники:

1. Бурыкин А.Д., Волков А.Ю. О межбюджетных трансфертах, полученных Ярославской областью в 2014 году // Экономика и социум. – 2015 - № 6-2 (19). – С. 342 – 345.
2. Волков А.Ю. Контроль как категория и как инструмент управления // Сборник «Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем». – Уфа, 2014. – С. 27 – 29.
3. Волков А.Ю. Некоторые направления совершенствования межбюджетных отношений // Проблемы современной науки и образования. – 2015. – № 9 (39). – С. 78 – 80.
4. Волков А.Ю. Подходы к понятию «финансовый контроль» // Сборник материалов VII международной научно-практической конференции «Мировая наука и современное общество: актуальные вопросы экономики, социологии и права». – Саратов, 2014. – С. 53 – 56.
5. Волков А.Ю. Тенденции в экономике Ярославской области за 9 месяцев 2015 года // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности». – 2016. – С. 69 – 71.
6. Волков А.Ю., Волков М.А. О регулировании финансового контроля // Экономика и социум. – 2014 - № 2-1 (11). – С.934 – 937.
7. Волков А.Ю., Волков М.А. Проблемы государственного финансового контроля // Сборник материалов III международной научно-практической конференции «Экономика современного общества: актуальные вопросы антикризисного развития». – Саратов, 2014. – С. 12 – 14.

8. Волков А.Ю., Волков М.А. Финансовый контроль как категория // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2014. – № 6-2. – С. 394 – 398.
9. Волков А.Ю., Волков М.А. Финансовый контроль как функция управления // Сборник матер. III международной научно-практической конференции «Кризис экономической системы как фактор нестабильности современного общества». – Саратов, 2014. – С. 30 – 31.
10. Горшенина О.И. Обеспечение финансовой устойчивости местных бюджетов в современных условиях /О.И.Горшенина// Бюджет. 2009. № 12. - <http://bujet.ru>.
11. Домбровский А.Н. Резервы доходов и эффективность расходов местных бюджетов/А.Н.Домбровский // Финансы. 2013. № 6. С. 23–44.
12. Тишкина Л.Е. Укрепление доходной базы местных бюджетов/Л.Е.Тишкина // Финансы. - 2006. - № 9. – С. 22 – 31.

*Артеменко О.И., к.биол.н.
руководитель, доцент, чл.-корр. РАЕН
Центр этнокультурной стратегии образования
Федеральный институт развития образования,*

ОПЫТ НКО В ИНТЕГРАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Работа выполнена в рамках государственного задания № 27.285.2016/НМ, финансируемого Минобрнауки России.

В современных условиях монопольного глобализма, когда мировые процессы характеризуются колоссальными миграционными потоками и как следствие ростом межнациональной и межконфессиональной напряженности, когда наша страна испытывает политическое и экономическое давление со стороны Евросоюза, растущие санкции США и европейских стран образование и просветительская деятельность становятся важнейшими институтами государственной безопасности, действенными инструментами культурной и политической интеграции российского общества. Социологические исследования последних лет свидетельствуют, что, в последнее время, граждане и народы страны проявляя межнациональное согласие, сплотились в поддержке курса руководства, в том числе и на основе принципов, сформулированных в ряде значимых политико-доктринальных документах, принятых по инициативе Президента Российской Федерации в 2012 году. В Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации до 2025 года, утвержденной в декабре 2012 г. Указом Президента Российской Федерации подчеркивается «недостаточность образовательных и культурно-просветительных мер по формированию российской гражданской идентичности, воспитанию межнационального общения, изучению истории и традиций народов России, их опыта солидарности в укреплении государства и защиты общего Отечества». Без разработки эффективной языковой образовательной политики невозможно сформировать «гармонизацию

национальных и межнациональных (межэтнических) отношений. Особо необходимо выделить слабую организацию в массовой школе воспитательной работы в деятельности, направленной на формирование общероссийской идентичности непосредственно.

В своих последних выступлениях В.В. Путина неоднократно отмечал, «необходимость активного вовлечения в эту работу институтов гражданского общества и, прежде всего, молодежных объединений. Без внимательного отношения со стороны общественных организаций эффективного результата не получится».

В настоящее время роль общественных организаций в просветительской деятельности, в части формирования общероссийской идентичности, значительно повысилась, что связано в большей степени с функционированием ФЦП "Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие народов России (2014 - 2020 годы)", утвержденной постановлением Правительства РФ от 20 августа 2013 г. № 7181. На федеральном уровне и в субъектах Российской Федерации создаются национально-культурные автономии, некоммерческие общественных организации, Координационные советы некоммерческих организаций, республиканские Центры традиционной культуры народов России. Во многих республиках открыты региональные отделения Ассамблеи народов России и на их базе ресурсные центры, которые активно занимаются просветительской деятельностью в части реализации положений Стратегии и мониторингом межнациональных отношений. Как пример, в Республике Дагестан существует 144 некоммерческих общественных организаций, которые сотрудничают практически со всеми органами исполнительной власти республики за исключением Министерства образования и науки Республики Дагестан, более 20 общественно-политических некоммерческих организаций и движений, занимающихся проблемами противодействия экстремизму и терроризму и последовательно выступающих за укрепление российской государственности. Для укрепления единства народов Дагестана, создания единого культурного пространства в республике подписаны Соглашения с Министерством культуры Республики Дагестан по эффективному использованию 37 республиканских Центров традиционной культуры народов России. Их деятельность рассматривается как новаторство в реализации национальной политики в республике. Однако все эти организации не имеют возможности передавать свой опыт и влиять на образовательную деятельность в сфере образования. Нужно также отметить, что в деятельности многих некоммерческих общественных организаций происходит существенное дублирование. Есть и ряд других проблем, таких как отсутствие целевого финансирования, хорошей материально-технической и кадровой базы. Эти проблемы можно решить, если на базе республиканского Дома дружбы, который финансируется из бюджета

¹ <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70339260/#ixzz3xj2lLGCN>

республики создать площадку для общественных организаций субъекта федерации, т.е. создать Дом общественных организаций, что позволит скоординировать деятельность всех организаций, более эффективно использовать финансовые средства и материальную базу Домов дружбы. Такая модель реализуется в Доме дружбы Самарской области, при непосредственном курировании со стороны мера города. Дом дружбы это бюджетное государственное учреждение задачами, которого являются реализация национального развития в области культуры, образования и патриотического воспитания граждан. В настоящее время в Республике Дагестан ни одна некоммерческая общественная организация не может участвовать в мероприятиях, направленных на решение проблем связанных с удовлетворением языковых и культурных потребностей, проводимых в государственных или негосударственных детских садах или школах. Также НКО не может на своей площадке проводить мероприятия со школьниками. Это связано с отсутствием законодательной нормы. Федеральный закон «Об образовании в РФ»² предусматривает субсидии только частным образовательным организациям и индивидуальным предпринимателям, осуществляющим образовательную деятельность по имеющим государственную аккредитацию основным общеобразовательным программам. Субсидии предоставляются на возмещение затрат, включая расходы на оплату труда, приобретение учебников и учебных пособий, средств обучения, игр, игрушек (за исключением расходов на содержание зданий и оплату коммунальных услуг). Совершенно очевидно, что данная норма направлена на коммерциализацию процесса образования, а не на создание условий усиления роли некоммерческих общественных организаций в управлении образовательным процессом, направленном на системную работу по созданию условий укрепления межнационального согласия, формирования общероссийского гражданского самосознания. Однако, даже в этих условиях, есть практика реализации образовательной деятельности некоммерческими организациями. Современное законодательство «образовательную деятельность» рассматривает как деятельность по реализации образовательных программ³, которые определяют содержание образования⁴.

В Самарской области г. Тольятти на основании частно-государственного партнёрства функционирует автономная некоммерческая организация дошкольного образования «Планета детства «Лада», которая объединила 55 некоммерческих дошкольных организаций. Создание таких сетей позволяет более эффективно использовать материально-технический и

² Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в РФ», ст. 8, п. 6, ч.1. <http://www.rg.ru/2012/12/30/obrazovanie-dok.html>

³ Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».-М.: Федеральный центр образовательного законодательства. 2013, ст. 2, п. 17.

⁴ Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».-М.: Федеральный центр образовательного законодательства. 2013, ст.12, п.1.

кадровый потенциал, создавать и апробировать учебно-методические материалы, проводить повышение квалификации кадров детских садов. Есть и другой опыт, так при финансовой поддержки Республики Татарстан в 26 субъектах России открыты воскресные школы при общественных национально-культурных организациях татар.

В условиях развития гражданского общества России, в том числе и в его этнокультурной модели, государство должно создавать условия и возможности для решения вышеописанных проблем в системе образования, очевидно, с участием национально-общественных объединений (НКО), национально-культурных автономий (НКА), социально ориентированных некоммерческих общественных организаций. Реальная практика свидетельствует об отсутствии законодательной нормы позволяющей данным организациям принимать участие в управлении непосредственно образовательным процессом в государственных общеобразовательных организациях, особенно в части удовлетворения языковых и культурных образовательных потребностей. Общественные организации проводят довольно большую просветительскую работу среди вузовской молодежи, в части формирования общероссийской гражданской идентичности, межнационального согласия. В условиях новых рисков связанных с вербовкой и участием выходцев из России в игил, негативизации образа ислама и мусульман, возврата террористов и боевиков игил в Россию значимость профессиональной работы НКО усиливается. Нужно отметить, что среди школьников такая работа практически не проводится.

*Артеменко О.И., к.биол.н.
руководитель, доцент, чл.- корр. РАЕН
Центр этнокультурной стратегии образования
Федеральный институт развития образования*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА В РОССИИ⁵

Говоря о русском языке нужно помнить, что в России уникальная языковая среда. Русский язык находится во взаимодействии с более чем двумястами семьюдесятью (270) языками и диалектами. Все языки из числа языков народов России имеют своё конституционно установленное правовое положение: государственный язык Российской Федерации, государственный язык республики Российской Федерации и родной, в том числе русский язык.

Российская Федерация от советского общества по наследству получила сформированную русскоязычную общность, которая включает представителей всех этносов проживающих в России. Будучи общегосударственным, русский язык на протяжении всей истории многонационального государства выполнял и выполняет функцию проводника в мировую культуру и науку, выступает частью

⁵ Работа выполнена в рамках государственного задания № 27.285.2016/НМ, финансируемого Минобрнауки России

интеллектуального потенциала всех народов, живущих в России. Длительное взаимодействие русского языка с другими языками народов России привело к заимствованию, как отдельных слов, так и целых выражений. Русский язык восполняет функционально-структурный дефицит языков народов России. Однако после распада Советского Союза роль и значение русского языка в ряде субъектов Российской Федерации были занижены. Государственный статус русского языка оказался потесненным государственными языками республик. В республиканских конституциях русскому языку установлен статус государственного языка республики.

Последнее время мы убеждаемся, что проблемы связанные с уровнем знания и владения русским языком волнуют практически все слои общества. Низкий балл ЕГЭ по русскому языку, а в 2015 году он был снижен до 24-х - это объективный показатель процессов, протекающих в образовательной деятельности, обществе, государстве, влияющих на языковую среду, которая очень изменилась в худшую сторону. Оканчивая школу, у обучающихся отмечается несформированность системы языковых компетенций, хорошей грамматической основы, определяющей их грамотность, отмечается не умение логично выражать мысли.

Для улучшения ситуации Президентом Российской Федерации было дано поручение № Пр-1310, п.3а от 4 июля 2015 года Минобрнауки России о внесении в федеральные государственные образовательные стандарты общего образования изменений, предусматривающих:

-выделение русского языка и литературы в качестве самостоятельной предметной области;

-реализацию в полном объеме права обучающихся на изучение русского языка, родного языка из числа языков народов Российской Федерации. Такое поручение было дано не случайно. В ФГОС была выделена область «Филология» и внутри дано разделение на «Русский язык. Родной язык». Как результат, в образовательной деятельности русский язык не рассматривался в статусе родного языка.

Распоряжением Председателя Правительства Российской Федерации от 9 апреля 2016 № 637-р была утверждена Концепция преподавания русского языка и литературы в Российской Федерации, которая не предлагает механизмы решения поручений Президента Российской Федерации. В документе подчеркивается, что требуется разработка методик преподавания русского языка в условиях многоязычия, опирающихся на достижения современной лингвистики и теории межкультурной коммуникации.

С целью консолидации усилий ученых, педагогов, деятелей культуры, широкой общественности для сохранения ведущей роли литературы и русского языка в воспитании подрастающего поколения, укрепления единого культурно-образовательного пространства, развития лучших традиций отечественного гуманитарного образования, культурно-просветительской деятельности 9 марта 2016 г. создано Общества русской словесности.

Возникает вопрос: «Что-либо изменилось с принятием таких важных нормативных правовых актов, направленных на изменение ситуации с русским языком и литературы?».

Выделенные в ФГОС области: «Русский язык и литература» и «Родной язык и родная литература» ничего не изменили и не позволяют рассматривать русский язык в своем конституционно установленном положении родного языка. Таким образом, в образовательной деятельности продолжает отсутствовать законодательная норма родного русского языка. В ФГОС русский язык рассматривается как носитель культуры, как государственный язык Российской Федерации, как язык межнационального общения народов России, т.е. сферы языкового общения не подлежащей правовому регулированию (ст.1, п.2 ФЗ «О языках народов РФ»). При этом, необходимо отметить, что осуществлено некорректное объединение в одну группу статуса и социальных функции русского языка. В этих условиях невозможно разработать требования к результатам освоения предмета, которые определяют качество обучения, что и происходит в реальной образовательной деятельности. В условиях, когда введено обязательное изучение государственного языка республики, обучающие имеют возможность выбирать язык или в статусе государственного республики, или в статусе родного. Как пример: или родной башкирский, или башкирский государственный. При этом изучение башкирского языка в зависимости от статуса осуществляется по разным программам и разным учебникам. Невозможность изучения родного русского языка, отсутствие ситуации выбора русского родного или русского государственного языка Российской Федерации приводит как к потоку обращений граждан на ограничения их конституционного права изучения русского языка, так и к межнациональному напряжению.

Для снятия негативных ситуаций в ряде субъектов Российской Федерации Комитетом Государственной Думы по делам национальностей была проявлена законодательная инициатива по закреплению понятия «родной, в том числе русский, язык», нашедшую отражение в законопроекте № 292430-6 «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О языках народов Российской Федерации». Законопроект был поддержан всеми субъектами Российской Федерации за исключением Республики Северная Осетия – Алания и Республики Татарстан. В проекте закона предлагается закрепить правовое положение родного русского языка, для реализации конституционного права граждан выбора для изучения в общеобразовательных организациях русского языка в качестве родного языка. Таким образом, в образовательной деятельности впервые появляется законодательная норма равноправия русского языка со всеми другими языками народов России. На наш взгляд, такой подход позволит снять межнациональное напряжение, создать условия для эффективного формирования идентичностей, улучшения качества языкового образования, исключения противопоставления родной и русский языки. Необходимо также

из законодательной нормы ряда республик вывести русский язык из статуса государственного языка республики, сняв функциональное равноправие государственного языка Российской Федерации с государственным языком республики. Восстановить конституционную норму русского языка в статусе государственного языка Российской Федерации в законодательных и нормативных актах субъектов Российской Федерации. В соответствии с 14 статьей федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» Министерству образования и науки Российской Федерации разработать федеральные государственные образовательные стандарты по государственному языку Российской Федерации, по республиканским государственным языкам, по родным, в том числе русскому, языкам.

Астрейко Е.А.

магистрант

факультет «Банковского дела»

Полесский государственный университет

Республика Беларусь, г. Пинск

ОПЕРАЦИОННЫЙ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ В БАНКАХ

В статье рассматриваются теоретические аспекты управления операционными рисками банка, необходимость работы с рисками, основные источники операционных рисков, индикаторы риска.

The article considers the theoretical aspects of operational risk management of the Bank, the need to work with risk main sources of operational risk, indicators of risk.

Ключевые слова: операционный риск, банк, индикаторы, управление.

Key words: operational risk, Bank, indicators, management.

Управление операционным риском считается менее изученным нюансом риск-менеджмента. В тоже время, становится очевидным, что им необходимо заниматься профессионально, так как отсутствие действенных моделей возникновения операционных рисков может привести к катастрофическим результатам для финансового учреждения.

Необходимость работы с операционными рисками произрастает из самой специфичности банковской деятельности и различных, имеющихся сегодня потерь, связанных с информационными системами, персоналом, бизнес-процессами и внешними влияниями. Это и материальный ущерб дорогостоящему оборудованию, и вынужденные задержки осуществления операций, и утрата данных, неверные расчеты, обязательные платежи за разрешения, лицензии, и иные досадные события, которые сопровождают работу финансовых учреждений. [1, с. 97].

По мнению профессионалов, сейчас обстановка исторически сформировалась так, что в зависимости от развития взглядов собственников на работу службы управления рисками, возможно выделить 3 категории

банков. 1-ая категория — банковские учреждения, которые в связи с выходом требований Национального банка о необходимости присутствия службы управления рисками, привлекли к работе одного-двух человек для формального декларирования перед регулятором наличия подобной службы. При этом у риск-менеджеров нет и не было практически никаких полномочий. 2-ая категория — это банки, которые ввели службу риск-менеджмента впоследствии выхода требований Национального банка, в прочем, зная цели создания такого подразделения, не наделяют его важными полномочиями. И 3-я категория — банки, которые поняли необходимость системного подхода к управлению рисками, создали подобающую службу и наделили ее четкими возможностями вне зависимости от наличия распоряжений НБ. [2, с. 28].

О работе банка и существовании операционных рисков можно судить по 3 главным индикаторам:

1. Индикаторы текущей деятельности (key performance indicators) отображают более важные нюансы деятельности компании, по которым возможно рассуждать о ее текущем состоянии. Ведущее предназначение таких показателей состоит в том, что они дают возможность держать под контролем эффективность осуществляемых операций. Такими индикаторами могут служить: количество неверных операций, рекламации от клиентов, текучесть сотрудников, суммарное время неработоспособности информационных систем и т. д.;

2. Индикаторы эффективности контроля (key control indicators) демонстрируют количество ошибок, которые были предотвращены благодаря системе внутреннего контроля.

3. Индикаторы риска (key risk indicators) считаются опережающими показателями и строятся расчетным или же аналитическим методом сравнения показателей текущей деятельности и эффективности контроля. В реальное время все главные операции в финансовых учреждениях в основном обрабатываются в компьютерных информационных системах. Эти системы считаются необходимым предметом изучения операционного риск-менеджмента, ставящего своей целью контроль потоков информации. Хранение информации в централизованной базе данных позволяет отслеживать всю работу компании и действительно управлять рисками в целом по фирме, имея возможность анализировать каждую операцию или сделку в отдельности. Именно централизованная база данных и считается главным источником информации об операционных рисках.

В прочем централизация информации ещё не значит, что имеется единое программное обеспечение. «Так как различные системы могут применяться для получения информации из внешних источников, обработки операций, подготовки аналитических отчетов и составления мониторингов, появляется проблема интеграции разнородных информационных ресурсов», — говорит Дмитрий Ганзя, — «Поиск оптимального баланса между постоянством информационной системы и ее функциональностью, представляет собой сложную задачу, решение которой требует сочетания

информационных технологий и способов управления финансовыми рисками» [3, с. 115].

Работа с операционными рисками должна начинаться с добросовестного отношения специалистов и руководства к необходимости управления не только операционными, но и другими существующими видами рисков, должно вознаграждаться стремление сотрудников к повышению квалификации, внедрению новых продуктов с обязательным определением четких процедур по их организации, развитию информационных технологий, а также общей корпоративной культуры в банке. Нужно внедрять передовые рычаги управленческого воздействия, успешную комплексную работу в управлении операционными рисками с более частым проведением всевозможных конференций и встреч, которые бы содействовали обмену опытом и успехами в работе по управлению операционным риском в целом, что весьма необходимо для отечественных банков, как в свете общей тенденции на евроинтеграцию, так и для каждого отдельного учреждения.

Использованные источники:

1. Ольхова Р.Г. Банковское дело: управление в современном банке: учеб. пособие /Р.Г. Ольхова.-М.:КНОРУС, 2011.-288с.
2. Чернова Г.В., Кудрявцев А.А. Управление рисками: учеб. пособие. - М.:ТК Велби, изд-во Проспект, 2012.-160с.
3. Жуков Е.Ф. Банковский менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по эк. специальностям/ Е.Ф.Жуков.-2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.-255с.

Ахмедьянова А. Р.

магистрант

кафедра менеджмента и маркетинга

Уфимский государственный авиационный

технический университет

Россия, г. Уфа

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Некоммерческие организации играют заметную роль в социально-экономическом развитии государства и являются признанной частью российского общества. Сегодня в России количество некоммерческих организаций постепенно увеличивается.

Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях" гласит: «Некоммерческая организация (НКО) - организация, не имеющая в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющая полученную прибыль между участниками. Некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных

нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ».

Количество некоммерческих организаций в России на 1 января 2016 г. составило 90 464 организаций (в том числе 8449 из них вновь зарегистрированных в 2015г.), тогда как на 1 января 2015 г. – 90 155 организаций (в том числе 7319 вновь зарегистрированных в 2014г.) [4]. Соответственно растет объем и ассортимент услуг, которые они оказывают, а это значит, что возрастают финансовые потоки в данных организациях.

Для каждой НКО важно достижение поставленных целей, выполнение своей миссии. Некоммерческие организации, выполняющие социальную миссию, ставящие перед собой спектр самых различных целей и задач, как и коммерческие компании, нуждаются в покрытии своих расходов. Это значит, им необходимо грамотное стратегическое финансовое планирование, которое может выполняться как руководителем НКО самостоятельно, так и совместно с финансовым менеджером и бухгалтером.

Финансовое планирование представляет собой процесс организации финансовых отношений и обоснованного формирования и распределения финансовых ресурсов некоммерческой организации на определенный временной период [3].

Сам процесс финансового планирования можно сформировать в следующей последовательности [2]:

1. Определение общей стратегии. — данный этап является результатом общего стратегического планирования, в процессе которого уже определены приоритеты, сформирован общий стратегический план деятельности НКО и определены направления деятельности в будущем.

2. Анализ внешней среды — в рамках данного анализа выясняется положение, в котором находится организация, анализируются факторы извне, влияющие на финансовые возможности организации. Например, это могут быть: политика спонсоров, доноров, политическая и экономическая обстановка в стране, налоговая политика государства, законодательное регулирование и др.

3. Анализ внутренних возможностей организации — это проведение анализа человеческих, финансовых, материальных, информационно-технологических ресурсов внутри некоммерческой организации, соответствие выбранной стратегии целям и задачам, выявление недостатков и поиск возможности более эффективного использования имеющихся резервов, а также расширение их использования.

4. Постановка финансовых целей и задач — это определение финансовых приоритетов в целях и задачах, выбор способов финансирования деятельности с учетом оптимальных на данный момент вариантов.

5. Написание общего бюджета организации – на данном этапе планирования определяются источники финансирования и общие

направления расходования средств на определенный период.

6. Написание оперативных бюджетов — представляет собой подробную проработку краткосрочных бюджетов и смет отдельных проектов и мероприятий, составление календарных планов и бюджетов денежных потоков.

7. Финансовый контроль и анализ финансового состояния — это заключительный этап цикла финансового планирования, на котором контролируется выполнение поставленных задач, определяется уровень, которого НКО достигла, анализируются положительные и отрицательные результаты и факторы, которые повлияли на эти результаты, выявляются трудности и делаются выводы для последующего планирования.

Результатом процесса финансового планирования является составление финансового плана.

Финансовый план представляет собой документ, характеризующий объем, состав и структуру финансовых ресурсов некоммерческой организации. В финансовом плане отображаются источники для финансирования, а также направления использования финансовых ресурсов на определенный временной период [3]. Наиболее используемой формой финансового плана некоммерческой организации является бюджет.

Данный документ включает в себя расходы и предполагаемые доходы организации. Обычно он создается на год и вместе с содержательной Программой утверждается до начала года уполномоченным органом управления НКО (Общим собранием, Правлением или иным коллегиальным органом). При этом важно, чтобы деятельность, расходы и доходы, описанные и в Программе, и в финансовом плане, соответствовали Уставу организации. [2, С.24]

Зачастую в НКО сложно спрогнозировать размер поступления финансовых средств и расходов в организации. Несмотря на это, финансовый план должен непременно приниматься в качестве внутреннего прогноза финансирования, который в дальнейшем можем корректироваться. Изменения могут вноситься в течение года. В конце года уполномоченный орган управления утверждает отчет о выполнении плана и годовой бухгалтерский баланс, то есть отчет о реальных поступлениях и расходовании средств в НКО.

При управлении ресурсами в финансовом планировании руководство НКО может выбрать для себя три следующих стратегии:

1. Привлечение средств – в данной стратегии делается акцент на эффективное и постоянное привлечение ресурсов (через предпринимательскую деятельность, фандрейзинг, членские взносы и др.).

2. Сохранение средств – эта стратегия основана на том, чтобы как можно рациональнее и экономнее использовать наличные ресурсы, а также планировать деятельность организации таким образом, чтобы в новых ресурсах потребность была минимальной.

3. Приумножение средств – главная идея этой стратегии – развитие и

приумножение тех ресурсов, которые у организации уже есть, и также увеличение их эффективности. К примеру, к стратегии приумножения можно отнести такие решения, как инвестиции имеющихся средств в какие-либо проекты или вклад на депозит в банке.

Данные стратегии чаще всего применяются в сочетании в какой-либо пропорции. В зависимости от внешней среды, от состояния внутренних обстоятельств НКО могут принять одну из этих стратегий как опорную.

Таким образом, хочется отметить, что для некоммерческих организаций при финансовом планировании является необходимым грамотное выстраивание общей стратегии, анализ внешней среды и внутренних возможностей организации, правильная постановка целей и задач, знание своих актуальных и потенциальных ресурсов, умение их привлекать и управлять ими, написание корректных бюджетов, а также финансовый контроль и анализ финансового состояния. Все это является необходимым для обеспечения ресурсной устойчивости организации.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ (ред. от 02.06.2016) "О некоммерческих организациях"
2. Баханькова Е. Р., Гусева Е. Г., Клецина А. А., Орлова А. В. Финансовая грамотность НКО. – СПб. – 2012. – 155 с.
3. Шекова Е.Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций. Учебное пособие. – Санкт-Петербург, 2003.
4. <http://www.gks.ru/>

*Ахметзянова Д.М.
магистрант 1 курса
направление подготовки «ГМУ»
ФГБОУ ВО Башкирский ГАУ
Россия, Республика Башкортостан, г. Уфа*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК

Актуальность темы объясняется тем, что одной из важнейших проблем, стоящих перед отечественными предприятиями агропромышленного комплекса, является проблема эффективного управления финансовыми потоками, оказывающими определяющее влияние на обеспеченность предприятий финансовыми ресурсами.

Анализ состояния управления финансами организаций муниципального района Кушнаренковский район Республики Башкортостан показал, что необходимо повышать эффективность управления.

**Таблица 1 Изменение отчета о финансовых результатах ООО «Роса»
Кушнареновского района Республики Башкортостан**

Наименование	2012 г., тыс.руб.	2013 г., тыс. руб.	2014 г., тыс.руб	В абсолютном выражении, тыс. руб.	Темп отн. изменений , %
Выручка	12 384	12 835	16 567	4 183	33,78
Себестоимость продаж	11 100	10 320	21 555	10 455	94,19
Валовая прибыль	1 284	2 515	-4 988	-6 272	-488,47
Прочие доходы	619	739	1 760	1 141	184,33
Прочие расходы	0	-1 574	0	0	0
Прибыль (убыток) до налогообложения	1 903	1 680	-3 228	-5 131	-269,63
Чистая прибыль (убыток)	1 903	1 680	-3 228	-5 131	-269,63

Анализируя таблицу 1, можно сделать вывод, о том, что за последний год годовая выручка увеличилась на 4 млн. 183тыс. руб., (или на 34 %). Показателем снижения эффективности деятельности предприятия можно назвать более высокий рост себестоимости по отношению к росту выручки. Рост себестоимости, в то время как выручка выросла на 34 %, составил 94 % [1-3].

Наличие у предприятия чистой прибыли свидетельствует об имеющемся источнике пополнения оборотных средств. Это позволяет оценить деятельность ООО «Роса» рентабельной, но только в 2012-2013 гг. Рассмотрим в следующей таблице 2 показатели рентабельности хозяйства.

**Таблица 2 Показатели рентабельности ООО «Роса» Кушнареновского
района Республики Башкортостан, %**

Наименование	2012 г.	2013 г.	2014 г.	В абсолютном выражении.	В относительно м выражении
Общая рентабельность	15,37	13,09	-19,48	-34,85	-226,80
Рентабельность продаж,	10,37	19,59	-30,11	-40,48	-390,39
Рентабельность собственного капитала	6,64	5,49	-14,98	-21,62	-325,74
Рентабельность акционерного капитала	6,24	5,51	-10,58	-16,82	-269,61
Рентабельность оборотных активов	26,44	21,82	-36,38	-62,82	-237,62
Общая рентабельность производственных фондов	5,42	4,67	-16,29	-21,71	-400,65

Рентабельность всех активов	5,39	4,61	-16,21	-21,60	-400,78
Рентабельность основной деятельности	10,37	19,59	-30,11	-40,48	-390,39
Рентабельность производства	11,57	24,37	-23,14	-34,71	-300,05

Учитывая отрицательную динамику финансовых показателей сельскохозяйственного производителя, считаем целесообразным: модернизировать животноводческое производство в ООО «Роса». Это даст повышение объемов производства молока и его качества, продуктивности животных и их поголовья, а также приведет к уменьшению себестоимости производимой продукции, что приведет к финансовому оздоровлению предприятия и повышению общей культуры животноводческого производства в хозяйстве. В целях модернизации и установки нового оборудования на молочнотоварных фирмах принята Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия [10-15].

Рассматриваемый проект предполагает повышение рентабельности животноводства с помощью снижения затрат и повышения эффективности производства [5].

Данный проект предполагает освоение молочной фермы в 2014-2019 гг. на 500 голов дойного стада путем модернизации бывших производственных корпусов, закупа нового, высоко технологичного оборудования, закупа племенного скота; доведение к 2017 году собственного валового производства молока до 25 тыс. тонн в год путем модернизации молочного производства в целом, освоение новой технологии и улучшения содержания сельскохозяйственных животных (создание оптимального микроклимата, исключение стрессов, и более высокой реализации продуктивных качеств животных, в особенности племенных), а также повышения производительности труда, за счет улучшения условий труда животноводов и применения новых технологий.

Проект позволит достичь значительного снижения себестоимости и как результат повышения рентабельности производимой продукции, за счет замены оборудования доения, навозоудаления, увеличение производительности персонала (за счет увеличения полезной нагрузки) и увеличения продуктивности животных [4], [6].

Производство и реализация продукции животноводства на момент освоения производственных мощностей и выхода на проектную мощность распределены по годам (таблица 3).

Таблица 3 Производство молока, себестоимость и финансовый результат

Показатели	Годы							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Среднегодовое поголовье коров, гол.	300	340	400	435	470	500	500	500
Среднегодовой удой на 1 корову, кг	2827	3500	4000	4500	5000	5000	5060	5100
Валовое производство молока, ц	8480	11900	16000	19575	23500	25000	25300	25500
Расход молока телятам, ц	750	952	1280	1566	1880	2000	2024	2040
Сдача молока в натуральной массе, ц	7730	10948	14720	18009	21620	23000	23276	23460
Себестоимость производства 1 ц. молока, руб.	840	790	750	720	690	670	650	650
Доход от реализации 1 ц. молока, руб.	1200	1260	1323	1390	1460	1530	1600	1650
Финансовый результат от производства молока, тыс.руб.	+4251	+5145	+8435	+12066	+16647	+19780	+22112	+23460

Как видно из этой таблицы, в настоящий момент стоимость производства молока составляет 840 руб. за 1ц. в связи с высокими затратами на навозоудаление, (электроэнергию, услуги тракторов), заработную плату (низкая производительность персонала), медикаменты (плохой микроклимат помещений) и капитальный ремонт (высокая изношенность помещений и оборудования), отсюда следует, что для повышения рентабельности необходимо провести комплексную модернизацию производства [18]. После реконструкции предполагается снижение затрат на 9,4 %.

Таблица 4 Объемы запланированной получаемой прибыли от животноводства после проведения модернизации, тыс. руб.

Наименование показателя	Значение по годам				
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Объем реализации (продаж)	10215	11166	15294	21274	27032
Прибыль от финансово-	1834	4351	5345	8635	12366

хозяйственной деятельности					
----------------------------	--	--	--	--	--

В таблице 4 представлены объемы запланированной получаемой прибыли от животноводства после проведения модернизации, по плану в 2018 году проект выйдет на проектную мощность.

Таблица 5 Расчет срока окупаемости проекта, тыс.руб.

Наименование показателей	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Объем инвестиций (кредит и собственные средства)	40000	-	-	-	-	-
Объем инвестиций (кредит и собственные средства) нарастающим итогом	40000	40000	40000	40000	40000	40000
Сумма чистой прибыли и амортизационных отчислений	4251	5145	8435	12065	166470	19780
Сумма чистой прибыли и амортизационных отчислений нарастающим итогом	4251	9396	17831	29896	46543	66323
Сальдо	-35749	-30604	-22169	-10104	+6543	+26323

Рассмотрим оценку экономической эффективности проекта и срок окупаемости проекта (таблица 5).

Таким образом, срок окупаемости проекта 3 года.

Таблица 6 Денежный поток предприятия

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Выручка	16567	18970	23673	29444	34607	39615
- от растениеводства	5579	5704	5459	5500	5050	4500
- от молока	6700	9276	13794	19474	25032	31565
- от мяса	3066	2890	3270	3300	3350	2370
- прочая деятельность	1222	1100	1150	1170	1175	1180
Выручка общая	16420	18970	23673	29444	34607	39615
Кредит	1948	20000	-	-	-	-
Собственные инвестиции	239	1731	-	-	-	-
Субсидии	1671	2485	2150	1700	1600	1500
Итого приток	20278	43186	25823	31144	36207	41115
Капиталовложения	2187	21731	-	-	-	-

Затраты	14652	15824	17090	20457	25934	31250
Налоги	1303	1407	1520	1641	1827	2192
Возврат действующих кредитов	1564	1433	433	433	433	217
Проценты по кредитам (за вычетом полученных субсидий)	186	267	168	108	60	8
Лизинговые платежи	353	504	-	-	-	-
Возврат запрашиваемого кредита	-	1000	4000	4000	4000	4000
Проценты по кредитам	-	867	2430	1950	1430	910
Итого отток	20245	43033	25641	28589	33684	38577
Денежный поток	33	153	182	2555	2523	2538
Денежный поток нарастающим итогом	33	186	368	2923	5446	7984

Исходя из таблицы 6 «Денежный поток предприятия» можно сделать выводы, что проект рентабелен.

Рассматриваемый проект предполагает повышение рентабельности животноводства с помощью снижения затрат и повышения эффективности производства. Предложенные пути в определенной степени способствуют решению указанной задачи, что может свидетельствовать о достижении цели исследования [16-17].

Данный проект модернизации требует финансирования. Источниками финансирования могут служить:

1. бюджетные ассигнования из федерального, территориальных бюджетов и использование внебюджетных источников;
2. привлечение инвестиций в сельское хозяйство, в том числе и зарубежных;
3. собственные источники денежных средств (выручка от реализации продукции, выполнения работ и услуг и др. финансово-хозяйственные операции сельскохозяйственных предприятий);
4. другие источники финансирования [7-9].

Таким образом, государство не только регулирует процесс модернизации в сельском хозяйстве, но и управляет деятельностью сельскохозяйственных производителей.

Использованные источники:

1. Абрютина, М. С. Анализ финансово экономической деятельности предприятия [Текст] : учебн. пособие / М. С. Абрютина, А. В. Грачев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело и Сервис, 2012. – 256 с.
2. Басовский, Л. Е. Экономический анализ (Комплексный анализ хозяйственной деятельности) [Текст] : учеб. пособие / Л. Е. Басовский, А. М. Лу-

нева, А. Л. Басовский ; под ред. Л. Е. Басовского. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 222 с.

3. ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ Анкудимова К.Ю., Гарифуллина А.Ф. Экономика и социум. 2014. № 3-1 (12). С. 82-85.

4. Гиляровская, Л. Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] : учебник / Л. Т. Гиляровская. – М. : Проспект, 2011. – 360 с.

5. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ: ОБОСНОВАНИЕ НОВОГО ПОНИМАНИЯ И СОДЕРЖАНИЯ Ханнанов Р.А. Право и политика. 2011. № 6. С. 918-933.

6. Ендовицкий, Д. А. Финансовые резервы организации: анализ и контроль [Текст] : научное издание / Д. А. Ендовицкий, А. Н. Исанеко ; под ред. Д. А. Ендовицкого. – М. : КНОРУС, 2013. – 304 с.

7. Колчина, Н. В. Финансы организаций (предприятий) [Текст] : учебник для вузов / Н. В. Колчина, Г. Б. Поляк, Л. М. Бурмистрова ; под ред. Н. В. Колчиной. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 368 с.

8. КОНЦЕПЦИЯ ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ И ПРИОРИТЕТНОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ Ханнанов Р.А. Право и политика. 2010. № 12. С. 2214-2222.

9. Кучеренко, С. А. Диагностика и прогнозирование финансового состояния сельскохозяйственной организации [Текст] / С. А. Кучеренко // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 23 (104). – С. 19-23.

10. Любушин, Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия [Текст] : учеб. пособие для вузов / Н. П. Любушин, В. Б. Лещева, В. Г. Дьякова ; под ред. Н. П. Любушина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 471 с.

11. НОВЫЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ АГРАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА Воронин Б.А., Ханнанов Р.А., Ханнанова Т.Р. Аграрный вестник Урала. 2012. № 6. С. 81-89.

12. ОБЪЕКТИВНЫЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АГРАРНОЙ ПОЛИТИКИ Ханнанова Т.Р. Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2013. № 6-2 (32). С. 184-190.

13. ПРИРОДА, ПРАВО, ЮРИДИЧЕСКИЕ СОБЫТИЯ Ханнанов Р.А. Уфа, 2009.

14. ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИИ Ханнанова Т.Р., Гарифуллина А.Ф. В сборнике: Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности в агропромышленном производстве Материалы Всероссийской научно-практической конференции в рамках XVII Международной специализированной выставки "АгроКомплекс-2007". 2007. С. 300-302.

15. РЕАЛИЗАЦИЯ АГРАРНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА:

ПРИНЦИПИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ Ханнанова Т.Р. Политика и общество. 2013. № 5. С. 630-640.

16. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК [Текст] : учебное пособие / Г. В. Савицкая. – 6-е изд., стер. – М. : Новое знание, 2013. – 652 с.

17. СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АГРАРНОЙ ПОЛИТИКИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ИНДИКАТИВНЫЙ АНАЛИЗ Ханнанова Т.Р. Политика и общество. 2013. № 3. С. 282-293.

18. САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО – ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ Ханнанов Р.А. Право и политика. 2010. № 7. С. 1234-1249.

*Ахметова Э.Р.
старший преподаватель
Гайнетдинова Г.Р.
студент 2 курса
Башкирский государственный аграрный университет
Россия, г. Уфа*

РОЛЬ БАНКОВ В РАЗВИТИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация: В статье описываются теоретические основы организации развития предприятий малого и среднего предпринимательства, определяются особенности участия банков в развитии деятельности предприятий малого и среднего предпринимательства.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, развитие, банк.

Сколько бы ни говорили о необходимости развития российского малого и среднего предпринимательства, сколько бы ни ссылались на положительный мировой опыт в этой сфере, воз этих проблем не сдвинется с места до тех пор, пока, с одной стороны, не будут устранены социально-экономические, финансовые, правовые и административные препятствия на пути развития малого и среднего предпринимательства, а с другой – не возникнут естественные экономические стимулы для такого развития. Средний и малый бизнес только тогда станет успешным, когда он в полной мере будет востребован государством, экономикой, населением.

Многолетние дебаты вокруг проблемы среднего и малого бизнеса при отсутствии ощутимых сдвигов свидетельствует о том, что поддержка малого и среднего предпринимательства пока еще не является государственным приоритетом.

К примеру, сложившаяся структура финансирования малого бизнеса – фонды поддержки малого предпринимательства (слабо формируемые за счет федерального или регионального бюджетов) – объединения малого предпринимательства (зачастую искусственно создаваемые администрациями) – отдельные малые предприятия (прошедшие процедуру

допуска), - дает крайне слабый эффект. Практика показывает, что большинство проектов малого предпринимательства не может преодолеть процедуру допуска и получить необходимые ресурсы или субсидировать кредитные проценты в рамках подобной системы [2].

По различным экспертным оценкам, на развитие малого бизнеса в России требуются инвестиции в объеме около 5 млрд. долл. Государство в настоящее время такими средствами не располагает. Частный российский и зарубежный финансовый сектор в состоянии выделить такие кредитные ресурсы, но не делает это в силу высокой степени риска в сфере малого и среднего предпринимательства.

Как известно, размеры заемщика для банка не имеют определяющего значения, однако, чем крупнее компания, чей бизнес оценивается не хуже, чем стабильный, тем больше степеней свободы для выработки инструментов, покрывающих риски ее кредитора. Соответственно, чем меньше компания, тем меньше степеней свободы для выбора адекватного покрытия рисков и тем глубже приходится анализировать деятельность заемщика. Затраты на подобную работу либо превращают кредитование мелких заемщиков в нерентабельный бизнес, либо, будучи переложены на заемщика, делают невыгодным для самого заемщика кредитный проект, в котором он был заинтересован. Основа эффективного развития малого и среднего предпринимательства состоит в его необременительности излишними основными фондами.

В развитии малого и среднего предпринимательства существует спад. Одна из причин этого – отсутствие доступа к финансовым ресурсам. Поэтому очень важно, что по многим позициям экономического развития страны, в частности роли в нем малого и среднего бизнеса, мнения банкиров и предпринимателей совпадают. Одни только крупные компании не выведут Россию из непростой экономической ситуации. Нынешнюю эйфорию от «сырьевых достижений» нужно считать лишь временным явлением. Экономике следует строить за счет других ресурсов, в том числе за счет развития бизнеса. Самое главное – ведение поиска механизмов кредитования малых предприятий [3].

В частности, в целях поддержки начинающих предпринимателей ассоциация «Опора России» предлагает гарантии возврата средств распределять следующим образом: 20% обеспечивает сам предприниматель, порядка 20% - банк за счет собственного риска и 60% - государство. Такая политика могла бы способствовать высоким темпам роста предпринимательства в стране.

Суть саморегулируемой организации состоит в том, чтобы шаг за шагом, поэтапно в регулировании заменять государственный контроль самоконтролем. К сожалению, серьезным «ухудшающим» обстоятельством развития в России саморегулируемых организаций в предпринимательском обществе является его слабая консолидированность. По данным TESIS, только 5% российских предпринимателей объединены в ассоциации и

отраслевые союзы. На западе ассоциации охватывают до 50-80% участников рынка [4].

С точки зрения Ассоциации российских банков сегодня самая главная проблема среднего класса – отсутствие доступного кредита, как по цене, так и по расстояниям и процедуре оформления. В свою очередь и банки, бизнес которых ограничен и не развивается из-за того, что они не могут обеспечить нормальные условия кредитования клиентов, – не менее заинтересованная сторона. Многие властные структуры и общественные деятели вину в такой ситуации сваливают на сами банки. Но не всегда банки виновны в том, что кредиты столь дороги и краткосрочны. Общая экономическая и денежно-кредитная политика в отношении банков приводит к тому, что ресурс для них оказывается дорогим, а кредит, в большинстве случаев, – просто недоступным для клиентов.

В рамках федеральной программы, в соответствии с Законом №88 «О государственной поддержке предпринимательства» Министерство по антимонопольной политике передавало средства для осуществления программы в федеральный фонд по поддержке предпринимательства (на безвозвратной основе). Фонд перераспределял их региональным фондам (на возвратной основе), а региональные фонды, в свою очередь, использовали их в основном в целях избирательного кредитования предпринимателей. Критерии доступа к этим ресурсам были непонятны. В итоге происходил постоянный прирост средств федерального фонда при отсутствии контроля и ответственности за выполнение самой программы [1].

Данная ситуация перестала устраивать как федеральную власть в лице правительства, так и само предпринимательское сообщество. В новой федеральной программе упор сделан не на использование средств непосредственно на кредитование предпринимателей, а на обеспечение доступа к банковским кредитам и создание инфраструктуры их поддержки. В настоящее время главное направление государственной программы мероприятий – создание механизма кредитования через банки при государственной поддержке и субсидированной процентной ставке банком, где ведущая роль отводится «Россельхозбанку». Самое главное, чтобы этим механизмом смогли воспользоваться все, кто подпадает под определенную категорию, предусмотренную программой, а не только избранные.

Это позволяет не обращаться к оценщикам и, соответственно, уменьшает финансовые расходы, связанные с оформлением кредита. Предприниматели, которые зарекомендовали себя с положительной стороны, вовремя погашали предыдущие кредиты, могут рассчитывать и на привилегированное отношение к себе со стороны банка: так, в любое время им может быть предоставлен мини-кредит без оформления лишних документов в сумме 10 процентов от годового оборота средств на счете.

Таким образом, создание залогового фонда, который будет выступать в качестве гаранта возвращения кредитов, может способствовать активизации кредитования банками малого и среднего предпринимательства и созданию

стабильно работающей структуры по предоставлению оборудования в лизинг, что очень поможет предпринимателям, желающим открыть свое дело.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 14.06.1995 N 88-ФЗ (ред. от 02.02.2006) "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации" (с изменениями от 31 июля 1998 г., 21 марта 2002 г.)
2. Малое предпринимательство в России. 2012: Стат.сб. / Росстат. -- М., 2012. 164 с.
3. Зенин, И.А. Финансовое состояние предприятия: Учебное пос. М.: Изд-во МГУ, 2006.
4. Ибадова, Л.Т. Финансирование и кредитование малого и среднего бизнеса в России: правовые аспекты / Л.Т. Ибадова. -- М.: Волтерс Клувер, 2006. -- 272 с.

*Ахтариева Л.Г., доктор экономических наук
доцент, профессор
кафедра инновационной экономики
Башкирский государственный университет
Россия, г. Уфа*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В современных социально-экономических условиях в соответствии со стратегическими целями и приоритетами региональной экономики актуальной задачей развития бизнеса становится формирование адекватной запросам общественных, государственных и предпринимательских структур эффективной системы инфраструктуры предпринимательства.

Понятие «инфраструктура» в Экономическом словаре определяется как капитальное оборудование, используемое для предоставления общественно доступных услуг, включая транспорт и телекоммуникации, газо-, электро- и водоснабжение, создающих необходимую основу для других видов экономической деятельности. Инфраструктура с экономической точки зрения обеспечивает упорядоченное и устойчивое развитие отраслей на определенном пространстве путем создания комплекса условий, стимулирующих развитие экономической деятельности данной территории. Можно утверждать, что инфраструктура - это общественно вспомогательный капитал, фундамент, лежащий в основе национальной экономики,

Содержание инфраструктуры в российской экономической науке включает производственную (непосредственно обслуживающую материальное производство: дороги, водоснабжение, канализациям т.д.) и непроизводственную (социальную, т.е. непосредственно не связанную с процессом производства: образование, здравоохранение и т.д.) группы. [2].

В зарубежных теориях наиболее широкое распространение получили работы Д.М. Кларка, А.О. Хиршмана в области исследования «социального накладного капитала» - так они называют инфраструктуру. По их мнению

«социальный накладной капитал» охватывает все основные мощности, без которых невозможно функционирование производства. Совокупность общественных услуг, начиная с охраны общественного порядка, юрисдикции, воспитания, здравоохранения и заканчивая транспортом, связью, энерго- и водоснабжением. составляет содержание данного понятия [3].

Понятие «инфраструктура предпринимательства» вызывает несомненный интерес ученых и представителей хозяйствующих субъектов, широко используется во многих экономических работах. Приходится констатировать, что к настоящему времени единого мнения о содержании данного понятия пока нет.

Общепризнанным считается определение инфраструктуры предпринимательства, сформулированное Шепеленко Г.И.: это – «комплекс создаваемых или действующих организаций, обеспечивающих общие условия функционирования и развития частного предпринимательства, включая содействие в организации собственного дела, обеспечение информацией в области права, маркетинга, инжиниринга и менеджмента, поддержку в обеспечении материально-техническими, финансовыми и другими ресурсами на коммерческой основе» [4, с.37].

Инфраструктура предпринимательства, на наш взгляд, представляет собой определенную совокупность условий и институтов, необходимых и достаточных для функционирования и развития предпринимательских структур, которые обеспечивают сопряженность взаимодействующих составляющих в процессе осуществления предпринимательской деятельности [1].

Следовательно, существующая система инфраструктуры бизнеса включает в себя следующие составляющие:

— институционально-правовую инфраструктуру (основополагающий компонент инфраструктурной обеспеченности развития бизнеса и социально-экономического развития региона, которая является и средой для функционирования всех других его составляющих);

— инфраструктуру поддержки бизнеса (технопарки, бизнес-инкубаторы, центры трансфера технологий, федеральные центры коллективного пользования научным оборудованием и другие специализированные учреждения);

— кредитно-финансовую инфраструктуру (финансовые институты, которые имеют определенное отношение к прямому инвестированию предпринимательской деятельности);

— кадровую инфраструктуру (определяет соответствующие пропорции развития кадровых ресурсов для бизнеса);

— информационно-коммуникационную инфраструктуру (информационные системы, сети связи, средства коммуникации и управления информационными потоками, включая электронные технологии и др.);

— инженерно-производственную инфраструктуру (электро-, газо-,

тепло-, водоснабжение, инженерные сети, офисные, производственные, складские помещения и т.п.);

— транспортно-логистическую инфраструктуру (сеть железных дорог, автомобильные дороги, инфраструктура дорог и авиаперевозок, воздушный транспорт, транспортно-логистические центры и комплексы, магистральные трубопроводы и др.).

Предпринимательство в современных условиях выступает важным структурным элементом рыночной экономики и гражданского общества и является базовым фактором, который мог бы обеспечивать экономический рост и занятость населения, формирование конкурентной среды конкретного региона. В настоящее время к задачам регулирования и поддержки предпринимательства относится, прежде всего, создание благоприятных условий и равных возможностей для ведения бизнеса наряду с прямой поддержкой субъектов малого и среднего предпринимательства. Соответственно, реализация различных проектов по формированию эффективной системы инфраструктурного обеспечения функционирования предпринимательства при этом имеет особое значение.

В современных условиях все более значимыми становятся проблемы модернизации и развития инфраструктуры предпринимательства. Следует отметить, что проблемные факторы ведения предпринимательской деятельности между регионами России неоднородны. В то же время можно выделить характерные для большинства регионов проблемы: доступ к финансированию, квалификация рабочей силы, недобросовестная конкуренция в неформальном секторе экономики, коррупция, высокий физический износ объектов инфраструктуры, отсутствие законодательных гарантий со стороны государства, недостаточный уровень развития, доступности и сбалансированности существующей системы инфраструктуры предпринимательства и др. [2].

К мерам по решению этих проблем следует отнести:

— оптимизацию государственного и негосударственного воздействия на формирование системы инфраструктурного обеспечения предпринимательства;

— разработку целостности и системности развития инфраструктурных условий;

— сбалансированное распределение инфраструктурных объектов;

— обеспечение тесного взаимодействия всех участников этого процесса;

— формирование инфраструктуры в соответствии с потребностями хозяйствующих субъектов;

— создание и развитие объектов инфраструктуры, их координация и мониторинг;

— внедрение перспективных практик и технологий, успешно реализуемых в зарубежных странах и в различных регионах страны;

— более широкое применение механизмов саморегулирования и государственно-частного партнерства;

— использование информационно-коммуникационных технологий, которые в настоящее время являются эффективным инструментом для развития бизнеса в условиях глобальной цифровой экономики.

Таким образом, для формирования современной инфраструктуры предпринимательства в соответствии со стратегическими целями и приоритетами региональной экономики необходимы эффективные механизмы управленческих воздействий, рациональное сочетание экономических, правовых и административных рычагов, методов, и способов воздействия от региональных органов власти и управления. Координация интересов государства, региона и бизнеса на основе взаимной дополняемости, внедрения механизмов привлечения инвестиций во многом будет зависеть эффективность создания и развития объектов инфраструктуры предпринимательства.

Использованные источники:

1. Ахтариева Л.Г. Развитие инфраструктуры рыночных услуг в регионе. / Л.Г.Ахтариева, Шаяхметов И.Т.//Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2012. - №3. – С.55-59.
2. Плотникова, Т.А. Инфраструктура поддержки малого бизнеса/ Т.А.Плотникова // Совершенствование механизма функционирования экономики России в посткризисный период. -2010- Том 2- с.190-193.
3. Татаркин, А.И. Пространственные факторы системной модернизации Российской Федерации /А.И. Татаркин //Бизнес, Менеджмент и Право-2012- № 1- с.35-45.
4. Шишкин, С.Н. Государственная поддержка предпринимательской деятельности как специфическая форма государственного регулирования экономики / С.Н. Шишкин // Предпринимательское право - 2011- № 4 – с. 35 – с.43.

Бабич А.В.

студент гр. УУб-131, III курс

Овчинникова И.В.

научный руководитель, старший преподаватель

Кузбасский государственный технический

университет имени Т.Ф. Горбачева

Россия, г. Кемерово

АНАЛИЗ ОБОСНОВАНИЯ ФОРМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ КОМПАНИИ С УЧЁТОМ СТАДИИ ЕЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА

Аннотация: В статье предпринята попытка обоснования объекта стратегического анализа с учетом ее жизненного цикла. Исходя из этого, сформулирована цель и предложены этапы стратегического анализа.

Ключевые слова: жизненный цикл организации, стратегический анализ, стратегическое управление.

Стратегия финансирования может быть охарактеризована как вид функциональной стратегии компании, обеспечивающий все основные направления ее финансовой деятельности, в том числе формирование и использование финансовых ресурсов. Целью собственников компаний, является увеличение стоимости доли владения изначальных акционеров на фиксированном временном горизонте, где стоимость определяется как сумма дисконтированных ожидаемых денежных потоков, доступных к распределению изначальным собственникам. Соответственно, в такой

постановке задачи можно говорить о поиске стратегии финансирования, позволяющей достичь поставленной цели с учётом действующих внешних ограничений.[1]

Теоретические и эмпирические исследования показывают, что правильный выбор структуры капитала и стратегии финансирования позволяет увеличить как стоимость компании, так и благосостояние её акционеров. В то же время, поскольку по мере развития компании её управленческие и финансовые характеристики могут значительно изменяться, принципы формирования стратегии финансирования должны учитывать данные изменения, то есть быть связаны со стадиями жизненного цикла компании. В соответствии с этим, систематизация и анализ основных теорий структуры капитала и вытекающих из них стратегий финансирования, приводят к следующим выводам:

1. Существующие теории, включая динамические теории структуры капитала, в большинстве своем не учитывают связь стратегии финансирования и стадии жизненного цикла.

2. Понятие доступности источников финансирования не рассматривается как фактор, влияющий на выбор структуры капитала.

3. Теории, учитывающие рыночную капитализацию компаний в качестве одного из ключевых факторов формирования структуры капитала (в частности, многие 11 динамические модели структуры капитала), существенно ограничены применительно к непубличным компаниям. [5]

Доказано, что важным вопросом является выбор инвестора, который может налагать определенные ограничения, способные повлиять на дальнейшее развитие компании – например, по привлечению нового внешнего финансирования, выплате дивидендов или принятию акционерами прочих управленческих и финансовых решений. [3]

Таким образом, разработка практического подхода к формированию стратегии финансирования на каждой из стадий жизненного цикла, который мог бы использоваться акционерами компании для решения задачи увеличения ее стоимости, на основе существующих теорий в значительной степени затруднено. Однако, динамические модели структуры капитала, посредством их модифицирования с учётом влияния стадии жизненного цикла, позволяют создать на их основе методику выбора стратегии финансирования, увеличивающей стоимость компании на каждой из стадий.

Критерии разделения стадий жизненного цикла компаний,

учитывающие доступность источников финансирования и финансовые показатели деятельности компании.

В настоящее время существует множество моделей стадий жизненного цикла компаний, позволяющих выделить основные этапы, через которые проходит компания, идентифицировать проблемы, возникающие при переходе от одной стадии к другой, а также спрогнозировать ее развитие. По итогам исследования моделей были сделаны выводы:

- Единого мнения по количеству стадий жизненного цикла компании нет;
- Модели не учитывают структуру капитала и стратегию финансирования компании;
- Модели не учитывают финансовые показатели деятельности.[4]

Таким образом, для решения проблемы формирования стратегии финансирования, увеличивающей стоимость, необходимо выделить финансовых критериев разделения стадий жизненного цикла компании, позволяющих определить ее потребность в финансировании и доступность источников финансирования.

Выбор стратегии финансирования жизненного цикла.

Стратегия финансирования для начальной стадии жизненного цикла полностью определяется путем рекурсивных расчетов из соответствующих стратегий на стадии быстрого неустойчивого роста. Эффективными инструментами в данном случае будут либо банковская кредитная линия, либо проектное финансирование с распределенным графиком предоставления средств, если последнее доступно – компания будет либо последовательно выбирать кредитную линию, либо частично возвращать их по мере превышения лимита долговой нагрузки, что будет определяться соотношением процентной ставки по кредиту и требуемым уровнем инвестиций;

– Использование конвертируемых облигаций в рамках увеличения стоимости компании для изначальных собственников на начальной стадии жизненного цикла будет возможно, только если в рамках зафиксированной стратегии финансирования на стадии роста компания в начале указанной стадии присутствует конвертируемый долг;

– Если в рамках зафиксированной стратегии финансирования на стадии роста компания в начале указанной стадии роста присутствует конвертируемый долг, то при неготовности увеличивать долю владения к конвертации изначальным собственникам выгоднее финансировать компанию собственными средствами вместо выпуска конвертируемых облигаций на начальной стадии жизненного цикла. Исключение, когда у изначальных акционеров недостаточно собственных средств для финансирования компании – в этом случае придется привлекать конвертируемый долг или финансового инвестора;

– При привлечении финансового инвестора требуется повторное моделирование следующей стадии жизненного цикла, при этом следует

дополнительно учитывать следующие факторы:

Сохранение контроля изначальных собственников в течение стадии быстрого роста – в противном случае стратегию финансирования необходимо исключить из рассмотрения;

Если на стадии роста также планировалось привлечение финансового инвестора, это будет один и тот же инвестор (который впоследствии увеличит свою долю владения)

– Привлечение средств путем продажи доли владения финансовому инвестору на начальной стадии жизненного цикла будет наиболее оправданным [2]

Использованные источники:

1. Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности : Основы анализа [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов направления подготовки 080100.62 «Экономика», профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» всех форм обучения / М. Т. Казарян, Ю. В. Соколова; ФГБОУ ВПО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева», Каф. бухгалт. учета и аудита. Кемерово , 2013. Объем 165 с
2. 1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание / Пер. с англ. под ред. Петрова А.Н. – СПб: Питер, 2009. – 344 с.
3. 1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации / Пер. с англ.; под науч. ред. А.Г. Сеферяна. – СПб.: Питер, 2007. – 384 с.: ил. – (Теория менеджмента).
4. Хорин А.Н. Стратегический анализ: учебное пособие / А.Н. Хорин, В.Э. Керимов. – М.: Эксмо, 2006. – 288 с.
5. Захаров С. В. Стратегия финансирования компании на различных стадиях жизненного цикла как инструмент увеличения ее стоимости для акционеров: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, МГУ им. М. В. Ломоносова, М. 2011.

*Баглай Р. Е.
студент 2 курса
информационно-технический факультет
Тропникова Т.А.
научный руководитель, ст. преподаватель
кафедра экономической теории
Новосибирский государственный
университет экономики и управления
Россия, г. Новосибирск*

АНАЛИЗ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ РОССИИ, США И КИТАЯ

В статье анализируются показатели доступности жилья, рассматриваются факторы спроса и предложения рынка недвижимости, формирующие индекс доступности жилья. Рассчитан индекс доступности жилья по методике ООН ХАБИТАТ для населенных пунктов. Сделан вывод о факторах, влияющих на доступность жилья.

Ключевые слова: спрос и предложение на рынке жилья, доходы среднего класса, средние цены на жилье, индекс доступности жилья, методика ООН ХАБИТАТ

*Baglaĭ R.E.
student*

*2 course, Information and Technical Department
Novosibirsk State University of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

*Scientific adviser Tropnikova T.A.
Senior Lecture*

*Department of Economic Theory
Novosibirsk State University of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

ANALYSIS OF THE REAL ESTATE MARKET IN RUSSIA, USA AND CHINA

The problem of availability of housing for the population of RUSSIA, USA and CHINA is discovered. Index of housing affordability by UN-HABITAT procedure is calculated. Opportunities are limited to households in the country.

Keywords: the impact of supply and demand factors, middle-class incomes, average house prices, the housing affordability index, UN-HABITAT method.

Актуальность изучения рынка недвижимости связана с удовлетворением основной потребности любого человека в любой стране – потребности в жилище. Проблемой рынка недвижимости является приобретение жилья в собственность, низкая доступность жилья практически во всех странах мира. Целью статьи явилось изучение факторов, влияющих на рынок недвижимости в трех странах - России, США, Китая с точки зрения доступности приобретения жилья в собственность. Тезис – «обеспечение надлежащего жилья для всех и устойчивое городское развитие», рассматривается ООН-ХАБИТАТ [1]. Общим для межстранового сравнения, по ООН ХАБИТАТ, является «индекс доступности жилья», который часто используется для расчета как показатель общих тенденций по странам и регионам[2, 3, 4, 5].

Рынок недвижимости стран является частью экономики любой страны. Развитие данного рынка жилья зависит в целом от развития экономики стран. Так, США - крупнейшая экономика мира по ВВП, который составил в 2015 г. 17,4 трлн. долл. [6]. Вторая экономика мира по ВВП – это экономика Китая, и первая по ВВП по паритету покупательной способности. ВВП Китая в 2015 году составил около 10,3 трлн. долл. [6]. Объем ВВП в России составил 1,86 млрд. долл. [7]. Территория стран по площади значительна. Россия занимает первое место в мире по данному показателю, ее территория составляет 17,1 млн.кв.км [8]. Площадь Китая около 9,6 млн. кв. км – это третье место в мире, уступая лишь Канаде и России [9]. Площадь США составляет 9,5 млн. кв.км (4 место в мире по площади) [9]. В 2015 г. численность населения составляла: Китая - 1 350,6 млн. чел., США - 325,7 млн.чел., России - 146, 3 млн. чел.

Естественный прирост населения составлял: в США – 5,27 %, в Китае – 4,73%, в России – 0,2 % [10].

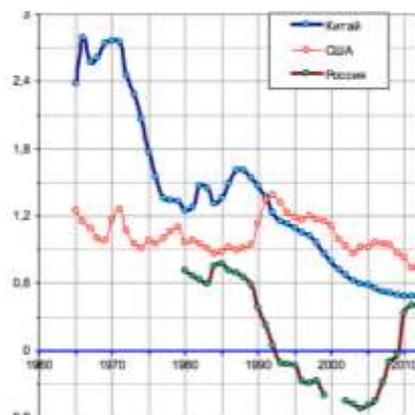


Рис.1. Ежегодный прирост населения в Китае, США, России [11]

Для всех стран характерен процесс урбанизации населения. Особенностью населения Китая является высокий средний возраст, что является следствием политики «одна семья — один ребёнок». Темп прироста населения Китая составляет всего 0,49%, занимая 151-е место в мире (на 2015 г.).

Строительная отрасль, как катализатор экономического роста индустриальных стран, «отличалась разнообразием строительных компаний по своим технико-экономическим характеристикам, числу занятых, объему строительных работ, величине используемого капитала» [12]. Компании, выполнявшие строительные работы, имели высокий уровень специализации. Так, в США уровень специализации от 82% до 95%, а в жилищном строительстве – 87%. Например, из общего числа строительных компаний США общестроительные составляют 27%, а специализированные – 73% [12]. С другой стороны, присутствие на строительном рынке США крупных компаний с объемом работ, превышающем 10 млн. долларов, придавали ему стабильность и прогнозируемость. В США таких компаний насчитывалось около 4 тысяч. Составляя менее одного процента от общего числа строительных организаций, они выполняли более 40% общего объема работ. Крупнейшие из них с объемом работ свыше 1 млрд. долларов в год по характеру своей производственной деятельности напоминают промышленные корпорации.

В России, доля строительства в ВВП оценивалась в 2015 году на уровне 5,8%. Общая стоимость строительных работ в России в среднем составила 3,2%. Это снижение темпа роста, безусловно, связано с "эффектом высокой базы" и замедлением экономического роста в целом [13].

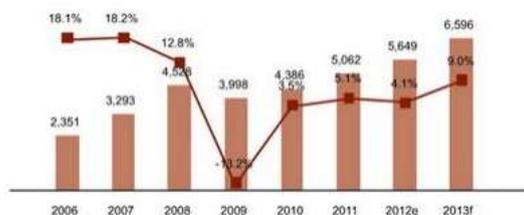


Рис.2. Данные по общей стоимости строительства в РФ с 2006 г. по 2013 г.

Отрасль имела достаточно слабую инвестиционную активность, к основным проблемам относят высокую внутриотраслевую конкуренцию и монопольное положение отдельных строительных компаний России, излишние административные барьеры, а также несовершенство технического регулирования, несбалансированность строительных норм и сводов правил с международными стандартами.

Особенностью строительной отрасли Китая является то, что в отрасли присутствовали предприятия, соответствовавшие различным стандартам. Классификация китайских строительных предприятий различна. Особое внимание уделялось управлению строительными проектами, в условиях ограничения ресурсов, что приводило к превышению установленных требований к срокам введения объектов[14]. Зачастую отсутствовала прозрачность процедур предложения земельных участков, имело место непостоянство административного поведения. Однако отрасль динамично развивалась, отличалась проникновением конкурентных материалов и технологий. Согласно прогнозам, строительный рынок Китая за счет удвоения составит 21% общемирового рынка[15].

Вышеизложенное позволяет сделать вывод о том, что строительная отрасль развивалась в странах в соответствии с развитием национальной экономики.

Строительный сектор стран, в соответствии с государственными программами жилищного строительства, осуществляет строительство жилищных объектов. Площадь жилья на одного жителя в сельской и городской местности различна, в сельской местности больше (см. рис.3). Как пример, в среднем в сельской местности в России площадь на одного жителя составляет 25 кв.м., в Китае – более 35 кв.м..

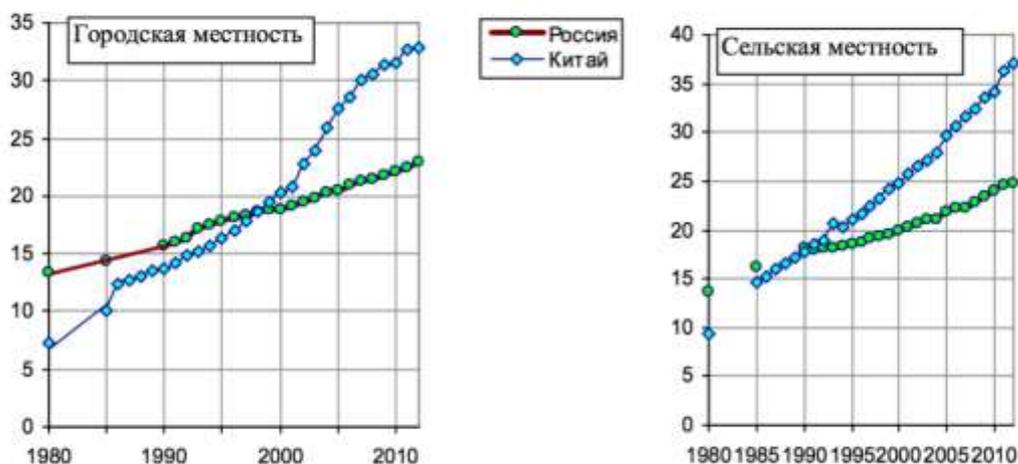


Рис.3. Площадь жилья на одного жителя в России и Китае[16]

При анализе Рис.3. необходимо учесть, что численность населения России с конца 90-х уменьшалась и достигла в 2012 года 143 млн. человек; а численность населения Китая в 1980 - 2008 годах увеличивалась каждый год в среднем на 12 млн. и достигла в 2012 году 1350 млн. человек[16].

В странах Западной Европы, на одного жителя приходится в среднем 40-50 кв.метров, в США - более 65.

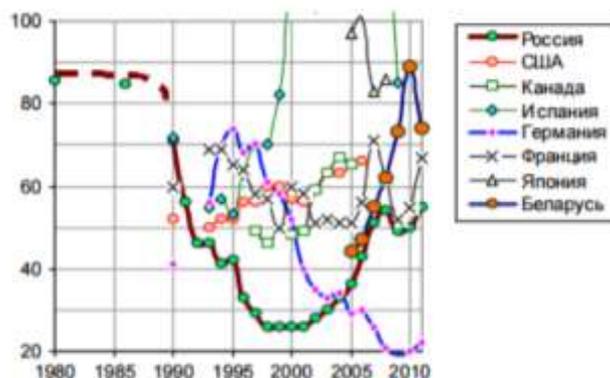
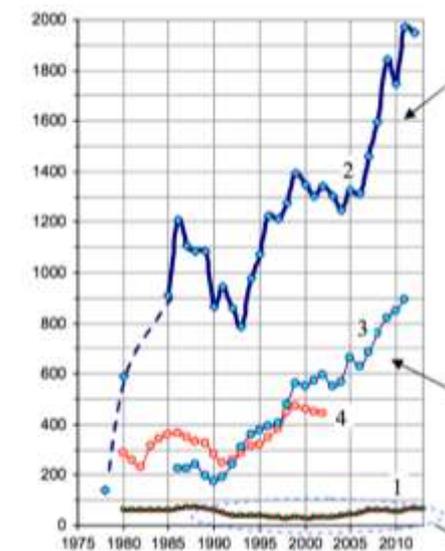


Рис.4. Число построенных квартир на 10000 человек[17]

В развитых странах, например, в Германии, наблюдается уменьшение строительства жилья, что, возможно, говорит о насыщении рынка.

В России «в 2010 году построено в среднем 5 квартир на 1000 человек населения. Причем 2/3 из построенных квартир - однокомнатные и двухкомнатные и все квартиры - безумно дорогие» [17].



- 1 - Строительство жилья в России
- 2 - Строительство жилья в Китае
- 3 - Строительство жилья в Китае (только городское)
- 4 - Строительство жилья в США

Рис.5. Строительство жилья в [18]

Для расчета показателя «индекс доступности жилья» (ИДЖ), рассмотрены факторы спроса и предложения и использована формула: $ИДЖ = C/D$, где C – стоимость жилья, D – доход домохозяйства. Для целей исследования рассмотрены доходы среднего класса - работников различных отраслей.

Таблица 1

Доходы работников различных отраслей
в России в 2015 году, в рублях

Наименование профессий	Доход в месяц, в рублях
Бухгалтера	20000-28205
Водители	15000-21228
Врачи	17000-23123
Инженеры	25000-34823
Менеджеры	28000-35868
Преподаватели	13000-19607
Программисты	40000-50885

Продавцы	14000-17074
Секретари	12000-14875
Электрики	23000-27660
Слесари	18000-22553
Юристы	23000-29113

Далее рассмотрены факторы предложения по различным регионам России. Средние цены на объекты недвижимости в спальнях районах по первичному и вторичному рынку приведены в Таблице 2.

Таблица 2

Средние цены на первичном и вторичном рынках недвижимости, расчет индекса доступности жилья в России в 2015 году, в рублях

Местоположение объектов	Средняя стоимость на первичном рынке, в тыс.руб.	Средняя стоимость на вторичном рынке, в тыс.руб.	ИЖД=С/Д На первичном рынок	ИЖД=С/Д На вторичном рынок
Москва	1 комн. -2567,0-3189,0 2 комн. - 3602,0-5023,0 3 комн. - 5200,0-7000,0	1комн.-2800,0-4000,0 2комн.- 3786,0-5400,0 3комн.- 5500,0-7300,0	1-я- 9,1 2-я-13,6 3-я-20,3	1-я- 10,6 2-я-17,6 3-я-21,6
Краснодарский край	1 комн. - 900,0-1280,0 2 комн. - 1300,0-2500,0 3 комн. - 2800,0-3600,0	1комн.-1100,0-1400,0 2комн.-1480,0-2700,0 3комн.-2900,0-4000,0	1-я- 3,66 2-я-6,7 3-я-11,6	1-я- 4,3 2-я-8,7 3-я-13,1
Екатеринбург	1 комн. - 2500,0-2900,0 2 комн.-3000,0-4650,0 3 комн. - 4700,0-6800,0	1комн.- 2700,0-3100,0 2комн.- 4000,0-5300,0 3комн.- 5900,0-7200,0	1-я- 9,3 2-я-14,2 3-я-19,3	1-я- 9,5 2-я-17,3 3-я-21,3
Челябинск	1 комн. - 1500,0-2150,0 2 комн. - 2200,0-3000,0 3 комн. - 3100,0-4900,0	1 комн.-1700,0-2300,0 2комн.- 2400,0-3500,0 3комн.-3600,0-5200,0	1-я- 7 2-я-8,6 3-я-13,4	1-я- 7,6 2-я-11 3-я-16,3

Иркутск	1 комн.- 1800,0	1240,0-	1комн.- 2100,0	1400,0-	1-я- 4,6	1-я- 6,2
	2 комн.- 2900,0	2000,0-	2комн.- 3200,0	2200,0-	2-я-8	2-я-10
	3 комн.- 4500,0	3000,0-	3комн.- 5000,0	3300,0-	3-я-12,3	3-я-16,3

Как пример: менеджер с заработной платой в 35868 рублей приобретает двухкомнатную квартиру в Екатеринбурге с ценой в 4000000 рублей, индекс доступности жилья в данном случае составит:

$ИЖД = (4000000) / (35868 * 12) = 9,29$ (лет). Экономический смысл данного индекса заключается в том, что жилье для работника данной сферы недоступно, так как приобретение данной квартиры осуществится в срок более 9 лет. В целом, расчеты индекса доступности жилья свидетельствуют, что жилье в России среднему классу жилья практически недоступно.

Оценка факторов спроса в США позволила сделать выводы, что доходы среднего класса в США значительно превышают российские показатели (см.Таблицу 3) [19; 20].

Таблица 3

Доходы работников различных отраслей в США в 2015 году,
в долларах [19; 20]

Наименование профессий	Доход в месяц, в долларах
Бухгалтера	4500 - 5500
Менеджеры по продажам	8000-8750
Маркетологи	4000-5000
PR-менеджеры	3800-4500
Стоматологи	10000-12500
Медсестры	9000-10500
Электрики	3700-4100
Сантехники	3800-4200
Плотники	2800-3250
Маляры	2500-2900
Строители	2000-2500

Изучив факторы предложения в США в различных штатах, используя

средние цены по первичному и вторичному рынку, был произведен расчет индекса доступности жилья по методике ООН ХАБИТАТ (см. Табл. 4) [21].

Таблица 4

Средние цены на первичном и вторичном рынках недвижимости, в долларах[21]; расчет индекса доступности жилья в США в 2015 году

Местоположение объектов	Средняя стоимость на первичном рынке, в тыс.долл.	Средняя стоимость на вторичном рынке, в тыс.долл.	ИЖД=С/Д На первичном рынке	ИЖД=С/Д На вторичном рынке
Нью-Йорк	1 комн.-100,0-120,0 2 комн.а- 130,0-150,0 3 комн.- 160,0-190,0	1 комн.- 110,0-130,0 2 комн.- 140,0-164,0 3 комн.- 171,0-199,0	1-я- 1,8 2-я-2,3 3-я-3	1-я- 2 2-я-2,5 3-я-3,16
Техас	1 комн.- 99,0-130,0 2 комн.- 140,0-178,0 3 комн.- 181,0-203,0	1 комн.- 103,0-140,0 2 комн.- 153,0-199,0 3 комн.- 187,0-220,0	1-я- 1,6 2-я-2,75 3-я-3,3	1-я- 2,16 2-я-3,16 3-я-3,5
Вашингтон	1 комн.- 60,0-147,0 2 комн.- 160,0-220,0 3 комн.- 230,0-310,0	1 комн.- 70,0-160,0 2 комн.- 170,0-230,0 3 комн.- 240,0-320,0	1-я- 2,3 2-я-3,5 3-я-5	1-я- 2,5 2-я-3,83 3-я-5,16
Миссури	1 комн.- 80,0-139,0 2 комн.- 140,0-187,0 3 комн.- 190,0-255,0	1 комн.- 90,0-150,0 2 комн.- 163,0-190,0 3 комн.- 205,0-270,0	1-я- 2,25 2-я-2,81 3-я-4,16	1-я- 2,33 2-я-3,08 3-я-4,41
Флорида	1 комн.- 72,0-128,0 2 комн.- 132,0-263,0 3 комн.- 250,0-320,0	1 комн.- 80,0-130,0 2 комн.- 140,0-268,0 3 комнатная-261000-354000	1-я- 2,083 2-я-4,25 3-я-5,16	1-я- 2,13 2-я-4,46 3-я-5,88

Пример: Стоматолог (представитель верхней границы среднего класса) с заработной платой в 12500 долларов в месяц приобретает двухкомнатную квартиру в Миссури с ценой в 165000 долларов, индекс доступности жилья в данном случае составит:

$$\text{ИЖД}=(165000)/(12500*12)=1,1$$

То есть жилье для работника данной сферы доступно, так как приобретение данной квартиры осуществится в срок менее чем, через 1,5 года.

В целом, расчеты индекса доступности жилья свидетельствуют, что жилье в США среднему классу жилья более доступно.

И, наконец, по аналогии, рассмотрены факторы спроса и предложения для Китая, затем произведен расчет ИДЖ [20; 22].

Таблица 5

Доходы работников различных отраслей
в Китае в 2015 году, в рублях, юанях[20; 22]

Наименование профессий	Доход в месяц, в рублях	Доход в месяц, в юанях[20]
Дипломированный бухгалтер	92 515 -99123	925150 -991230
Редакторов веб-сайтов	92000-112000	920000-1120000
Страховщики	132000-138000	1320000-1380000
Инженеры	165000-171000	1650000-1710000
Работники 3G-сферы	198000-211000	1980000-2110000
Переводчики	218000-231000	2180000-2310000
Программисты	210000-219000	2100000-2190000
Продавцы	101000-115000	1010000-1150000
Строители	116000-192000	1160000-1920000
Электрики	192000-208000	1920000-2080000
Врачи	162000-178000	1620000-1780000

Таблица 5

Средние цены на первичном и вторичном рынках недвижимости, в тыс.руб.; расчет индекса доступности жилья в Китае в 2015 году [18]

Местоположение объектов	Средняя стоимость на первичном рынке, в тыс.руб.	Средняя стоимость на вторичном рынке, в тыс.руб	ИЖД=С/Д На первичном рынок	ИЖД=С/Д На вторичном рынок
Пекин	1 комн.-2000,0-3000,0	1комн.-2100,0-3100,0	1-я- 1,38	1-я- 1,5
	2 комн.- 2200,0-3200,0	2 комн.-2300,0-3300,0	2-я-1,7	2-я-1,8
	3 комн.- 3500,0-5500,0	3комн.- 3600,0-5600,0	3-я-3,05	3-я-3,1
Шанхай	1 комн.- 2400,0-3100,0	1комн.-2500,0-3200,0	1-я- 1,6	1-я- 1,7
	2 комн.- 3300,0-4600,0	2комн.- 3400,0-4700,0	2-я-2,5	2-я-2,6
	3 комн.- 4900,0-6700,0	3комн.- 5000,0-7000,0	3-я-3,3	3-я-3,8
Тяньцзинь	1 комн.- 1700,0-2300,0	1комн.- 1800,0-2500,0	1-я- 1,1	1-я- 1,33
	2 комн.- 2600,0-3700,0	2комн.- 2800,0-4000,0	2-я-1,94	2-я-2,16
	3 комн.- 3900,0-4800,0	3комн.- 4100,0-5400,0	3-я-2,9	3-я-2,94
Чунцин	1комн.- 2050,0-2900,0	1комн.- 2200,0-3100,0	1-я- 1,44	1-я- 1,72
	2 комн.- 3000,0-4000,0	2комн.- 3300,0-4300,0	2-я-2,11	2-я-2,33
	3 комн.- 4200,0-5700,0	3комн.- 4500,0-6000,0	3-я-3,11	3-я-3,27
Датун	1 комн.- 1100,0-1600,0	1комн.- 1300,0-1800,0	1-я- 0,83	1-я- 0,94
	2 комн.- 1700,0-2800,0	2комн.- 1800,0-2900,0	2-я-1,5	2-я-1,55
	3 комн.- 2900,0-3600,0	3комн.- 3000,0-3800,0	3-я-1,94	3-я-2,11

Как пример: переводчик с заработной платой в 210000 рублей в месяц приобретает двухкомнатную квартиру в Пекине с ценой в 3100000 рублей, индекс доступности жилья в данном случае составит:

$$\text{ИЖД} = (3100000) / (210000 * 12 * 10) = 8580000 / 6336000 = 1,23.$$

Только высокодоходным слоям населения или «верхушке среднего класса» в Китае минимальное жилье в спальном районе доступно, ИДЖ

составляет от 1,23 до 3,27 лет.

Таким образом, возможности приобретения жилья в США, России и Китае ограничены. Расчет показателя доступности жилья для среднего класса говорит о том, что даже минимальную квартиру – студию в спальном районе приобрести в собственность крайне затруднительно. При расчете ИДЖ были взяты представители среднего класса: в России менеджеры среднего звена, в США стоматолог, в Китае переводчик. За основу средней стоимости жилья были взяты показатели в городах: в России - Екатеринбург, в Китае – спальные районы Пекина, в США – жилье в штате на среднем западе - Миссури [23]. При ранжировании показателей доступности по странам, более доступное жилье в США, где индекс доступности для минимального жилья колеблется от 1,8 лет до 2,1 года.

Недостатком показателя «Индекс доступности жилья» является то, что он не отражает необходимости вести дополнительные траты на питание в домохозяйстве, на приобретение одежды и транспортные расходы, отслеживая только общие тенденции по рынку жилья.

Для увеличения доступности жилья, особенно в России и Китае, при трансформации жилищной системы и дальнейших ее институциональных преобразованиях, необходимо государственное вмешательство [24; 25].

Использованные источники:

1. ООН-ХАБИТАТ. Программа ООН по населенным пунктам <http://www.un.org/ru/ga/habitat/>
2. Тропникова Т.А., Шпурова П.С. Методические аспекты определения доступности жилья в США / Т.А.Тропникова, П.С.Шпурова // Актуальные вопросы современной науки.- Выпуск 3. - Новосибирск: ООО «Центр развития научного сотрудничества». - 2008.- С.411-421.
3. Семенова А.Е., Тропникова Т.А. Проблемы доступности жилья в США. В сборнике: ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В НАУКЕ 2015. С. 77-80.
4. Тропникова Т.А., Овчинникова Ю.А. Анализ рынка недвижимости Китая. Электронное научно-практическое периодическое издание «Экономика и социум». Современные науки и образование. Выпуск № 4 (23). 2016 (апрель). [http://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_23/Тропникова%20Т.А.,%20Овчинникова%20Ю.А.%20\(Sovremennyye%20nauki%20i%20obrazovanie\).pdf](http://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_23/Тропникова%20Т.А.,%20Овчинникова%20Ю.А.%20(Sovremennyye%20nauki%20i%20obrazovanie).pdf)
5. Тропникова Т.А. Методические проблемы расчета индикаторов доступности жилья в Новосибирской области//Актуальные вопросы экономических наук. 2008. № 2. С. 50-56.
6. Report for Selected Countries and Subjects. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/02/weodata/weorept.aspx?pr.x=53&pr.y=12&sy=2013&ey=2014&ssd=1&sort=country&ds=,&br=1&c=512,668,914,672,612,946,614,137,311,962,213,674,911,676,193,548,122,556,912,678,313,181,419,867,513,682,316,684,913,273,124,868,339,921,638,948,514,943,218,686,963,688,616,518,223,728,516,558,918,138,748,196,618,278,624,692,522,694,622>

,142,156,449,626,564,628,565,228,283,924,853,233,288,632,293,636,566,634,96
4,238,182,662,453,960,968,423,922,935,714,128,862,611,135,321,716,243,456,2
48,722,469,942,253,718,642,724,643,576,939,936,644,961,819,813,172,199,132,
733,646,184,648,524,915,361,134,362,652,364,174,732,328,366,258,734,656,144
,654,146,336,463,263,528,268,923,532,738,944,578,176,537,534,742,536,866,42
9,369,433,744,178,186,436,925,136,869,343,746,158,926,439,466,916,112,664,1
11,826,298,542,927,967,846,443,299,917,582,544,474,941,754,446,698,666&s=N
GDPD&grp=0&a

7. World Development Indicators: Gross Domestic Product 2015 <http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gdp/rating-countries-gdp-info>

8. Государственный (национальный) доклад «О состоянии и использовании земель в РФ в 2011 году. Росреестр.2011.- М.,2012. - 248с.- С.171.

9. Площадь стран мира http://ostranah.ru/_lists/area.php

10. Список стран по естественному приросту населения. https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%BA_%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD_%D0%BF%D0%BE_%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%83_%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83_%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F

11. Ежегодный прирост населения <http://chius.ru/runup.pdf> Дата обращения: 01.06.2016

12. Стратегия инновационного развития строительной отрасли Российской Федерации на период до 2030 года http://rodosnpp.ru/media/rodos/documents/2015/zakonodat/_141015.pdf

13. Твердохлеб А.Ю. Строительная отрасль в России: риски предпринимателей. «Наукоедение». С.13. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/76EVN214.pdf> Дата обращения: 26.05.2016

14. Анализ строительной отрасли Китая <http://www.justeconomic.ru/jusecs-520-1.html>

15. Асташова Ю. В., Григорьева Е. В. Маркетинговый анализ структуры строительной отрасли // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/04/4872>

16. Площадь жилья на одного жителя <http://chius.ru/surface.pdf> Дата обращения: 01.06.2016

17. Число построенных квартир на 10000 человек населения <http://chius.ru/kvconst.pdf> Дата обращения: 01.06.2016

18. Строительство жилья <http://chius.ru/mahal.pdf> Дата обращения: 01.06.2016

19. Тарасов А. Средняя зарплата в США <http://visasam.ru/emigration/canadausa/zarplata-v-ssha.html> Дата обращения: 30.05.2016

20. Курс Центрального банка <http://www.cbr.ru> Дата обращения: 02.06.2016

21. Стоимость жилья в США http://www.realtor.com/realestateandhomes-search/San-Francisco_CA/price-100000-180000 Дата обращения: 02.06.2016
22. Плотников А.Д. Средняя заработная плата в Китае http://zarplatyinfo.ru/v_mire/srednyaya-zarplata-v-kitae-v-2015-2016-godu.html Дата обращения: 30.05.2016
23. State Missouri <https://en.wikipedia.org/wiki/Missouri> Дата обращения: 02.06.2016
24. Руди Л.Ю., Тропникова Т.А., Ключева И.С. Трансформация жилищной системы Российской Федерации: некоторые итоги. В книге: Мы продолжаем традиции российской статистики. Материалы 1 Открытого российского статистического конгресса. 2015. С.471-472.
25. Руди Л.Ю., Ключева И.С., Тропникова Т.А. Институциональные преобразования жилищной системы РФ: социальный аспект. Электронный научный журнал. 2015. № 3(3). С.323-330.

Багринцев М.М.
студент 4 курса
факультет «Финансы и Кредит»
Симонянц Н.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Денежное обращение и кредит»
Кубанский Государственный Аграрный Университет
Россия, г. Краснодар

КЛЮЧЕВАЯ СТАВКА. КАК, ЗАЧЕМ И ПОЧЕМУ

В статье рассматривается понятие ключевой ставки, причины, которые привели к её внедрению, динамика изменений и механизм регулирования. Рассмотрена текущая политика ЦБ РФ и его дальнейшие планы в этом направлении, а также мнения экспертов по данной проблеме.

The article discusses the concept of the key rate, the reasons that led to its introduction, the dynamics of change and adjustment mechanism. The article discusses the current policy of the Central Bank of the Russian Federation and its future plans in this area, as well as expert opinions on the issue.

Ключевая ставка, структура бюджета, Центральный Банк, экономика, инфляционное таргетирование.

Ключевая ставка является минимальной ставкой по кредиту, который ЦБ РФ предоставляет коммерческому банку на срок в 1 неделю. Одновременно она является и максимальной ставкой по депозитам, которые ЦБ готов принимать от коммерческих банков. Данная ставка создана с целью регулирования уровня инфляции, стоимости фондирования банков и контроля за банковскими ставками по кредиту. В виду этого она является значимым инструментом при проведении денежно-кредитной политики государства. По

заявлениям первых лиц, Центральный Банк во время своего реформирования в первую очередь направлен на переход к инфляционному таргетированию, а также снижение инфляции. Именно для этих целей в 2013 году и была введена ключевая ставка.

Инфляционное таргетирование – это комплекс монетарных мер, используемый государством с целью контроля темпа инфляции. Главным инструментом, используемым для проведения денежно-кредитной политики, используется учётная процентная ставка.

Наиболее сильное изменение ключевой ставки было зафиксировано в 2014 году с 15 на 16 декабря. Тогда Центральный Банк повысил ставку до 17% годовых. Это было вызвано рекордным снижением рубля, произошедшим за 15 декабря. Курс к закрытию торгов составлял 64,4455 руб. за доллар и 78,8715 руб. за евро, при этом на закрытии торгов в пятницу, 12 декабря, курс доллара составлял 58,18 руб., евро - 72,28 руб.

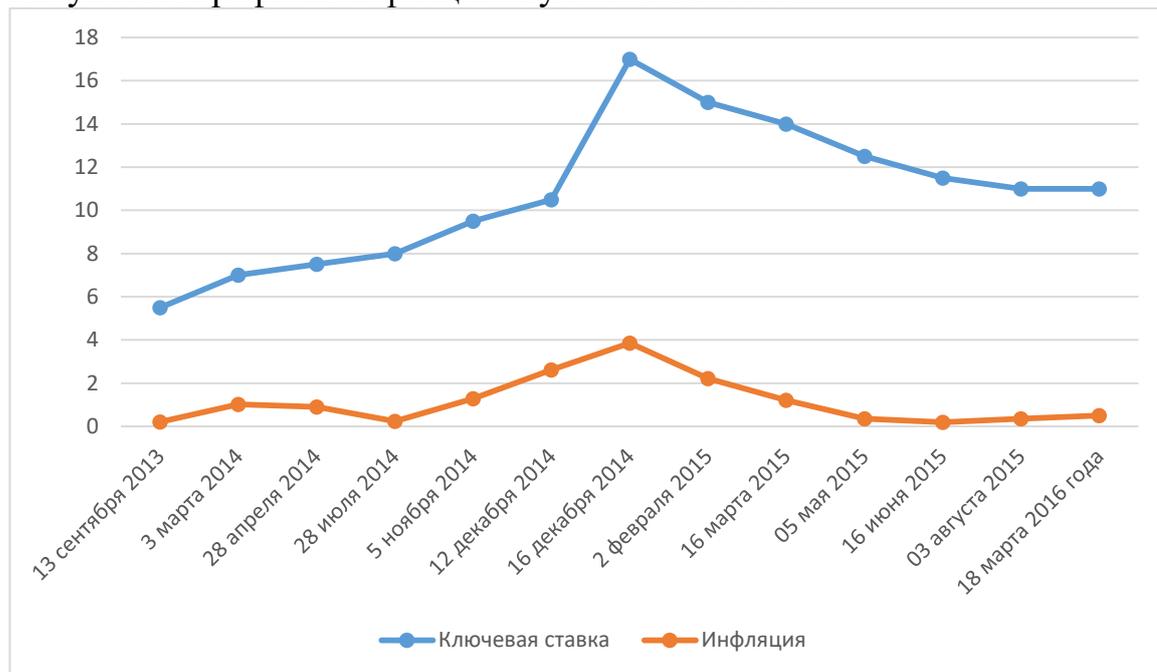
Некоторые коммерческие банки в этот период выбрали наиболее простой вариант извлечения прибыли, чем кредитование населения: они брали кредит у ЦБ, переводили их в иностранные валюты и за счёт обесценивания рубля получили доход, перекрывавший проценты по займу. В итоге банки зарабатывали, а скорость падения рубля увеличивалась. С целью прекратить подобные операции ЦБ и пришлось пойти на резкое увеличение ставки. Сама по себе низкая ставка является стимулятором кредитования делая кредиты более доступными, но чем она ниже, тем выше риск того, что банки начнут заниматься спекуляциями.

Действующая ключевая ставка ЦБ РФ на сегодня - 11,00% годовых, и она установлена с 24.03.2016. Очередной Совет директоров Банка России, состоявшийся 18 марта 2016 года, принял решение оставить без изменения ключевую ставку Банка России, несмотря на некоторую стабилизацию на финансовых и товарных рынках и замедление инфляции, т.к. инфляционные риски остаются высокими. Они связаны с конъюнктурой нефтяного рынка, сохранением инфляционных ожиданий на высоком уровне, неопределенностью отдельных параметров бюджета.

Повышение ставки приводит к соответствующему увеличению ставок в коммерческих банках, а, следовательно, увеличивает привлекательность депозитных вкладов и снижает спрос на кредиты, понижение же приведёт к обратным последствиям. Таким образом регулируется денежная масса, которая находится на руках у населения, а соответственно и темпы инфляции.

Центральный Банк всегда отмечал, что повышение ключевой ставки является экстренными мерами и после стабилизации ситуации ставка снова будет снижена. На рисунке 1 мы видим график изменения учётной ставки, а также график примерное значение месячной инфляции на даты изменения учётной ставки.

Рисунок 1. Графики инфляции и учётной ставки.



В основном при изменении учётной ставки Центральный Банк ориентируется именно на уровень инфляции в стране. При падении темпов инфляции – ЦБ снижает ставку, в других ситуациях оставляя её неизменной, либо увеличивая, когда требуются экстренные меры.

Последнее заседание на тему изменения ключевой ставки произошло 18 марта 2016 и на нём единогласно было принято решение оставить её на прежнем уровне – 11%. По мнению Совета Директоров Центрального Банка, учётная ставка должна изменяться плавно, постепенно снижая целевую инфляцию и проводя денежно-кредитную политику государства, а не изменяться скачками вслед за изменчивой и нестабильной внешней конъюнктурой.

Первый зампред ЦБ К.В. Юдаева заявила, что при принятии решений ЦБ руководствуется не столько текущей динамикой, сколько результатами прогнозов как минимум за несколько кварталов, ориентируясь, в первую очередь на будущую ситуацию. Это вызвано тем, что политика регулятора «не имеет немедленного влияния на экономику и инфляцию, оно является отложенным во времени».

Между тем, отметила она, ситуация на финансовых и сырьевых рынках достаточно волатильная, что создает «некоторые риски на указанном горизонте».

По словам Юдаевой, текущие данные, связанные с экономикой и инфляцией, тоже подвержены изменениям, могут возникать какие-то разовые факторы, которые влияют на эти показатели. Поэтому нам стоит действовать осторожно, таким образом, чтобы не создавать дополнительные риски, а снижать те риски, которые уже существуют, чтобы достичь цели по инфляции 4% к концу следующего года

Из стратегии ЦБ логичным образом вытекает то, что снижения учётной

ставки на ближайшей перспективе не предвидится.

На фоне подобной политики ЦБ возникает вопрос о её причинах. Почему западные страны в период кризиса стремятся сделать кредиты более доступными, а наш регулятор наоборот поднимает ставку. Для понимания этого нужно рассмотреть политику других Центробанков в период кризиса 2008 и её эффекты.

Установлено, что для преодоления кризисных явлений ФРС США наводняет экономику деньгами, применяя количественное смягчение, а также делает максимально доступными кредитные ресурсы, снижая ставку рефинансирования. Во многом в результате применения указанных мер американская экономика быстро преодолела последствия кризиса и динамично развивается. Однако американское правительство на протяжении многих лет имеет дефицитный бюджет, а размер государственного долга вырос до рекордных значений, но наблюдается тенденция к снижению данных негативных явлений.

ЕЦБ (Европейский Центральный Банк) начал предоставлять максимально доступные кредитные ресурсы на год позже чем США, чем, по-видимому, и обусловлен более длительный выход из кризиса. Несмотря на применяемые меры европейская экономика не смогла достигнуть докризисного уровня.

ЦБ РФ предпочитает использовать политику повышения ставок, с целью уменьшения количества рублёвых кредитов. Также ЦБ РФ влияет на курс национальной валюты путём валютных интервенций, чем было вызвано значительное ослабление рубля, однако на российском рынке существует повышенный спрос на иностранную валюту, поэтому указанную меру следует считать необходимой. Российская экономика преодолела кризисные последствия на второй год после кризиса, однако в настоящее время, появилась тенденция к ухудшению макроэкономических показателей.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 10.07.2002 N 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)»
2. Югай Т.А., Фунг Тхе Донг / Мировой опыт использования центральными банками инструментов денежно-кредитного регулирования в условиях финансового кризиса 2008-2014 годов // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» 2014 - № 6
3. Ворошилова И.В., Носова Т.П., Симонянц Н.Н. Развитие системы рефинансирования региональных коммерческих банков// Политематический сетевой электронный научный журнал КубГАУ, №106(02), 2015 г <http://ej.kubagro.ru/2015/02/pdf/075.pdf>
4. www.cbr.ru - Центральный Банк России

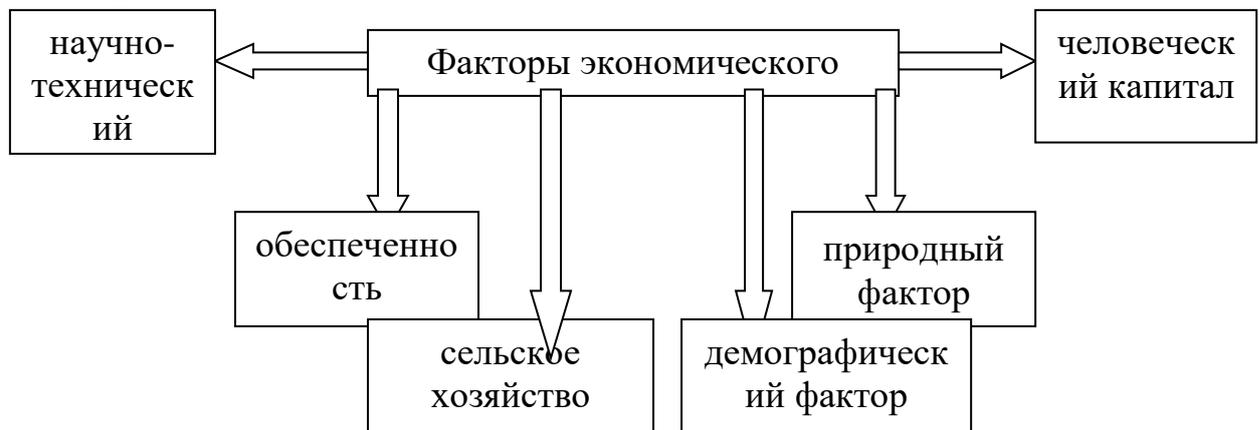
*Бадретдинова Э.Р.
студент
Таймасов А.Р., к.э.н.
научный руководитель, доцент
ИНЭФБ, БашГУ
Россия, г. Уфа*

ФАКТОРЫ И ПРОБЛЕМЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

Актуальность данной темы определяется объясняется тем, что экономика не может существовать без развития, а экономическое развитие зависит от множество различных факторов, которые в свою очередь, позволяют стимулировать экономику региона.

Экономическое развитие – прежде всего, расширенное воспроизводство, выступающее как постепенное, качественное, структурное и положительное изменение экономики, производительных сил, факторов роста и развития, образования, науки, культуры, уровня и качества жизни населения, человеческого капитала. Схематично факторы экономического развития представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 - Факторы экономического развития⁶



Многие ученые в качестве ведущего, выделяют фактор научно-технического прогресса. Под его влиянием происходят принципиальные сдвиги в системе хозяйства и в самом обществе, которое переходит на качественно новый этап своего развития: от аграрного к индустриальному и затем постиндустриальному. Разумеется, научно-технический прогресс невозможно представить без инвестиций, ведь если не вкладываться, то товар не будет производиться, а значит, в качестве данного фактора подразумевается не только научно-технический прогресс, но и инвестиции в него.

Существенным является и прогресс в человеческом развитии. Если рассматривать человеческий капитал как фактор экономического развития, то

⁶ Составлено автором

чем больше человек развит и умен, тем больше шансов у региона получить высококвалифицированных специалистов, которые в последующем смогут внести свой значительный вклад в экономическое развитие. Если же, рассматривать инвестиции как один из основных факторов экономического развития, то можно найти неотъемлемую связь между человеческим капиталом и инвестициями. Связь проявляется в том, что результатом экономического развития, в любом случае является сам человек, а значит, это могут быть как человеческий капитал, так и инвестиции. Как известно, инвестиции не могут возникнуть сами по себе, за любыми инвестициями стоит инвестор готовый вложиться в ту или иную сферу.

В настоящее время преимущества той или иной экономики и возможности ее усовершенствования в большей степени зависят от накопленного и реализованного человеческого капитала. Именно люди с их образованием, квалификацией и опытом определяют границы и возможности технологической, экономической и социальной модернизации общества. Не стоит забывать, о том, что человеческий капитал тесно взаимосвязан с инновационной деятельностью и поэтому переход к инновационному развитию означает, что инновации должны охватывать не только создание новых технологий, их внедрение в производство, но и продвижение продукции на рынке и коммуникационную инфраструктуру. В любом случае, результатом интеллектуального капитала становятся инновации, которые определяют конкурентоспособность экономической системы.

В России происходит существенное истощение человеческого капитала. Проведенный сравнительный анализ в сопоставлении с другими развитыми странами показал, что человеческий капитал имеет на сегодня минимальное практическое значение для страны. Между тем, страны «семерки» превышают по величине человеческого потенциала аналогичные показатели в России в 1,4 раза (образовательный уровень в России примерно на уровне развитых стран), в то время как по накопленным воспроизводимым ресурсам (производственные и непроизводственные фонды и др.) в расчете на человека в 1,75 раза. Экономическое превосходство развитых стран базируется, таким образом, в большей мере на использовании результатов творческой деятельности человека в производстве, на объеме и качестве воспроизводимых ресурсов, чем на величине человеческого капитала самого по себе. Задача индустриализации с повестки дня не снимается. Развитые страны продолжают наращивать промышленное производство, существенно модифицируя его под воздействием новых реалий.

В современных условиях существуют внутренние и внешние факторы, под влиянием, которых формируются активы человеческого капитала. Например, сохранение здоровья связано с затратами на здравоохранение, участие в благотворительной деятельности - необходимый компонент политического имиджа, карьерный рост невозможен без постоянного профессионального совершенствования. К объектам индивидуальных инвестиций в развитии человеческого капитала участвуют социальные

институты, то есть это образование, здравоохранение, наука, культура и искусство.⁷ В Республике Башкортостан уделяется большое внимание человеческому капиталу как фактору экономического развития.

Следующим, основополагающим направлением является повышение сельского хозяйства как фактор экономического развития. Ее значимость и экономический смысл заключается в том, что экономика Республики Башкортостана по географическому положению, особенности климата идеально подходит для развития сельского хозяйства, животноводства. Республика Башкортостан ускоряет развитие сельского хозяйства благодаря введенным санкциям против России, со стороны таких стран, как Европейский союз, Украина, Франция, США. Аграрный сектор имеет важное значение в экономике тех стран, где существуют возможности для развития сельского хозяйства. От данной отрасли напрямую зависит жизнь общества и процветание государства. В связи с этим рассмотрим динамику развития сельского хозяйства в Республике Башкортостан за 2010-2014 годы (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика основных социально-экономических показателей⁸

	К предыдущему году				
	2010	2011	2012	2013	2014
Валовой региональный продукт	105,2	108,2	104,4	102,6	...
Промышленное производство ¹	110,1	109,8	105,7	102,3	103,9
Продукция сельского хозяйства	65,2	142,9	87,2	116,6	100,9
Инвестиции в основной капитал	99,0	107,2	108,4	107,9	104,1
Индекс цен производителей промышленных товаров по видам экономической деятельности (на внутрисоссийском рынке, декабрь в % к декабрю предыдущего года)	124,9	110,3	103,6	107,3	104,0
Индекс цен производителей сельскохозяйственной продукции (декабрь в % к декабрю предыдущего года)	145,1	80,3	137,4	103,3	104,3

Как показывают данные в 2011 году наблюдается резкий скачок производства сельскохозяйственной продукции, по сравнению с 2010 годом. Что касается остальных лет, то динамика показателей сельского хозяйства постоянно колеблется.

Постоянное колебание в развитии сельского хозяйства связано не только причинами климатического характера, но и кризисным состоянием

⁷ Климов С.М. Интеллектуальные ресурсы организации. -2012.-С.45-46

⁸ Официальный сайт Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан Режим доступа http://bashstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/bashstat/ru/statistics/macroeconomics/ (дата обращения 25.05.2016)

национальной экономики в целом.

Для выведения из кризисного состояния правительство Республики Башкортостан посчитало необходимым освободить сельских товаропроизводителей республики от всех налогов на труд и капитал при оставлении только земельного налога. Это должно стать мощным толчком к инвестиционной и трудовой активности на селе, а недополученные из села 2 млрд. руб. компенсируются 1 % прироста продукции сельского хозяйства, что оживит всю экономику на 2,3 %. Из бюджета 2014 года на сельское хозяйство выделено 107,6 млрд. руб., что составляет всего около 1 % из всех средств, заложенных в бюджет. Из них 79,3 (74 %) — субсидии субъектам сельского хозяйства по процентным ставкам — т. е. почти три четверти всех средств — банкам. Далее — 8 % (8,7 млрд. рублей) — сохранение и восстановление плодородия почв. 7 % — в 11 раз меньше чем банкирам, на социальное развитие села, 6 % — субсидии субъектам на поддержку отраслей — растениеводство, животноводство и страхование, и 5 % — прочее.⁹ Таким образом, следует полагать, что в ближайшем будущем проблемы сельского хозяйства и сельских территорий будут оставаться на периферии интересов государства. Несмотря на возрастающую потребность в продукции сельского хозяйства, объемы его производства снижаются. Так, например, численность мясного скота в сельхозпредприятиях Республики Башкортостан за последние годы сократилось с 20 тыс. голов до 2 тыс. голов, т. е. в 10 раз. В современных условиях усиливается зависимость состояния отечественного АПК от макроэкономических факторов — темпов инфляции, обменного курса и его динамики, общего состояния финансово-кредитной системы. Для повышения эффективности финансирования аграрного сектора государством были запланированы определенные программы. На период 2011–2017 гг. запланировано израсходовать на сельское хозяйство 2,9 % ежегодно от общей суммы расходов республиканского бюджета. В настоящее время разработаны общие предложения по отдельным элементам государственного регулирования в АПК. Так же для обеспечения устойчивости развития хозяйств сельского населения необходима маломощная сельскохозяйственная техника, но большинство из них своими силами приобрести такую технику не имеют возможности. Поэтому Правительство Республики Башкортостан приняло решение оказать начинающим фермерам и владельцам хозяйств сельского населения, максимально возможную помощь в приобретении сельскохозяйственной техники. Для реализации данного направления используются средства республиканского бюджета. Разработана специальная схема, на основе финансовой аренды (лизинга) с максимально возможными с точки зрения благоприятствования для сельских жителей условиями. С введением дополнительных льгот для малых форм хозяйствования необходимо сформировать информационную базу о деятельности малых

⁹ Правительство Республики Башкортостан Постановление от 25 июня 2012 г. № 2015 «О Программе деятельности Правительства Республики Башкортостан на срок своих полномочий до 2015 года»

форм хозяйствования на селе. Это обуславливается тем, что основанием для предоставления льгот будет являться достоверная информация об их деятельности. Стимулирование сельскохозяйственного производства малых форм хозяйствования в Республике Башкортостан обеспечит комплексное развитие сельских территорий. Экономическим рычагом для этого послужит система межбюджетных отношений. Суть такой системы заключается в следующем. Все налоговые сборы, которые ранее перечислялись в республиканский бюджет, целесообразно передавать органам местного самоуправления для формирования местных бюджетов. Реализация представленных правительством республики направлений будет способствовать повышению конкурентоспособности продукции региона, также будет реализована модернизация отрасли и всецелое развитие сельских территорий, повышение занятости и уровня жизни сельского населения. Эффективное государственное регулирование АПК региона должно быть направлено на решение таких крупных задач, как обеспечение устойчивого развития крупно товарного сектора сельхозпроизводства; образование и дальнейшее развитие интегрированных структур в АПК; расширение рынков сбыта сельхозпродукции и продовольственных товаров; проведение инновационной политики, ориентированной на внедрение передовых, ресурсосберегающих и экологически чистых технологий.¹⁰

Осуществление мер по вышеназванным приоритетам создаст необходимую почву для обеспечения стабильного развития экономики, укрепления продовольственной безопасности страны, наиболее полного удовлетворения потребностей населения в продовольственных и потребительских товарах, и, в конечном итоге, приведет к повышению благосостояния и улучшения жизненных условий населения.

Использованные источники:

1. Гималтдинова И. И. Историческая оценка деятельности Правительства Республики Башкортостан по вопросам современного развития сельского хозяйства Республики Башкортостан // Молодой ученый. — 2015. — №23. — С. 811-813;
2. Климов С.М. Интеллектуальные ресурсы организации.-2012.-С.45-46;
3. Официальный сайт Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан Режим доступа http://bashstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/bashstat/ru/statistics/macroeconomics/ (дата обращения 25.05.2016)
4. Указ Главы Республики Башкортостан «О программе дальнейшей модернизации, переоснащении техникой и технологией сельскохозяйственного производства за 2012–2016 года».
5. Правительство Республики Башкортостан Постановление от 25 июня 2012 г. № 2015 «О Программе деятельности Правительства Республики

¹⁰ Гималтдинова И. И. Историческая оценка деятельности Правительства Республики Башкортостан по вопросам современного развития сельского хозяйства Республики Башкортостан // Молодой ученый. — 2015. — №23. — С. 811-813.

Башкортостан на срок своих полномочий до 2015 года».

*Байдак Г.А.
студент 3 курса
факультет инновационного бизнеса и экономики
Петрюк О.А., к.э.н.
научный руководитель, доцент
Академия – ИМСИТ
Россия, г. Краснодар*

НАЛОГ НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ В РОССИИ

Налог на доходы физических лиц (далее – НДФЛ) является одним из видов прямых налогов РФ, который взимается в денежной форме с физических лиц [4]. Доходы в денежной форме могут быть уменьшены в соответствии с НК РФ на установленные вычеты. В 2001 году вступила в действие глава 23 НК РФ, в соответствии с которой стали применяться дифференцированные ставки в зависимости от источников дохода и категорий налогоплательщиков [1, с.196].

НДФЛ по уровню управления относится к федеральным налогам и является одним из важных источников пополнения доходной части бюджета субъектов РФ, в том числе бюджетов городов и поселений.

Таблица 1 – Структура поступлений налогов, сборов и иных обязательных платежей в консолидированный бюджет РФ по состоянию на 1 января 2016 года [4]

Показатель	Объём поступлений (млрд.руб)	Удельный вес, %
Налоговые доходы - всего, в том числе:	13787,8	100
Налог на прибыль организаций	2598,8	18,8
Налог на доходы физических лиц	2806,5	20,4
Акцизы	1473,3	10,6
Налог на добавленную стоимость	2590,1	18,8
Налог на имущество	1068,4	7,8
Налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами	3250,7	23,6

Поступление НДФЛ в консолидированный бюджет РФ за 2015 год составило 2806,5 млрд. руб., что составляет от всех налоговых доходов 20,4%. Можно утверждать, что НДФЛ по значимости источников государственных доходов уступает лишь налогам, сборам и регулярным платежам за пользование природными ресурсами.

Налог на доходы физических лиц имеет ряд проблем, которые требуют рассмотрения налоговой системы и разработку путей решений этих проблем. Самой главной проблемой уплаты НДФЛ является определение объекта налогообложения. Ввиду неоднозначности в законодательстве РФ часто

возникают спорные ситуации, когда разная трактовка тех или иных видов дохода приводит к нарушению прав налогоплательщика. Так, например, при определении дохода налогообложения, где доходом признаётся экономическая выгода, определения понятия «выгода» в налоговом законодательстве не содержится. Учитывая, что данное понятие является оценочным и может иметь различные толкования, то выбранный законодателем способ определения дохода через экономическую выгоду является не совсем удачным.

Не менее важной проблемой, с которой столкнулось государство, является низкий уровень доходов населения. С 2014 года произошёл спад экономики страны, что повлияло на финансовое положение организаций, которые стали сокращать свои расходы, в том числе за счет снижения заработной платы. Средняя начисленная заработная плата в РФ по итогам 2014 года составляла 32 600 руб. или 828,5 долл. США, т.е. в долларовом эквиваленте по официальному среднегодовому курсу ЦБ произошло снижение на 9,5% (в 2013 г. - 915 долл. США). В 2015 году размер средней зарплаты составил уже 33925 руб. или 551 долл. США, что означает снижение на 33,5% по сравнению с 2014 годом [3].

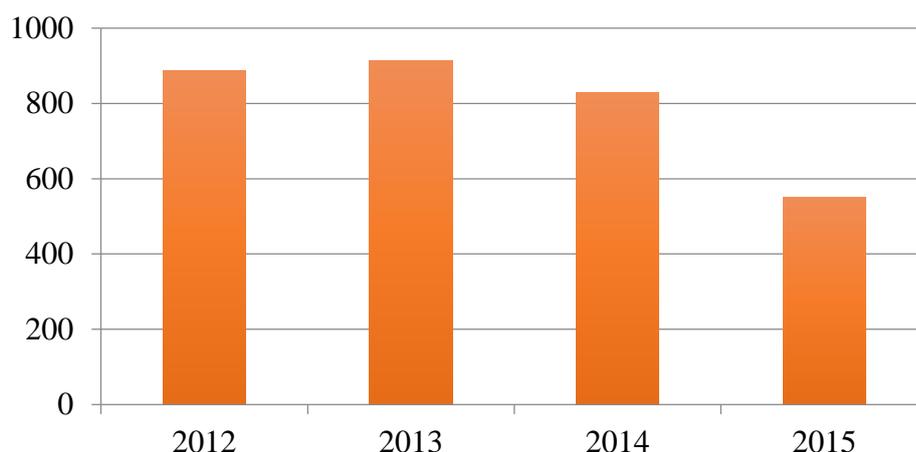


Рисунок 1 – Динамика средней заработной платы в России, в долларах США

Немаловажной проблемой в подоходном налогообложении также является и нарушение баланса между экономической эффективностью и социальной справедливостью налога. Налог на доходы физических лиц напрямую связан с потреблением, поэтому он может как стимулировать, так и сокращать его уровень. Нарушение этого баланса в пользу государства приводит к нежеланию платить налоги, поэтому при удовлетворении фискальных потребностей государству следует анализировать социальные последствия вследствие увеличения налогового бремени.

Сформированное утверждение, что налоговый вычет выполняет регулирующую функцию, является ошибочным, так как абсолютная величина указанных, например, стандартных вычетов меньше даже установленного минимального прожиточного минимума. Государство не пытается учитывать

структуру цивилизованного потребления товаров, работ, услуг, которые совершенно не привязаны к минимальному размеру оплаты труда. Так же не все граждане знают о возможности ежегодного возврата ранее уплаченного налога из бюджета по ряду понесенных расходов.

Контроль налоговых органов за чрезмерными доходами физических лиц практически отсутствует. Они не могут обеспечить 100% собираемость налогов, из-за несовершенства налоговой системы и необходимости её реформирования. По данным на 1 августа 2015 года, долги работодателей в бюджет по уже исчисленному и удержанному налогу на доходы физических лиц с начала года выросли более чем на 21% и составили 57,8 млрд рублей [3].

Периодически возникает проблема выбора налоговой ставки. В настоящее время действует 13% ставка НДФЛ, одинаковая для всех резидентов РФ. Действующая ставка не отвечает социальной справедливости, так как именно подоходный налог в основном определяет величину налогового бремени граждан. Если такое налоговое бремя практически не ощутимо для богатых граждан, то на малоимущие слои населения оно оказывает существенное влияние.

Рассмотрение ввода в налоговую систему прогрессивной налоговой ставки, которая возрастёт по мере роста дохода, имеет положительные стороны. Это объясняется тем, что реальная инфляция в сфере потребительского рынка, отмена натуральных льгот малоимущим гражданам, изменения в сфере жилищного законодательства и увеличение реальных расходов населения на оплату ЖКХ требуют рассмотрение вопроса о более справедливом распределении бремени подоходного налогообложения. Попытки введения в налоговую систему прогрессивной системы налогообложения в отношении НДФЛ не нашли поддержки у законодателей. Правительство объясняет это тем, что на сбор прогрессивного налога государство потратит больше ресурсов, чем получит дополнительных поступлений, так как потребовалось бы усилить контроль над соблюдением налогового законодательства и, соответственно, выделить деньги на его обеспечение. Так же оно ссылается на стабильность собираемости данного налога в настоящее время, а установление прогрессивной шкалы может привести к недополучению доходов в бюджет [2, с.40].

К одной из мер по совершенствованию НДФЛ можно отнести введение необлагаемого минимума. В действующем Налоговом законодательстве РФ понятие «необлагаемый минимум» отсутствует. Его размер должен быть равен величине прожиточного минимума при условии ежегодной индексации в соответствии с уровнем инфляции. Это позволит не только реализовать конституционный принцип равенства, но и запустит механизм реализации регулирующей и социальной функции налога.

Организация контроля над расходами физических лиц является важным условием по совершенствованию налоговой системы. Она включает в себя борьбу с уклонением от уплаты налогов, с «конвертным» режимом выплаты

зарплаты, решением которой может стать создание программы общегосударственного информационного комплекса. Ужесточение контроля над теми лицами, чей доход выше среднего, в первую очередь положительно скажется на собираемости налога.

В заключении отметим, что действующая налоговая система НДФЛ несовершенна и требует реформирования. Рассмотренные проблемы и пути совершенствования должны быть учтены в доработке Налогового законодательства РФ, что повысит роль НДФЛ в налоговых доходах бюджета.

Использованные источники:

1. Налогообложение организаций и физических лиц: Учебное пособие / Т.Е. Косарева и др.; Под ред. Т.Е. Косаревой. - 8-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с.
2. Петрюк О.А. Направления совершенствования администрирования налога на доходы физических лиц // Вестник ИМСИТа. - 2015. - №3. - С. 38-41
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [http:// www.gks.ru](http://www.gks.ru)
4. Официальный сайт Федеральной налоговой службы // www.nalog.ru

*Байкова Э.Р., к.э.н.
доцент
кафедра «Общей экономической теории»
Башкирский государственный университет
Астахов Г.Л.
студент 1 курса
факультет «Механический»
Уфимский государственный нефтяной
технический университет
Россия, г. Уфа*

ПРОБЛЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

В статье представлены результаты анализа динамики экономического роста. Рассмотрены различные группы факторов, влияющие на экономический рост страны. Особое значение уделено благосостоянию населения, повышению качества его жизни. В статье даётся оценка тенденции экономической динамики.

Ключевые слова: экономический рост, валовой внутренний продукт, экономические факторы роста, финансовые экономического роста, условия развития.

*Baykova E.R., PhD,
Associate Professor of "General Economic Theory"
Bashkir State University
Russia, Ufa
Astakhov G.L.
student*

THE PROBLEM OF ECONOMIC GROWTH

The article presents the results of the analysis of the dynamics of economic growth. Different groups of factors that influence the economic growth of the country. Particular importance is given to the welfare of the population, improvement of the quality of his life. The article assesses the trends of economic dynamics.

Keywords: economic growth, gross domestic product, economic growth factors, financial factors of economic growth, conditions of development.

Темпы развития экономического роста являются одной из актуальных проблем российской экономики на сегодняшний день. Многочисленные исследования, связанные с повышением эффективности деятельности различных отраслей, развитием финансирования приводят к улучшению долгосрочного качества жизни населения страны. Поиск путей решений данной проблемы является актуальной задачей для экономического роста нашей страны. Для обеспечения устойчивых темпов экономического роста необходимо разработать механизмы его достижения. Повышение качества жизни населения имеет прямую зависимость от экономического роста страны в целом. Рост экономики означает повышение ресурсной базы, увеличение ВВП (валового внутреннего продукта), минимизацию экологических проблем и усиление могущества государства.¹¹

Рост экономики напрямую зависит от развития производственных отраслей, зависящих от спроса на них, межотраслевого взаимодействия, повышения покупательской способности населения. Для рационального использования природных ресурсов с учетом экологической составляющей нужны законодательные и экономические меры воздействия. Также является необходимым разработка новых технологий с учетом качества и количества природных ресурсов. Основными финансовыми механизмами являются: финансирование, страхование, ценообразование, налогообложение, кредитование. Тем не менее, трудовые ресурсы являются важнейшим фактором экономического роста. Под трудовыми ресурсами следует понимать население в трудоспособном возрасте от 18 до 45 лет. Качество и количество человеческого фактора зависит от демографической ситуации в стране. Для экономического роста страны необходимо развитие новейших технологий в производстве и начислении заработной платы, повышение производительности труда, создание новых рабочих мест, способствующих мотивации к трудовой деятельности. Всё это обеспечит грамотное использование трудовых ресурсов и в дальнейшем приведет к

¹¹ Бородина Ю.Б., Федосова Т.С. Теоретические аспекты экономического роста Российской Федерации: понятие, факторы, модели / Ю.Б. Бородина, Т.С. Федосова // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 6. – С. 19–25.

экономическому росту страны.¹²

Любое развитие технологий, применение новой техники, вливание инвестиций приведет к повышению производительности труда, повышению эффективности использования оборотных средств.

Современные научно-технические открытия, глубокие преобразования технологий производства распространяются на все факторы экономического роста, являясь одним из важнейших.

Не последнее место в экономическом развитии страны занимает правильная организация и современные методы управления производством, что также повысит качество жизни населения и приведет к экономическому росту. Не следует забывать о роли науки в развитии большинства отраслей производства, создании безотходных технологических процессов, новых конструкционных материалов способных сохранять заданную форму, что возможно использовать во всех отраслях производства. Одной из наиболее важных отраслей производства является атомная энергетика, развитие которой приведет к повышению качества жизни населения и экономическому росту.

В современном мире экономический рост в полной мере во всех отраслях возможен при сочетанном использовании традиционных экономических методов с методами государственного экономического регулирования. Среди которых, особое место занимает совершенствование программно-целевого планирования, повышение конкурентоспособности промышленной продукции на мировом рынке. Возможности мирового рынка определяются платежеспособностью населения, ростом его доходов, динамикой рыночного спроса, который, в свою очередь, стимулирует экономический рост.

Создание новых рабочих мест повысит качество жизни населения, что закономерно приведет к экономическому росту страны.

Рациональное и эффективное распределение результатов производства позволяет экономически стимулировать экологическую составляющую производства, рационально использовать высокоэффективную технику, квалификацию работников.

Экономический рост возможен при сбалансированности таких факторов как социального и финансового. Цели и задачи научных исследований по экономическому росту заключаются в разработке устойчивого экономического роста в перспективе.

На рисунке 1 представлен анализ динамики ВВП Российской Федерации с 1996 по 2015 гг., отражены кризисы 1997-1998 гг. и 2008-2009 гг. и их последствия, они совпадают с периодичностью фаз нисходящего тренда

¹² Бородина Ю.Б., Савельева Ю.В., Федосова Т.С. Экономический рост Российской Федерации: финансовый аспект / Ю.Б. Бородина, Ю.В. Савельева, Т.С. Федосова // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. – 2014. -№2(9). – С.42-49.

классического цикла.¹³

Каждой фазе цикла приходит на смену следующая, которая соответствует экономической ситуации. В период подъема цикла наблюдается рост производства, занятости, заработной платы, прибыли. В период спада отмечается снижение роста производства, занятости, уменьшение заработной платы рабочих, потеря прибыли. Однако, движение происходит не по кругу, а по восходящей спирали, что является доказательством развития общества в целом.¹⁴

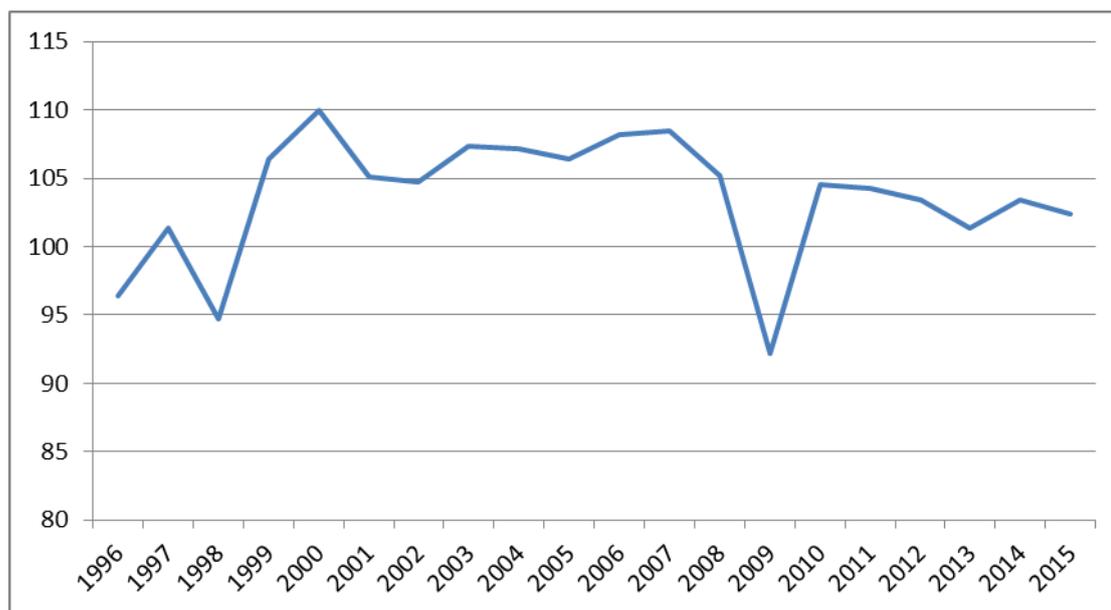


Рисунок – Значения показателя ВВП за 1996-2015 гг., %.

На представленном графике наглядно виден нисходящий тренд ВВП движения ВВП в стране. Следовательно, требуется новая модель экономического роста. Она должна опираться на науку, технологические достижения, бережное использование природных ресурсов, эффективное социальное развитие, с учетом настоящего и будущего времени.

Использованные источники:

1. Бородина Ю.Б., Федосова Т.С. Теоретические аспекты экономического роста Российской Федерации: понятие, факторы, модели / Ю.Б. Бородина, Т.С. Федосова // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 6. – С. 19–25.
2. Бородина Ю.Б., Савельева Ю.В., Федосова Т.С. Экономический рост Российской Федерации: финансовый аспект / Ю.Б. Бородина, Ю.В. Савельева, Т.С. Федосова // Вестник Сибирского университета потребительской

¹³ Бородина Ю.Б., Федосова Т.С. Теоретические аспекты экономического роста Российской Федерации: понятие, факторы, модели / Ю.Б. Бородина, Т.С. Федосова // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 6. – С. 19–25.

¹⁴ Федосова Т.С., Бородина Ю.Б. Методические аспекты оценки товарной безопасности регионального потребительского рынка (на материалах Новосибирской области) / Т.С. Федосова, Ю.Б. Бородина // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 6. – С. 181–186.

кооперации. – 2014. -№2(9). – С.42-49.

3. Федосова Т.С., Бородина Ю.Б. Методические аспекты оценки товарной безопасности регионального потребительского рынка (на материалах Новосибирской области) / Т.С. Федосова, Ю.Б. Бородина // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 6. – С. 181–186.

4. Официальный сайт Росстата. Индексы физического объема (% к предыдущему году) (1996–2012 гг.). – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/.

Байкова Э.Р., к.э.н.

доцент

кафедра «Общая экономическая теория»

Башкирский государственный университет

Нартов Г.В.

студент 2 курса

Институт экономики, финансов и бизнеса

Россия, г. Уфа

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК КАК МЕГАРЕГУЛЯТОР

В данной статье рассматривается роль Центрального Банка в качестве мегарегулятора. Банку России с принятием Федерального закона № 251-ФЗ переданы полномочия по регулированию, надзору и контролю в сфере финансовых рынков. Переход РФ к модели мегарегулирования – это объективный и закономерный процесс, соответствующий общемировой тенденции создания интегрированных регуляторов.

Ключевые слова: банк, финансовые рынки, финансовое регулирование, страховые компании, надзорные агентства.

Baykova E.R., PhD,

Associate Professor of "General economic theory"

Bashkir State University

Russia Ufa,

Nartov G.V.

student

2nd year, the Institute of Economics, Finance and Business

Russia, Ufa

CENTRAL BANKS AS A MEGA-REGULATOR

This article examines the role of the Central Bank as a mega-regulator. Bank of Russia with the adoption of the Federal Law № 251-FZ pe-re-dany powers of regulation, supervision and control in the sphere fi-nansovyyh markets. Go to the Russian model megaregulirovaniya - this is an objective and natural process corresponding obsche-mirovoy trend towards integrated regulators.

Keywords: banking, financial markets, financial regulation, insurance companies, supervisory agencies.

Не так давно было принято решение о создании в России финансового мегарегулятора на базе ЦБ. Фактически в полном соответствии с

историческими традициями был поставлен эксперимент по формированию принципиально нового органа регулирования экономикой с беспрецедентными полномочиями. Казалось бы, Россия следует глобальной тенденции перехода национальных систем финансового регулирования к мегарегулированию, однако на самом деле мы опять выбрали свой особый путь.

Переход к мегарегулированию – процесс объективный, прямо связанный с повышением роли финансовых конгломератов. Он является сутью большинства реформ финансового регулирования в последние 20 лет. В 1980-е годы на этот принцип перешли Сингапур (1984), Норвегия (1986), Канада (1987) и Дания (1988), в 1990-е годы – еще 5 стран, в XXI веке процесс ускорился. При этом отдельные страны успели поменять две модели единого регулятора (например, в Великобритании сначала в 2000 году был создан единый мегарегулятор FSA, а сегодня осуществляется переход к модели *twins* – двух структур, отвечающих за разные аспекты регулирования). По данным МВФ, среди 70 стран, которые провели реформы в период с 1998-го по 2009 год, 27 стран (38,5%) провели консолидацию финансового регулирования и надзора в той или иной форме.

Тем не менее в современном мире многие финансовые рынки живут и без мегарегулятора — достаточно вспомнить два наиболее мощных национальных рынка, США и Китай, которые к тому же в итоге быстрее других преодолели последствия кризиса 2008-2009 годов.

Что касается российского варианта реформы, то первое, наиболее бросающееся в глаза отличие от сложившегося мирового опыта — выбор структуры для создания мегарегулятора.¹⁵ Мегарегулятор – форма организации регулирования и надзора за участниками и инфраструктурой финансового рынка в стране в рамках единого государственного органа. Соответственно, финансовый мегарегулятор – орган, осуществляющий регулирование и контроль денежно-кредитной системы всей страны. Процесс перехода к модели «единого мегарегулятора» - довольно затратный и длительный. Объективно оценить эффективность деятельности Центрального Банка в качестве мегарегулятора сразу практически невозможно. Однако уже сейчас можно осветить некоторые противоречия, которые возникли при создании интегрированного финансового регулятора в лице ЦБ РФ.

Как показывает общемировая практика, наиболее ярким индикатором необходимости создания мегарегулятора становится растущее разнообразие услуг, предлагаемых одними и теми же финансовыми организациями.¹⁶

Экономической основой для создания единого органа регулирования

¹⁵ Данилов Ю. А. К чему приведет создание мегарегулятора на базе ЦБ [Электронный ресурс]. – 2013. - Режим доступа: <http://m.forbes.ru/article.php?id=235095>

¹⁶ Резник И.А. Развитие электронных банковских услуг: автореф. дисс. ... канд. эконом. наук / Санкт-Петербургский университет экономики и финансов. - Санкт-Петербург, 2008.

финансового рынка является высокая степень переплетения функций и операций на этом же рынке, сопровождающаяся тенденцией к универсализации финансовых институтов.

Среди основных факторов, стимулирующих переход к системе интегрированного финансового регулирования, следует выделить:

1. Взаимное проникновение различных направлений финансового бизнеса в результате возникновения новых финансовых инструментов, в условиях которого комбинированное предоставление финансовых услуг становится доминирующей тенденцией.¹⁷

2. Изменение качественных и количественных характеристик рисков, принимаемых на финансовых рынках

3. Повышение роли небанковских финансовых институтов и увеличение их кооперации с банковским сектором.¹⁸

4. Консолидация бизнеса через процедуры слияний и поглощений, создание на этой основе мегабанковских и мегафинансовых структур.¹⁹

К основным преимуществам мегарегулятора можно отнести следующее:

— возможность осуществления надзора за финансовыми конгломератами на консолидированной основе;

— мегарегулятор может осуществлять мониторинг всей финансовой системы в целом и быстрее обеспечивать адекватную реакцию;

— появляется возможность выработки унифицированного подхода к различным типам финансовых институтов, что позволяет снизить возможности регулятивного арбитража;

— концентрация информации и полномочий по регулированию в одном регуляторе позволяет применять адресный надзор, учитывающий специфику «молодых» слаборазвитых секторов;

— экономия масштаба, выражающаяся в том, что одну структуру дешевле содержать, чем несколько. Одним из аргументов в пользу интеграции финансового регулирования выступал тезис о воздействии эффекта масштаба, позволяющего снижать издержки на содержание регулирующих органов.

В функционировании мегарегулятора можно выделить следующие недостатки:

— низкая эффективность надзора в переходный период;

— опасность снижения эффективности надзора из-за меньшего внимания к специфике отдельных секторов финансовой системы;

¹⁷ Черненко В.А. Электронные банковские услуги: зарубежный опыт и отечественная практика: монография / В.А. Черненко, И.А. Резник. - М., 2007.

¹⁸ Резник И.А. Перспективы Интернет-банкинга // Актуальные вопросы экономических наук. - 2012. - № 24-1. - С. 104-109.

¹⁹ Медведева В.С., Резник И.А. Необходимость прогнозирования потенциального банкротства на предприятии // Экономика и бизнес. Взгляд молодых. - 2013. - № 1. - С. 37.

— отсутствие уверенности в том, что при слабом надзоре, осуществляемом отдельными агентствами, их слияние способно хоть как-то повысить эффективность надзора;

— создание объединенного надзорного агентства несет в себе значительные риски, связанные с непредсказуемостью его последствий, особенно в переходный период.²⁰

— наиболее распространенным негативным последствием регулирования на интегрированной основе является повышение «риска злоупотреблений» во всей финансовой системе. Это связано с тем, что в общественном сознании все кредиторы институтов, подлежащих надзору со стороны единого органа, получают равную защиту, во многом аналогичную той, которую предоставляет центральный банк в роли банковского регулятора. На практике единый надзорный орган может оказаться не в состоянии обеспечить одинаковую степень устойчивости различных типов финансовых институтов (в первую очередь небанковских).²¹

В целях развития регулирования финансовых рынков ФСФР России и СФР в 2013 году осуществлялась деятельность по участию в разработке и доработке проектов ФЗ и иных нормативно-правовых актов, регулирующих все сегменты финансового рынка, а также в области электронных банковских услуг.

В годовом отчете Банка России за 2013 год упомянуто, что существенные изменения законодательства произошли в области пенсионной системы и в области страхования. Ключевым направлением деятельности СФР в сфере контроля за инвестированием пенсионных накоплений являлось участие в подготовке нормативных и законодательных актов, призванных заложить основы для проведения акционирования негосударственных пенсионных фондов и начала функционирования системы гарантирования пенсионных накоплений.



Рис. 1. Динамика отзыва лицензий страховых компаний

²⁰ Добровольский Н.С., Резник И.А. Развитие и проблемы Интернетбанкинга в России // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследований. - 2013. - № 4. - С. 172-177.

²¹ Адамбекова А.А. Центральный банк страны как мегарегулятор финансового рынка // Деньги и кредит. - 2012. - № 10. - С. 68-69.

Банком России

В области страхового законодательства были расширены полномочия по осуществлению страхового надзора, в рамках которого ЦБ РФ получил право отзыва лицензии без приостановления ее действия в случае несоответствия страховщика требованиям к соблюдению размера уставного капитала. Данные изменения в законодательстве коснулись деятельности по отзыву лицензий на страховом рынке, поэтому можно рассмотреть, сколько было отозвано лицензий у страховщиков ЦБ РФ (см. рис. 1).

На рисунке 1 можно проследить, что в 4 квартале 2013 года Центральный Банк отозвал 10 лицензий страховщиков. Но уже в 1 квартале 2014 года наблюдается резкое уменьшение. ЦБ отозвал всего 1 лицензию. Такой резкий перепад в количестве отозванных лицензий можно объяснить только тем, что страховщики резко изменили направленность своей деятельности в сторону менее рискованной, т.к. ЦБ показал свою довольно жесткую политику надзора.

Затем в 2014 году происходит плавное увеличение отозванных лицензий страховых компаний с 1 в первом квартале до 8 - в четвертом. Это может говорить о постепенном наращивании Службой Банка России по финансовым рынкам своего надзорного потенциала.

В 2013 году в целях снижения административного и регулирующего воздействия, а также нагрузки на профессиональных участников разработаны предложения по изменению нормативных правовых актов, направленные на снижение количества представляемых отчетов, упрощению формы представляемых отчетов профессиональных участников рынка ценных бумаг, установлению нового порядка их представления только в форме электронного документа.

В области регулирования профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг был установлен норматив достаточности собственных средств в размере 5 млн. рублей для профессионального участника рынка ценных бумаг, осуществляющего брокерскую деятельность только по заключению договоров, являющихся производными финансовыми инструментами, базисным активом которых является товар.

Таким образом, основные усилия Банка России были направлены на изменение, внедрение и доработку законодательных актов, регулирующих деятельность негосударственных пенсионных фондов, страховых компаний и профессиональных участников рынка ценных бумаг. Также в целях повышения мобильности действий СФР была упрощена процедура предоставления отчетности профессиональными участниками рынка ценных бумаг.

Как было отмечено ранее, можно проследить противоречия и проблемы, которые возникли при создании интегрированного финансового регулятора в лице Банка России. Наиболее конкретные тезисы по поводу создания мегарегулятора в лице Банка России выдвинул Александр Хандруев, д.э.н., первый вице-президент Ассоциации региональных банков России.

Он выделил ключевые угрозы формирования единого регулятора на базе Банка России. К этим угрозам он отнес: проблему резкого и масштабного увеличения управленческой нагрузки; возможное проявление конфликта интересов; подрыв независимости Банка России на фоне расширения его властных полномочий.²² Поэтому следует подробнее рассмотреть каждую потенциальную угрозу применительно к России и пути их предупреждения. Потеря авторитета и доверия граждан к органам власти уже не раз приводила к печальным последствиям, поэтому эта проблема вполне реальна. И сегодняшняя ситуация с повышением курса доллара, нестабильными ценами на нефть это еще раз подтверждает.²³ Стоит сделать вывод о направлениях, которым необходимо уделить первостепенное внимание для того, чтобы Банку России не только избежать опыта реорганизации FSA как мегарегулятора, но и повысить эффективность своей деятельности. Этими направлениями должны стать:

1. Увеличение численности работников Службы Банка России по финансовым рынкам; повышение уровня финансовой грамотности населения; повышение квалификации работников ЦБ РФ; разработка нормативно-правовой базы, позволяющей унифицировать надзор, но в то же время учитывающей специфику секторов финансового рынка; развитие института саморегулируемых организаций; развитие информационной системы ЦБ РФ.

Использованные источники:

1. Резник И.А. Развитие электронных банковских услуг: автореф. дисс. ... канд. эконом. наук / Санкт-Петербургский университет экономики и финансов. - Санкт-Петербург, 2008.
2. Черненко В.А. Электронные банковские услуги: зарубежный опыт и отечественная практика: монография / В.А. Черненко, И.А. Резник. - М., 2007.
3. Резник И.А. Перспективы Интернет-банкинга // Актуальные вопросы экономических наук. - 2012. - № 24-1. - С. 104-109.
4. Медведева В.С., Резник И.А. Необходимость прогнозирования потенциального банкротства на предприятии // Экономика и бизнес. Взгляд молодых. - 2013. - № 1. - С. 37.
5. Добровольский Н.С., Резник И.А. Развитие и проблемы Интернетбанкинга в России // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследований. - 2013. - № 4. - С. 172-177.
6. Адамбекова А.А. Центральный банк страны как мегарегулятор финансового рынка // Деньги и кредит. - 2012. - № 10. - С. 68-69.
7. Хандруев А.А. Институт интегрированного регулятора в финансовом секторе: формирование российской модели [Электронный ресурс]. - 2013. - Режим доступа: http://narca.ru/files/handruev_asros.pdf.
8. Аниферик П.Н., Ермолова А.А., Резник И.А. Новые продукты в сфере

²² Хандруев А.А. Институт интегрированного регулятора в финансовом секторе: формирование российской модели [Электронный ресурс]. - 2013. - Режим доступа: http://narca.ru/files/handruev_asros.pdf.

²³ Аниферик П.Н., Ермолова А.А., Резник И.А. Новые продукты в сфере обслуживания банковских карт // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. - 2014. - № 16. - С. 22.

обслуживания банковских карт // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. - 2014. - № 16. - С. 22.

9. Годовой отчет Банка России [Электронный ресурс]. – 2013. - Режим доступа: http://www.cbr.ru/publ/God/ar_2013.pdf

10. Данилов Ю. А. К чему приведет создание мегарегулятора на базе ЦБ [Электронный ресурс]. – 2013. - Режим доступа: <http://m.forbes.ru/article.php?id=235095>

Байкова Э.Р., к.э.н.

доцент

кафедра «Общая экономическая теория»

Башкирский государственный университет

Хисамитов Б.У.

студент 1курса

факультет «Механический»

Уфимский государственный нефтяной технический университет

Россия, г. Уфа

ОБЕССЕРИВАНИЕ НЕФТИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассматриваются проблема высокого содержания серы в нефти. Понижение содержание серы в нефтепродуктах открывает заводам дорогу к мировым рынкам. Альтернативой закрытию российских нефтеперерабатывающих, нефтехимических производств может стать переработка путем ее обессеривания.

Ключевые слова: нефть, обессеривание, конкурентоспособность, нефтепереработка

Baykova E.R., PhD,

Associate Professor of "General economic theory"

Bashkir State University

Russia, Ufa

Hisamitov B.U.

student

1kurs, Faculty "Mechanical"

Ufa State Oil Technical University

Russia, Ufa

DESULPHURIZATION OF OIL AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS INCREASE OF OIL REFINERIES

The article deals with the problem of the high sulfur content in the oil. Lowering the sulfur content in petroleum refineries opens the way to the world markets. An alternative to the closure of Russian oil refineries, petrochemical plants could be processing through its desulfurization.

Keywords: oil, desulfurization, competitiveness, Refining

Нефть и продукты ее переработки являются незаменимыми атрибутами в современном мире, без которых невозможно полноценное существование и развитие современного общества. В 1958 году началась добыча нефти в США в штате Пенсильвания. В 1962 году баррель (barrel-бочка) был признан официальной единицей объема у нефтяников. В 1870 году Джон Рокфеллер открыл компанию Standard Oil, контролирующую 10 % нефтедобычи в США.

Наиболее авторитетными и признанными нефтяными прогнозистами являются К. Кэмпбелл, М. Хабберт, Айвенго. К. Кэмпбелл писал в своей книге «Начало нефтяного кризиса», что нефтяная эра находится на грани заката и в 2004 году достигнет пика добыча нефти. М. Хабберт предсказывал упадок нефтяного производства в масштабах планеты в 2005 году. Мнения специалистов относительно мировых запасов нефти сильно разнятся. Нынешний век признан веком исчезновения нефти. Специалисты Shell считают, что до 2025 года не грозит нефтяной голод.

Россия является одной из крупнейших стран по добыче и переработке сырой нефти. На экспорт идет около 40% добываемой в РФ нефти и от количества ее продажи, а так же ее стоимости зависит благосостояние нашей страны и благополучие наших граждан. Например, ВВП России за 2013 год составил 2 113 млрд. долларов, а экспорт нефти за 2013 год составил 173 млрд. долларов.²⁴ Определим долю экспорта нефти в ВВП страны, для этого разделим одно на другое – получаем 8 %. В 2013 году экспорт товаров из услуг из России составил 597 млрд. долларов, 88 % из этого объема пришлось на товары, 12 % - на услуги.²⁵ После несложных вычислений получаем: доля товара составит 525,36 млрд. долларов, а доля сырой нефти от общей величины зарубежных продаж составит 33%.

В 2014-2015 годах стоимость нефти резко упала, поэтому валютная выручка и ее доля в экспорте так же уменьшились. Стоимость товара зависит от конъюнктуры мирового рынка, поэтому на стоимость нефти на внешнем рынке Россия может повлиять только незначительно и только косвенно. Для того чтобы повысить валютную выручку от продажи нефти, России необходимо увеличить долю ее экспорта, что еще более усугубит ситуацию, или же необходимо найти иные способы повышения стоимости нефти.

Общеизвестно, что качество любого товара оказывает существенное влияние на ее стоимость. Для нефти самым из значимых компонентов, влияющий на качество и, следовательно, ее стоимость, является содержание в ней серы: нефть с более высоким содержанием серы более дешево и наоборот. Сера присутствует в любой нефти, а ее содержание зависит от месторождения нефти. В эталонных сортах его содержание обычно не превышает 0,5%. Основным покупателем нашей нефти является СНГ, Китай, Европа и Турция. Например, согласно статистическим данным, объем продаж в эти страны в 2013 году составил 74% от общего экспорта нефти, что

²⁴ Данные официального сайта Центрального банка [Электронный ресурс]. – URL: http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=credit_statistics/crude_oil.htm

²⁵ Там же

составляет порядка 240 миллионов тонн, что составляет около 1,5 млрд. баррелей.²⁶

Вся российская нефть в эти страны, в основном, поступает по трубе. По этой трубе проходит Западно-Сибирская нефть, содержание серы в которой составляет не более 0,4%, смешивается с нефтью, добытой преимущественно в Татарстане, Башкирии и Волго-Уральском бассейне, где величина серы достигает 4-х процентов. В результате смешивания получается нефтяная смесь Urals, которая и торгуется на международных площадках.

В настоящее время российская нефть смеси Urals содержит серу в количестве не более 1,3%. Это значительно больше, чем в нефти, что продают арабские и североевропейские страны, содержание серы в которых не превышает 0,5%. Повышенное содержание серы делает смесь Urals в среднем на 10% ниже стоимости арабской или североевропейской нефти [2],²⁷ которые принято считать эталонными сортами, и делает нашу нефть менее конкурентоспособной.

Если прекратить смешивать более качественную сибирскую нефть с другими сортами, востребованность российской нефти за рубежом существенно увеличится, не смотря на более высокую стоимость.

Зная, что доля Западно-Сибирской нефти в трубе в среднем составляет 90% и что смесь Urals на 10% дешевле эталонной, определим, что можно не увеличивая количества продаж, увеличить валютную выручку. Освободившуюся высокосернистую нефть, можно направить на переработку на отечественные предприятия, или путем высокотехнологичной переработки добиться эталонного качества, и далее запустить ее в эту же трубу. Но проблема в том, что большинство российских заводов не могут перерабатывать высокосернистую нефть, так как при взаимодействии с водой, от которой полностью избавиться невозможно, сера образует серную кислоту, которая разъедает большинства металлов. Высокое содержание серы в этой нефти создает множество проблем при переработке. Нефтеперерабатывающие производства стремятся избежать этих проблем при помощи защиты поверхностей с которыми контактирует эта сернистая нефть, но это очень дорогостоящее мероприятие.

Отказ от смешивания высокосернистой и низкосернистой нефти может привести к быстрому износу труб, оборудования и, как следствие, к уменьшению срока эксплуатации и закрытию большинства нефтедобывающих производств. Поэтому нефтеперерабатывающие и нефтехимические предприятия и далее вынуждены разбавлять (смешивать) эту нефть с Западно-Сибирской. Помимо износа оборудования, содержание серы оказывает влияние и на качество выпускаемой продукции, так как существующие технологии переработки нефти позволяют удалить из нефти

²⁶ Маресьев И. Сероасфальтобетонные смеси и сероасфальтобетон [Электронный ресурс]. – URL: <http://serobeton.com/manufactures/seroasfalt/>

²⁷ Зеленцова Ж. Эффективная очистка нефтепродуктов от серы. Новый взгляд на старые проблемы [Электронный ресурс]. – URL: pronedra.ru/oil/2011/11/16/ochistka-nefteproduktov-ot-sery

только часть серы, значительная часть которой остается в выпускаемых нефтепродуктах. Качество же, в конечном счете, оказывает влияние не только на ее стоимость, но и на экологию. От количества серы в нефти зависит стоимость ее переработки, цена реализации и качество нефтепродуктов, а так же цена ее продаж. Повышенное содержание серы оказывает только отрицательное влияние на все эти показатели. Кроме перечисленного, из-за высокого содержания серы в нефтепродуктах, выделяется диоксид серы, который образуется при сгорании в двигателях внутреннего сгорания, печах котельных и ТЭЦ, и который сильно загрязняет окружающую среду, способствует загрязнению почвы, воздуха, коррозии металлов и считается наиболее опасным из существующих в мире. Использование такого высокосернистого топлива в Европе и Северной Америке, в отличие от России, запрещено.

Альтернативой закрытию российских нефтеперерабатывающих, нефтехимических производств, которые не в состоянии нормально функционировать без смешивания высокосернистой и малосернистой нефти, может стать переработка путем ее обессеривания. Для сохранения и даже увеличения экспорта российской нефти, необходимо обеспечить наиболее рентабельную и высокотехнологическую переработку высокосернистой нефти. А побочный продукт в виде серы использовать с наибольшим эффектом и пользой.

Строительство современных промышленных установок по обессериванию нефти очень трудоемкий процесс и дорогое удовольствие, которое потребует больших инвестиционных вложений и колеблется в промежутке от 1,5 до 25 долларов за тонну нефти или нефтепродукта. Но все эти затраты непременно быстро окупятся. Об этом говорит опыт США и Катара, которые раньше нас научились эффективно перерабатывают нефть.

Повышение качество нефти, за счет удаления из нее серы, на примере этих стран, доказывают, что бизнес на серосодержащих продуктах является высоко прибыльным, и более высокие затраты для получения качественных нефтепродуктов и более высокая их стоимость покрывают расходы на переработку.²⁸ Качество российских нефтепродуктов не удовлетворяет европейским требованиям, поэтому невозможно встретить на заправочных станциях высокоразвитых стран отечественные нефтепродукты, стоимость которых в 1,5 раза выше, чем у нас.²⁹ Понижение содержание серы в нефтепродуктах открывает нашим заводам дорогу к мировым рынкам, особенно в Европу, что позволит увеличить прибыль этих предприятий, уменьшить экспорт сырой нефти, увеличить добавленную стоимость и значительно пополнить казну государства.

Также стоит отметить, что большое количество серы освободившейся в результате переработки нефти будут востребованы в сельском хозяйстве,

²⁸ Зеленцова Ж. Эффективная очистка нефтепродуктов от серы. Новый взгляд на старые проблемы [Электронный ресурс]. – URL: pronedra.ru/oil/2011/11/16/ochistka-nefteproduktov-ot-sery

²⁹ Там же.

гражданском строительстве и дорожном строительстве. В сельском хозяйстве – это серные удобрения, стоимость которых может составлять 200 долларов за тонну. В нашей стране огромные площади земель сельскохозяйственного назначения, значительная часть которой заросло бурьяном. Доступность дешёвых удобрений позволит поднять урожайность, а значит увеличить прибыль сельхоз предприятий, что в дальнейшем может привести к уменьшению нерационального использования сельскохозяйственных земель и наводнить страну отечественной сельскохозяйственной продукцией, вытеснив импортную продукцию.

Сера активно используется и в дорожном строительстве в качестве заменителя битума. Например, в Канаде, США и ЕС - высокоэффективные дорожные покрытия содержат до 40% серы.³⁰ Замена нефтяного битума серой много преимуществ: не трескаются в жару и в мороз, имеют более высокую устойчивость к динамическим нагрузкам, высокая износостойкого покрытия с применением серы, позволяет увеличить долговечность и срок службы дорог в 5-10 раз, уменьшается толщина покрытия и как следствие уменьшается расход гравия в три раза, увеличивается скорость и уменьшается стоимость строительства одного километра дороги на 20-30% и ещё множество других преимуществ. Доказано, что сероасфальт после застывания безопасен. Существует несколько передовых технологий в области дорожных покрытий на основе серы, это превосходный бизнес с высоким уровнем прибыли. Усредненная стоимость 1 км российской дороги на сегодняшний день составляет 6,3 млн. долларов.³¹ Экономический эффект по меркам страны от применения серы вместо битума будет колоссальным – только по дорогам федерального значения не менее 50 млрд. рублей в год.

В гражданском и промышленном строительстве серу можно использовать вместо цемента, что значительно улучшает ее эксплуатационные качества и долговечность.³² На сегодняшний день в России не создано ни одного крупного предприятия по производству серобетона, на что стоит обратить внимание крупным предпринимателям и правительству страны. Сфера применения серобетона огромна, например, в Канаде на основе серы изготовлен специальный пенопласт, который применяется в дорожном строительстве для поглощения звука, который так же используется для утепления трубопроводов в условиях вечной мерзлоты, что особенно актуально для нашей страны.³³

Таким образом, благодаря обессериванию нефти, возникают новые

³⁰ Зеленцова Ж. Эффективная очистка нефтепродуктов от серы. Новый взгляд на старые проблемы [Электронный ресурс]. – URL: pronedra.ru/oil/2011/11/16/ochistka-nefteproduktov-ot-sery

³¹ Маресьев И. Сероасфальтобетонные смеси и сероасфальтобетон [Электронный ресурс]. – URL: <http://serobeton.com/manufactures/seroasfalt/>

³² Официальный сайт инновационного центра «Химтэк». Новые модификаторы серного вяжущего для получения серобетонов повышенной прочности [Электронный ресурс]. – URL: <http://chemteq.ru/chemtech/sulpho-concrete.html>

³³ Зеленцова Ж. Эффективная очистка нефтепродуктов от серы. Новый взгляд на старые проблемы [Электронный ресурс]. – URL: pronedra.ru/oil/2011/11/16/ochistka-nefteproduktov-ot-sery

ниши для создания высокоприбыльного бизнеса. Эффективное применение серы, освободившейся в результате высокотехнологической переработки нефти привлекательно практически для любой из отраслей промышленности.

Для выпуска серы и переработки серы в сернистые удобрения, серобетон и сероасфальт необходимо строить новые и реконструировать существующие производства, которые станут основой для создания новых отраслей промышленности, и все это в совокупности позволит предприятиям увеличить выручку, прибыль и доходы своих работников, позволит этим предприятиям создать новые рабочие места, увеличить налоговые и другие поступления в бюджет страны, а так же улучшить экологическую ситуацию в стране. Таким образом, экономический эффект от удаления серы из сырой нефти огромен, расчет величины которого в целом по Российской Федерации просчитать практически невозможно.

Использованные источники:

1. Данные официального сайта Центрального банка [Электронный ресурс]. – URL: http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=credit_statistics/crude_oil.htm
2. Зеленцова Ж. Эффективная очистка нефтепродуктов от серы. Новый взгляд на старые проблемы [Электронный ресурс]. – URL: pronedra.ru/oil/2011/11/16/ochistka-nefteproduktov-ot-sery
3. Маресьев И. Сероасфальтобетонные смеси и сероасфальтобетон [Электронный ресурс]. – URL: <http://serobeton.com/manufactures/seroasfalt/>
4. Официальный сайт инновационного центра «Химтэк». Новые модификаторы серного вяжущего для получения серобетонов повышенной прочности [Электронный ресурс]. – URL: <http://chemteq.ru/chem-tech/sulpho-concrete.html>

Бакина А.С.

студент 4 курса

Ярославский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Волков А.Ю.

научный руководитель

Россия, г. Ярославль

ВЛИЯНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, СВЯЗАННОЙ С БАНКОВСКОЙ РЕКЛАМОЙ И PR, НА ИМИДЖ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И НЕОБХОДИМОСТЬ ЕЕ ОЦЕНКИ

В статье рассмотрены рекламные кампании и PR-программы как совокупность усилий банка по созданию положительного имиджа и благоприятного климата для своей деятельности путем взаимодействия со всеми секторами внешней среды.

Ключевые слова: банковская реклама, банковский менеджмент, банковский маркетинг, имидж банка.

The article deals with advertising campaigns and PR-programs as a combination of efforts of the Bank to create a positive image and a favourable climate for their activities by working with all sectors of the external Wednesday.

Keywords: Bank advertising, Bank management, Bank marketing, image bank.

Условия возрастающей конкурентности в банковском секторе на фоне нездоровой, в целом, ситуации в экономике [3] диктует необходимость реорганизации структур, разработки эффективных стратегий, проведения сегментации рынка банковских услуг, развития новых операций и методов обслуживания.

В целом отрасль банковской рекламы динамично развивается, поскольку конкуренция на рынке банковских услуг усиливается с каждым годом и банки вынуждены организовывать широкомасштабные мероприятия по привлечению новых клиентов [4].

Российские банки, использующие новаторские стратегии в своей рекламе, делают акцент на динамичное развитие и новые банковские технологии, формируя у потребителей образ банков нового поколения, но надо признать хорошие инновационные идеи даже на рынок банковской рекламы приходят с опозданием, что в целом соответствует тенденции в России [1; 2].

Рекламные компании и PR-программы в финансовой сфере – это самые сложные инструменты, так как банковские услуги представляют собой очень специфичный продукт. В отличие, например, от продуктов ежедневного потребления, банковские услуги не имеют осязаемых свойств и воспринимаются только разумом.

Банк работает с массой различных контрагентов. Имидж банка является залогом успеха финансово-кредитной организации. Если банку доверяют, то его финансовые результаты непременно будут иметь положительную динамику.

В современном мире PR-специалисты успешно формируют имидж банков и создают их репутацию. Ярким примером служит новый имидж Сбербанка, который был удостоен премии в области развития связей с общественностью PROBA – IPRA Golden World Awards 2012 в номинации «PR-проект года».

Прежде всего, специалист по PR и рекламе должен отвечать на три основных вопроса в своей работе: Кто? Что? Как?

1. Кто? – Кому мы интересны, кто будет, уже есть нашим клиентом?
2. Что? – Что привлекает целевую аудиторию в нашем объекте (позиционирование)?
3. Как? – Как передать в ключевом сообщении, в данном случае телевизионном сообщении, нужные нам характеристики?

Банковские кампании по рекламе и связям с общественностью являются очень эффективным инструментом. Банк должен иметь четкий план того, как он будет измерять свои результаты. Это требуется для того, чтобы вовремя устранить недочеты и погрешности, влияющие на имидж финансово-кредитной организации.

В исследованиях, направленных на изучение имиджевых характеристик

компаний, используется, как правило, количественные и качественные методы.

Качественные методы ориентированы на выявление глубинных, неосознаваемых характеристик сознания индивидов. Качественные методы в исследованиях имиджа чаще всего используются на первоначальной стадии, их основная цель – создать описательную базу и шкалы для дальнейшей количественной оценки, построить гипотезы для дальнейшей проверки.

Качественные методы позволяют подробно изучить характеристики, влияющие на имидж банка, такие как уровень осведомленности об услугах банка, известность банка, информационная открытость банка, доступность рекламных материалов о банке в средствах массовой информации, уровень доверия клиентов к банку, уровень надежности банка, профессионализм и компетентность персонала банка, уровень обслуживания и многие другие.

Количественные методы, в свою очередь, применяются для оценки значимости качественных характеристик. Характеристики объекта могут быть получены как в ходе предварительно проведенных качественных исследований, так и могут быть уже составлены ранее и предоставлены исследователю для проверки адекватности или выявления динамики восприятия.

Количественные методы в изучении имиджа банка позволяют узнать такие показатели, как ассоциативный профиль услуг фирмы, превалирующие характеристики в ассоциативном восприятии банка, динамику показателей имиджа, ранжирование мотивов выбора услуги, карты позиционирования банка и многие другие.

По результатам исследования, банком разрабатывается план мероприятий, который будет направлен на совершенствование областей с имеющимися пробелами.

Таким образом, рекламные кампании и PR-программы являются совокупностью усилий банка по созданию положительного имиджа и благоприятного климата для своей деятельности путем взаимодействия со всеми секторами внешней среды. Для того чтобы эта деятельность приносила банку успех, ему необходимо следить за изменениями, происходящими в финансовой сфере, идти в ногу со временем, исследовать свои результаты и оперативно исправлять ошибки.

Использованные источники:

1. Волков А.Ю. Инновации в России // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2012. – № 2. – С. 15 – 19.
2. Волков А.Ю. Инновации и Россия // Науч. тр. / Вольное экономическое общество России. – Т. 136. – 2010. – С. 102 – 113.
3. Волков А.Ю. Тенденции в экономике Ярославской области за 9 месяцев 2015 года // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности». – 2016. – С. 69 – 71.
4. Тюрин С.Б., Бурыкин А.Д., Волков А.Ю. Организация деятельности

коммерческого банка: Учеб. пособие для бакалавров / Под ред. С.Б. Тюрина. – Ярославль: 2013. – 114 с.

Банная Ю.С.

050100 «Педагогическое образование»

профиль «Информатика»

НЕСТАНДАРТНЫЕ УРОКИ В СИСТЕМЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОДХОДА К ОБУЧЕНИЮ

Нестандартных уроков стало настолько много, что потребовалось обращение к классификации. Классификация, т.е. распределение по разрядам, помогает выделить общие основания в том случае, когда приходится выбирать наиболее необходимое, интересующее, подходящее из очень большого количества информации. Сегодня не совсем обычных методов обучения и целых уроков – огромное количество, но далеко не все они соответствуют общепринятым представлениям о нестандартности в образовании, о необычности урока и, наконец, не соответствуют представлениям ни об уроке, ни о методе. Выбирая из этого массива именно ту информацию, которая необходима, учитель, как правило, опирается на свою интуицию, а не на какие-либо научные основания. Непривычные формы используются немотивированно, как уроки-одиночки, без заметной связи с ранее проведенными уроками. Преобладают итоговые формы (зачеты, семинары). Целевые установки уроков не предусматривают прироста новых знаний и умений, развития учащихся в каком-либо отношении.

В учебном пособии И.П. Подласого «Педагогика» выделены десятки типов нетрадиционных уроков. В том числе уроки-деловые игры, уроки-игры, уроки-ролевые игры, уроки-игры «Поле-чудес» и т.д. они отнесены к разным типам, хотя очевидно, что это уроки одного типа, во всяком случае близки друг другу. При этом не традиционность этих уроков весьма сомнительна, т.к. урок-игра известен очень давно. [1, с. 90]

«Классическая» типология по основным дидактическим целям исходит из стадий процесса учебного познания: усвоение нового материала – формирование новых знаний и умений, их закрепление и систематизация, контроль и оценка полученных результатов.

Разработка теории проблемного обучения привела к делению уроков на проблемные и не проблемные. В такой классификации зафиксирован характер познавательной деятельности учащихся. В то же время эта классификация относится преимущественно к урокам изучения нового материала. В зависимости от планируемых целей отдельные формы уроков могут быть отнесены к различным типам, например, интегрированные уроки-исследования. Так, на интегрированных уроках учащиеся могут усваивать новые знания по разным учебным предметам, их нередко ведут 2-3 учителя. Однако, если они проводятся на известном учащимся материале, то это скорее уроки систематизации знаний, их обобщения и повторения [3].

Особенно сложно классифицировать уроки игровой формы. Игровые технологии обучения отличаются исключительным разнообразием. Основной мотив игры – не результат, а процесс. Это усиливает их развивающие значение, но делает мене очевидным образовательный эффект. Несомненно, у игровых уроков есть и образовательные возможности, если их рассматривать не разрозненно, а в системе. Можно, например, передвигаться от усвоения и использования фактов к их связям (от решения кроссвордов к их составлению), от описаний (уроки-путешествия) к объяснению (уроки-экспедиции, исследования). Стремление к гласности выразилось в уроках типа «Общественный смотр знаний» и «Пресс-конференция»; тяга к размышлениям, дискуссиям и спорам, в ходе которых только и может быть доказана правота какой-либо точки зрения, - в уроках-диспутах; потребность в инициативе, творчески мыслящих людях и условиях для их проявления – в уроках, строящихся на детской инициативе, в уроках изобретательства и сочинительства, творческих выставках и отчетах.

Четкое осознание важности делового партнерства, творческого сотрудничества и умения их вести, к которому слабо приучены, - в уроках с использованием групповых форм работы; потребность уважать дело, уметь его квалифицированно выполнить и судить о человеке по его конкретным свершениям – в организации уроков-ролевых игр.

Нестандартные уроки помогают вызвать дополнительный интерес к предмету, к конкретной теме, развивают у учащихся логическое и абстрактное мышление. Благодаря нестандартному подходу к обучению на уроках создается непринужденная обстановка, что способствует лучшему усвоению материала. Нетрадиционные уроки, необычные по замыслу, организации, методике проведения, больше нравятся учащимся, чем будничные учебные занятия со строгой структурой и установленным режимом работы. Но превращать нестандартные уроки в главную форму работы, вводить их в систему нецелесообразно из – за большой потери времени.

В настоящее время существуют следующие нетрадиционные технологии урока [2]:

- ✓ интегрированные уроки, основанные на межпредметных связях;
- ✓ уроки в форме соревнований и игр: конкурс, турнир, эстафета (лингвистический бой), дуэль, деловая или ролевая игра, кроссворд, викторина;
- ✓ уроки, основанные на формах, жанрах и методах работы, известных в общественной практике: исследование, изобретательство, анализ первоисточников, комментарий, мозговая атака, интервью, репортаж, рецензия;
- ✓ уроки на основе нетрадиционной организации учебного материала: урок мудрости, урок любви, откровение (исповедь), урок-презентация «дублер начинает действовать»;
- ✓ уроки с имитацией публичных форм общения: пресс-

конференция, аукцион, бенефис, митинг, регламентированная дискуссия, панорама, телепередача, телемост, рапорт, «живая газета», устный журнал;

✓ уроки с использованием фантазии: урок-сказка, урок-сюрприз, урок-подарок от волшебника, урок на тему «инопланетяне»;

✓ уроки, основанные на имитации деятельности учреждений и организаций: суд, следствие, дебаты в парламенте, цирк, патентное бюро, ученый совет;

✓ уроки, имитирующие общественно-культурные мероприятия: заочная экскурсия в прошлое, путешествие, литературная прогулка, гостиная, интервью, репортаж;

✓ перенесение в рамки урока традиционных форм внеклассной работы: КВН, «Следствие ведут знатоки», «Что? Где? Когда?», «Эрудицион», утренники, спектакль, концерт, инсценировка, диспут, «посиделки», «клуб знатоков» и т. д.

Рождение любого урока начинается с осознания и правильного, четкого определения его конечной цели – чего учитель хочет добиться; затем установления средства – что поможет учителю в достижении цели, а уж затем определения способа – как учитель будет действовать, чтобы цель была достигнута.

Интерес – один из инструментов, побуждающий учащихся к более глубокому познанию предмета, развивающий их способности. Для воспитания и развития интереса к предмету учитель располагает в основном двумя возможностями: работой на уроке и внеклассной работой. Главное из них является, работа на уроке. Для того, чтобы заинтересовать школьника данным предметом, необходимо отыскивать для проведения урока различные нестандартные виды работы, в частности игры. Отказ от традиционных этапов урока привлекает учеников.

Нестандартный урок – это интересная, необычная форма предоставления материала на занятии. Она призвана наряду с целями и задачами стандартных уроков, развить у учащегося интерес к самообучению, творчеству, умение в нестандартной форме систематизировать материал, оригинально мыслить и самовыражаться. На таких занятиях учащиеся не просто рассказывают сообщения, а пытаются донести с помощью ярких и запоминающихся опытов, газет, презентаций и другого вместе с учителем основной материал урока.

Использованные источники:

1. Подласый И.П. Педагогика: Новый курс: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений: в 2 книгах. – М.: Гуманит. Изд. Центр Владос, 2002.
2. Пастухова О.Н. Нестандартные уроки информатики.
3. Буряк, В.К. Самостоятельная работа учащихся
4. Жарова, Л.В. Теоретические основы организации самостоятельной деятельности учащихся. [Текст] / Л.В. Жарова, Б.Ф. Райский // Активизация учебно-познавательной деятельности учащихся: Сборник научных трудов. – Л.: Изд-во ЛГПИ, 1985

*Баркова А.С.
студент 3 курса
факультет «Финансы и кредит»
Блохина И.М., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы»
Кубанский государственный аграрный университет
Россия, г. Краснодар*

ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ БАЗА НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: В статье предпринята попытка оценки деятельности негосударственных пенсионных фондов. Проведен анализ действующего законодательства. Рассмотрены основные проблемы негосударственных пенсионных фондов. Определены направления развития негосударственного пенсионного обеспечения.

Ключевые слова: негосударственное пенсионное обеспечение, пенсионная система, негосударственные пенсионные фонды, законодательная база.

LEGAL FRAMEWORK OF NON-STATE PENSION INSURANCE

Abstract: The article attempts to evaluate non-governmental pension funds. The analysis of the current legislation. The article examines the main problems of non-state pension funds. Defines directions in the development of non-state pension insurance.

Key words: non-state pension insurance, pension system, non-governmental pension funds, legal framework.

Проблемы развития законодательства в сфере негосударственного пенсионного обеспечения, как и история самих негосударственных пенсионных фондов, весьма значимы не только для современного российского права, но и для социального обеспечения в целом. Этот вопрос крайне сложен.

Анализируя историю развития правовой основы негосударственного пенсионного обеспечения, можно встретить самые различные подходы к периодизации такой истории. Некие аналоги современных негосударственных пенсионных фондов появляются ещё в 19 веке, когда создаются так называемые эмеритальные кассы. Эти кассы обеспечивали дополнительными пенсиями вышедших в отставку членов кассы независимо от того, какие пенсии им будут назначены на основании общих законов, особенных уставов. При этом все расчеты по размерам взносов и выплат развивались на весьма серьезной статистической базе, в которой отслеживались все важнейшие показатели, связанные с трудовым возрастом,

продолжительностью жизни, статистикой заболеваний и инвалидностью.³⁴ Отметим, что эти эмеритальные кассы создавались по отраслевому принципу. Больше всего таких касс (а их было на начало 20 века более 2000) были созданы в рамках военного ведомства и на казённых железных дорогах. После 1917 года такие кассы были отменены.

Отметим, что самые первые классические негосударственные пенсионные фонды были созданы ещё летом 1990 года. Учёные – юристы выделяют следующие причины появления таких фондов: «при создании института негосударственного пенсионного обеспечения на него возлагались большие надежды. С помощью негосударственных пенсионных фондов планировалось снять социальную напряженность в обществе, сформировать новую структуру в системе финансовых институтов, аккумулирующую огромные средства, снизить нагрузку на бюджет по социальной поддержке граждан».³⁵ Фактически мы полагаем, что существенной причиной образования таких фондов стала необходимость переложить усилия и ответственность за пенсионное обеспечение с государство на иные субъекты хозяйственных отношений, что полностью соответствовало сути экономических реформ.

Мы согласны с мнением тех авторов, кто выделяет 3 этапа исторического развития законодательства о негосударственном пенсионном обеспечении.³⁶

Первый этап (1992 – 1998 годы). На этом этапе отношения в сфере негосударственного обеспечения регулируются исключительно на подзаконном уровне.

Второй этап (1998-2003 годы). Это период с момента принятия ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах до момента реформирования всей системы пенсионного обеспечения, то есть с момента перехода от распределительной к накопительной системе.

Третий этап (2003 – 2013 год). Отметим, что в 2013 году были внесены принципиальные изменения в ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах» на которых мы остановимся более подробно чуть позже. Отметим, что в настоящее время законодательная основа негосударственного пенсионного обеспечения многообразна. Её составляют:

- Конституция РФ, которая в частности в части 2 статьи 7 устанавливает обязанность государства устанавливать пенсии;³⁷

³⁴ См Путьрова О.В История развития законодательства о негосударственном пенсионном обеспечении в России. Дореволюционный и советский периоды // Социальное и пенсионное право. - 2011. - N 2

³⁵ См Путьрова О.В История развития законодательства о негосударственном пенсионном обеспечении в России. Дореволюционный и советский периоды // Социальное и пенсионное право. - 2011. - N 2.

³⁶ См, Покачалова А. С Проблемы гражданско-правового регулирования договорных отношений в сфере обязательного пенсионного страхования с участием негосударственных пенсионных фондов и пути их решения // Актуальные проблемы российского права, 2013, N 12.

³⁷ Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 04.02. 2014 № 1 - ФКЗ). //Российская газета. -25.12. 1993. - № 237.

- ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах».38 Нормы данного закона дают определение негосударственного пенсионного фонда, определяют порядок учреждения фонда, порядок ведения дел фонда, гарантии пенсионных выплат.

- ФЗ "О страховых пенсиях»39. Данный закон связывает как стаж так и размер пенсии именно с периодов выплат страховых пенсионных взносов, в том числе и в негосударственные пенсионные фонды.

- ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации». Нормы абзаца 5 статьи 5 настоящего закона устанавливают, в частности, что «страховщиками по обязательному пенсионному страхованию наряду с Пенсионным фондом Российской Федерации могут являться негосударственные пенсионные фонды».40

- ФЗ "Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системе обязательного пенсионного страхования"41

Естественно, правовой основой негосударственного пенсионного обеспечения являются и подзаконные акты.

В настоящее время осуществляется существенная реформа законодательства о негосударственном пенсионном обеспечении. Значимые изменения в ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах» были внесены в 2013 и 2014 годах.

Отметим, что деятельность негосударственных пенсионных фондов, на данный момент, претерпевает определенный кризис. Прежде всего, несмотря на ожидания авторов пенсионной реформы, большинство граждан отказываются от выбора негосударственных пенсионных фондов. В настоящее время в НПФ свои сбережения хранят около 28 миллионов граждан, что меньше трети работающих лиц.

Причинами такого положения является недоверие граждан к деятельности негосударственных пенсионных фондов. Свыше 90% по-прежнему оставляют свои пенсионные накопления в государственной управляющей компании и лишь 8% граждан доверили управление своими пенсиями НПФ. Мы полагаем, что это во многом связано с проблемой низкой финансовой грамотности общества. Основная часть граждан России ощущает недостаточность информационного освещения пенсионной реформы и деятельности НПФ в целом. Кроме того, отсутствует зрелое социальное партнерство между негосударственными пенсионными фондами и работодателями. На наш взгляд, повысить для граждан привлекательность

³⁸ Федеральный закон от 07.05.1998 N 75-ФЗ (ред. от 30.12.2015) "О негосударственных пенсионных фондах" // "Российская газета", N 90, 13.05.1998.

³⁹ Федеральный закон от 28.12.2013 N 400-ФЗ (ред. от 29.12.2015) "О страховых пенсиях" // "Российская газета", N 296, 31.12.2013.

⁴⁰ Федеральный закон от 15.12.2001 N 167-ФЗ (ред. от 14.12.2015) «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации» // "Российская газета", N 247, 20.12.2001.

⁴¹ Федеральный закон от 01.04.1996 N 27-ФЗ (ред. от 29.12.2015) "Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системе обязательного пенсионного страхования" // "Российская газета", N 68, 10.04.1996.

негосударственных пенсионных фондов можно с помощью освобождения пенсионных взносов работодателей, которые будут перечисляться в пользу работников в НПФ, от налогообложения. Но опять же данное сотрудничество будет не всегда эффективно, так как для его развития существует ряд препятствий: низкий уровень заработной платы; отсутствие у населения навыков самостоятельно заботиться об уровне своего будущего пенсионного обеспечения; непривлекательность для вкладчиков условий участия в НПФ.

Недоверие граждан к деятельности НПФ еще усугубляет тот факт, что Центральный банк России довольно активно использует практику прекращения лицензий негосударственных пенсионных фондов. Так, например, только в начале января 2016 года ЦБ РФ аннулировал лицензии у 6 негосударственных пенсионных фондов, в которых хранились накопления более одного миллиона граждан.

Есть и иная причина. Государству пока не удается защитить накопления большей части населения от инфляции. Дело в том, что согласно статистике, за прошлые годы страховая часть пенсии росла быстрее, чем накопительная. Потому что страховая пенсия индексируется на инфляцию прошлого года (по закону), а вот доходность накоплений в НПФ обычно от инфляции отставала. Так, за 2015 год только один фонд, вложивший свои средства в валютные инструменты, смог обогнать инфляцию. То есть можно говорить и о недостаточной экономической эффективности таких фондов. Мы полагаем, что в качестве меры, призванной ослабить сложившуюся экономическую напряженность, может служить организация централизованного вложения пенсионных накоплений в индексы. Смысл данного предложения в том, чтобы государство осуществляло вложения большей части накоплений будущих пенсионеров в отечественные активы на фондовых рынках в пропорции, соответствующей тому или иному фондовому индексу. Преимущества таких вложений заключаются в том, что фондовые индексы, как правило, стабильно растут и в долгосрочном периоде заметно выше инфляции. Другая же часть централизованных вложений может быть передана в управление НПФ, но выбранных на основе конкурентного отбора. Отбор должен осуществляться Пенсионным фондом под контролем государственных органов на основе прозрачности заданных критериев.

Кроме того, в 2014 году нормы части 1 статьи 4 ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах» стали звучать следующим образом «фонд может создаваться в организационно-правовой форме акционерного общества». ⁴² Мы полагаем, что подобная норма противоречит как нормам ГК РФ, так и нормам более общих положений ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах». Дело в том, что, нормы части 1 статьи 50 ГК РФ определяют, что «юридическими лицами могут быть организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей

⁴² Федеральный закон от 07.05.1998 N 75-ФЗ (ред. от 30.12.2015) "О негосударственных пенсионных фондах" // "Российская газета", N 90, 13.05.1998.

деятельности (коммерческие организации) либо не имеющие извлечение прибыли в качестве такой цели и не распределяющие полученную прибыль между участниками (некоммерческие организации)».⁴³ Одновременно нормы части 2 статьи 50 ГК РФ определяют, что «юридические лица, являющиеся коммерческими организациями, могут создаваться в организационно-правовых формах хозяйственных товариществ и обществ, крестьянских (фермерских) хозяйств, хозяйственных партнерств, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий».⁴⁴ Таким образом, если негосударственные пенсионные фонды создаются в форме акционерных обществ, то целью фонда как и любой коммерческой организации в целом становится уже получение и распределение между акционерами прибыли. И нет гарантий, что эта цель не будет превалировать перед целью пенсионных выплат гражданам. Естественно, подобные проблемы необходимо решать, отказавшись, например, от последних изменений в закон, или на уровне ГК РФ вводить такой специальный вид юридических лиц как акционерный фонд (мы полагаем, что таким фондом, может быть не только негосударственный пенсионный фонд).

Таким образом, делая вывод к статье можно определить, что законодательство о негосударственном пенсионном обеспечении прошло несколько стадий в своём развитии, деятельность негосударственных пенсионных фондов урегулирована многочисленными правовыми актами. Осуществлена очередная реформа законодательства о негосударственном пенсионном обеспечении, которая, по крайней мере, в части акционирования НПФ весьма спорна и необходимо дальнейшее совершенствование всей системы негосударственных пенсионных фондов.

Использованные источники:

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 04.02.2014 № 1 - ФКЗ). // Российская газета. - 25.12. 1993. - № 237.
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации. (Часть первая). от 30.11.1994 № 51 –ФЗ (ред. от 06.12.2015) // «Собрание законодательства Российской Федерации». - 1994. - N 32. – Ст. 3301.
3. Федеральный закон от 28.12.2013 N 400-ФЗ (ред. от 29.12.2015) "О страховых пенсиях" // "Российская газета", N 296, 31.12.2013
4. Федеральный закон от 15.12.2001 N 167-ФЗ (ред. от 14.12.2015) «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации" // "Российская газета", N 247, 20.12.2001.
5. Федеральный закон от 07.05.1998 N 75-ФЗ (ред. от 30.12.2015) "О

⁴³ Гражданский Кодекс Российской Федерации. (Часть первая). от 30.11.1994 № 51 –ФЗ (ред. от 06.12.2015) // «Собрание законодательства Российской Федерации». - 1994. - N 32. – Ст. 3301.

⁴⁴ Гражданский Кодекс Российской Федерации. (Часть первая). от 30.11.1994 № 51 –ФЗ (ред. от 06.12.2015) // «Собрание законодательства Российской Федерации». - 1994. - N 32. – Ст. 3301.

негосударственных пенсионных фондах" // "Российская газета", N 90, 13.05.1998.

6. Федеральный закон от 01.04.1996 N 27-ФЗ (ред. от 29.12.2015) "Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системе обязательного пенсионного страхования" // "Российская газета", N 68, 10.04.1996.

7. Покачалова А.С. Проблемы гражданско-правового регулирования договорных отношений в сфере обязательного пенсионного страхования с участием негосударственных пенсионных фондов и пути их решения // Актуальные проблемы российского права, 2013, N 12.

8. Путрова О.В. История развития законодательства о негосударственном пенсионном обеспечении в России. Дореволюционный и советский периоды // Социальное и пенсионное право. - 2011. - N 2

*Бармасова А.Ю.
студент 1 курса*

*факультет «Экономики и предпринимательства»
Россия, г. Нижний Новгород*

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье рассмотрены вопросы оценки качества проведения финансового анализа, основные подходы к такому понятию, как качественный анализ финансового состояния предприятия, основные его составляющие и индикаторы.

Ключевые слова: финансовое состояние, анализ, отчётность, качество, подходы.

This article describes how to assess the quality of the financial analysis, the main approaches to such a concept, as a qualitative analysis of the financial condition of the company, its main components and LEDs.

Key words: financial condition, analysis, reporting, quality and approaches.

Вопрос качества проведения анализа финансового состояния предприятия в целом является достаточно проработанным – в экономической литературе присутствует достаточно много методик оценки финансового состояния предприятия, которые используют различные наборы показателей и индикаторов, характеризующих результаты работы предприятия за определенный период.

Целью статьи является определение сущности качественного анализа финансового состояния предприятия. Объектами изучения является методология и понятийный аппарат анализа финансового состояния предприятия.

Базой для анализа финансового состояния предприятия является его отчётность, отражающая состояние и изменение его активов на определённом

промежутке дат, поэтому проведение анализа начинается с изучения структуры и динамики изменения данных его баланса, доходов и расходов, денежных средств и капитала по формам отчетности.

Анализ, основанный на изменении только показателей баланса и доходов и расходов применяется в работе всех предприятий, при этом многие крупные предприятия на своих сайтах размещают различные аналитические выкладки, содержащие сведения о росте или сокращении тех или иных показателей баланса, доходов и расходов.

Наиболее востребован такой анализ на рынке ценных бумаг – поскольку он очень динамичен и цена на тот или иной актив часто имеет прямую зависимость от роста доходов предприятия.

Однако, несмотря на то, что анализ структуры и динамики баланса и доходов и расходов являются базовым уровнем анализа состояния предприятия, исключительно на основе такого анализа уже могут приниматься решения о покупке или продаже ценных бумаг, вложении денежных средств.

Несмотря на это, можно ли утверждать, что анализа структуры и динамики баланса и доходов и расходов достаточно для того, чтобы сказать, что анализ финансового состояния предприятия является качественным?

Очевидно, что нет, ведь на том же рынке ценных бумаг, существует множество аналитических агентств, которые предлагают более детальный анализ деятельности того или иного предприятия, включая расчёт различных финансовых коэффициентов и индикаторов по общераспространённым или собственным методикам оценки.

При этом, несмотря на разнообразие методик, большая их часть обладает набором схожих черт и неким перечнем показателей, которые необходимо проанализировать для понимания общего состояния предприятия.

Такие показатели можно раздеть на несколько групп:

- показатели ликвидности и платежеспособности;
- показатели финансовой устойчивости;
- показатели оборачиваемости активов и капитала;
- показатели рентабельности.

Как правило, разные методики предлагают разный по количеству состав показателей, но все они сконцентрированы на оценке имеющихся у предприятия ресурсов, его доходов и расходов.

Например, методика А.Д. Шеремета предусматривает оценку следующих направлений работы предприятия⁴⁵:

- анализ доходов, расходов и финансовых результатов деятельности предприятия;
- анализ рентабельности активов и оборачиваемости активов и обязательств;

⁴⁵ Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. М.: ИНФРА-М, 2009.

- анализ финансового состояния предприятия;
- комплексная оценка финансово-хозяйственной деятельности (эвристические, интегральные показатели, рейтингование и другие).

Подход, предлагаемый И.А. Бланком предполагает основываться в анализе на следующих направлениях⁴⁶:

- оценка финансовой устойчивости предприятия;
- оценка платежеспособности (ликвидности);
- оценка оборачиваемости активов;
- оценка оборачиваемости капитала;
- оценка рентабельности (прибыльности).

Методика анализа финансового состояния, предлагаемая А.М. Литовских включает в себя следующие направления:⁴⁷

- анализ доходности (рентабельности);
- анализ финансовой устойчивости;
- анализ кредитоспособности;
- анализ использования капитала;
- анализ уровня самофинансирования.

Таким образом, рассматривая представленные методики, можно увидеть, что все они принципиально друг от друга не отличаются и позволяют рассмотреть деятельность предприятия под несколькими углами, что безусловно необходимо для всестороннего изучения состояния предприятия.

Также существуют различные экономико-математические методы анализа, например дискриминантный, корреляционный, регрессионный и факторный методы анализа.

Дискриминантный анализ предполагает отнесение объекта исследования к одной из нескольких заданных аналитиком групп на основе его характеристик.

Корреляционный анализ может определить силу связей между показателями деятельности предприятия.

Регрессионный анализ помогает определить формализованную связь между исследуемыми показателями.

Факторный анализ необходим для выявления причин изменения тех или иных показателей деятельности.

Однако, рассматривая изложенные подходы, можно ли говорить о том, что проведя анализ по каждой из представленных методик и используя математические методы будет получен качественный анализ деятельности и финансового состояния предприятия и вообще, что представляет собой качественный финансовый анализ?

Качество, как понятие можно определить следующим образом:

1. Совокупность существенных признаков, свойств, особенностей, отличающих предмет или явление от других и придающих ему

⁴⁶ Бланк И.А. Основы финансового менеджмента (в 2-х томах). М.: Омега-Л, 2011.

⁴⁷ Литовских А.М. Финансовый менеджмент: Конспект лекций. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1999.76с.

определенность.⁴⁸

2. Совокупность свойств и признаков, определяющих соответствие образцу, пригодность к чему-либо.⁴⁹

Соответственно качество, это достаточно общее понятие, которое предполагает наличие определённого перечня эталонных признаков, по которым происходит сравнение эталона и результата.

Таким образом, экстраполируя понятие качества на область анализа финансового состояния предприятия, можно сказать, что качественный анализ финансового состояния предприятия, это такой анализ, который соответствует предъявляемым к нему требованиям.

Требования к анализу, в свою очередь определяются непосредственно целью проведения анализа – например это может быть мониторинг общего состояния, выявление проблем в работе, оценка возможности приобретения предприятия и другие цели.

Соответственно, можно говорить о том, что качественный анализ финансового состояния предприятия является понятием субъективным и рассматриваемым в отдельности для каждого конкретного случая анализа.

Тем не менее, это не означает, что качество анализа финансового состояния предприятия можно оценить только зная предъявленные к нему требования, поскольку к этому вопросу можно подойти с объективных позиций, основанных на принципах проведения анализа.

Так, качественный анализ финансового состояния предприятия имеет под собой ряд принципиальных моментов, а именно он:

- должен основываться на научных методах познания и иметь понятную методологическую базу;
- должен основываться на актуальных данных о деятельности предприятия;
- должен быть комплексным и охватывать ключевые аспекты деятельности предприятия;
- должен учитывать изменение внутренних и внешних факторов, влияющих на деятельность предприятия.

Таким образом, рассматривая вопрос качества анализа финансового состояния предприятия, можно утверждать, что рассмотренные принципы должны безусловно соблюдаться, иначе проведённый анализ будет искажать реальное состояние предприятия.

Использованные источники:

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента (в 2-х томах). М.: Омега-Л, 2011.
2. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000

⁴⁸ "Словарь русского языка" (1949, 22-е издание, 1990; с 1992 - "Толковый словарь русского языка", совместно с Н. Ю. Шведовой).

⁴⁹ Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000

3. Литовских А.М. Финансовый менеджмент: Конспект лекций. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1999. 76с.
4. Словарь русского языка (1949, 22-е издание, 1990; с 1992 - "Толковый словарь русского языка", совместно с Н. Ю. Шведовой).
5. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. М.: ИНФРА-М, 2009.
6. Экономико-математические методы и прикладные модели: учебник для бакалавров / В.В. Федосеев, А.Н. Гармаш, И.В. Орлова; под ред. В.В. Федосеева. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2012. — 328 с.

*Батенева Е.А.
студент 4 курса*

*Уральский государственный экономический университет
Россия, г. Екатеринбург*

РЕГИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

Инновационная политика регионов – в настоящее время приобретает все большую актуальность. Ориентация экономики на инновационный путь развития и создания региональных инновационных систем стало велением экономического развития не только регионов, но всего государства. Государство со своей стороны осуществляет все виды регулирования инновационной деятельности: организационное, экономическое, финансовое, нормативно-правовое. Высшая форма регулятивной деятельности государства - это выработка и проведение инновационной политики, управление инновационной деятельностью. Такая политика разрабатывается на основе утверждения приоритетного значения инновационной деятельности для современного общественного развития [3]

Рассмотрим региональную инновационную политику на примере Свердловской области.

Свердловская область относится к регионам с высоким инвестиционным потенциалом (3,3% от общероссийского) и умеренным риском, занимая среди регионов страны третье место по промышленному производству, пятое место по налоговым платежам в федеральный бюджет, девятую позицию по объемам сельскохозяйственного производства. По инвестиционной привлекательности Свердловская область занимает одно из ведущих мест среди регионов Российской Федерации.

Инновационная деятельность является важнейшим ресурсом технологического развития Свердловской области, обязательным условием сохранения и инструментом мобилизации ее научно-технического потенциала на решение проблем региона.

Таблица 1- Инновационная деятельность в РФ и Свердловской области в 2014- 2015 гг [4]

Субъект	Совокупный уровень инновационной активности		Удельный вес организаций, осуществляющих инновации отдельных типов, в общем числе организаций					
			Технологические		организационные		маркетинговые	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Обрабатывающие, добывающие производства, производство и распределение электроэнергии, газа и воды								
Россия	14,3	15,6	11,2	12,4	7,5	8,2	4,9	5,1
Свердловская область	21,2	19,7	17,5	15,6	8,2	9,4	5,7	6,2
Связь, деятельность, связанная с использованием информационных технологий, Научные исследования и разработки, предоставление прочих видов услуг								
Россия	8,6	10,7	5,2	7,3	3,4	4,8	2,1	3,4
Свердловская область	14,6	13,8	10,6	12,1	8,3	7,8	4,4	5,2

Формирование региональной инновационной системы требует решения следующих основных задач:

- 1) совершенствование механизмов взаимодействия между участниками инновационного процесса;
- 2) финансирование, создание институциональных и правовых условий для развития венчурного проведение действенной экономической политики в отношении участников инновационного процесса, стимулирование внебюджетного инвестирования в наукоемкие проекты;
- 3) Создание и развитие объектов инновационной инфраструктуры (инновационно-технологические центры, технопарки и т.п.) [2]

Анализируя инновационную деятельность в Свердловской области необходимо отметить, что в эту деятельность область включилась в конце 90-х годов. С этой целью была разработана программа инновационной деятельности на период до 2010 года, основанная на инновационной политике, принятой для развития инновационных введений в экономику области.

В таблице 2 приведена ситуация с инновационной деятельностью за период с 2009 по 2014 годы.

Таблица 2 – Число предприятий, приобретавших новые технологии [1]

Показатели внедрения инноваций	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Лицензии на использование изобретений	7	5	3	6	7	8
Результаты исследований и разработок	6	5	17	20	16	19
Ноу-хау, соглашения на передачу технологий	3	3	5	8	5	6
Покупка оборудования	14	13	17	18	21	22
Целенаправленный прием квалифицированных специалистов	4	2	7	7	6	9
Вклад объектов пром-собственности в уставной фонд	3	1	4	5	12	15
Соглашения на передачу программных средств	1	5	10	11	13	22
ВСЕГО по области	38	34	63	75	80	101

Как видно из данных, приведенных в таблице в анализируемом периоде инновационные процессы проходили очень слабо, и не могли удовлетворять потребности жителей области в современных товарах и услугах, а на самих предприятиях очень слабо развивались производственные технологии, что, в конечном счете, превращало экономику и не только области из экономики промышленного производства, в экономику торговли.

Государственная инновационная политика является неотъемлемой частью государственной социально-экономической политики Свердловской области. Она призвана обеспечить усиление позиций региона на мировых и отечественном рынках сырья и технологий, в том числе за счет активного импортозамещения.

Основные направления, приоритеты и этапы реализации инновационной стратегии определяются потребностями экономики Свердловской области и наличием инвестиционных ресурсов.



Рисунок 1 – Приоритетные направления развития промышленности с позиции инновационной политики (в%) [2]

В настоящее время разработана концепция развития инновационной деятельности в Свердловской области на период до 2020 года. Основная идея данной концепции – совершенствовать инновационную политику Свердловской области. Выведение инновационной деятельности на более высокий уровень [4]

Использованные источники:

1. О государственной поддержке субъектов инновационной деятельности в Свердловской области [Электронный ресурс]: Федеральный закон РФ от 28 сентября 2010 г. N 244-ФЗ.-Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>;
2. Концепция развития инновационной деятельности в Свердловской области на 2004-2014г [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 21 ноября 2014 г. N 365-ФЗ. - Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>;
3. Иванова Е.Н. Общие подходы к формированию региональной инновационной политики: Материалы международного форума "Инновационные технологии и системы" [Текст] Е.Н. Иванова. - Минск: ГУ "БелИСА", 2013. - 156 с.
4. Исмаилов Т. А., Гамидов Г. С. Инновационная экономика - стратегическое направление развития России в XXI веке [Текст] Т.А.Исмаилов, Г.С.Гамидов, Инновации. - 2014. - № 1. - С. 34-38.
5. Марамыгин М.С., Бобов А.А. Экономическая природа комплексных инновационных инвестиций // [Текст] Управленец. 2015. № 6 (58). С. 25-27.

*Батенева Е.А.
студент 4 курса*

*Уральский государственный экономический университет
Россия, г. Екатеринбург*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Калининградская область- это субъект Российской Федерации, самая западная часть страны. Расположена в Центральной Европе. На юге граничит с Польшей, на севере и востоке — с Литвой. На западе омывается Балтийским морем и его заливами — Куршским и Вислинским.

ВРП на душу населения от российского в Калининградской области имеет тенденцию к повышению. Из этого можно сделать вывод, что доля промышленных производств увеличивается, что благоприятно сказывается на экономике области. Об этом также говорит увеличение доли в промышленном производстве обрабатывающих производств, данный показатель также имеет тенденцию к повышению.

Показатель	Пороговое Значение	2011	2012	2013	2014
ВРП на душу населения от российского	Не менее 100%	95,8	96,5	95,6	-
Доля в промыш. произв-е обраб. производств	Не менее 70%	71,2	71,4	72,3	72,6



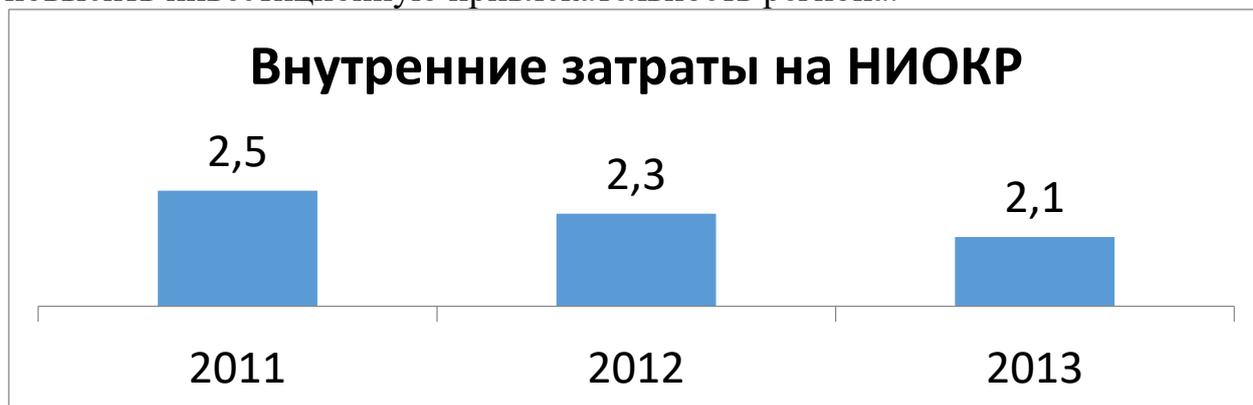
Степень износа основных фондов с каждым годом возрастает, но находится в пределах допустимой нормы, причем по видам деятельности самый большой износ фондов имеет такой вид деятельности, как добыча природных ископаемых. Данный вид деятельности превышает пороговое значение на 5,4 %, что говорит о необходимости проведения политики в области износа основных фондов, в целях снижения тенденции износа.



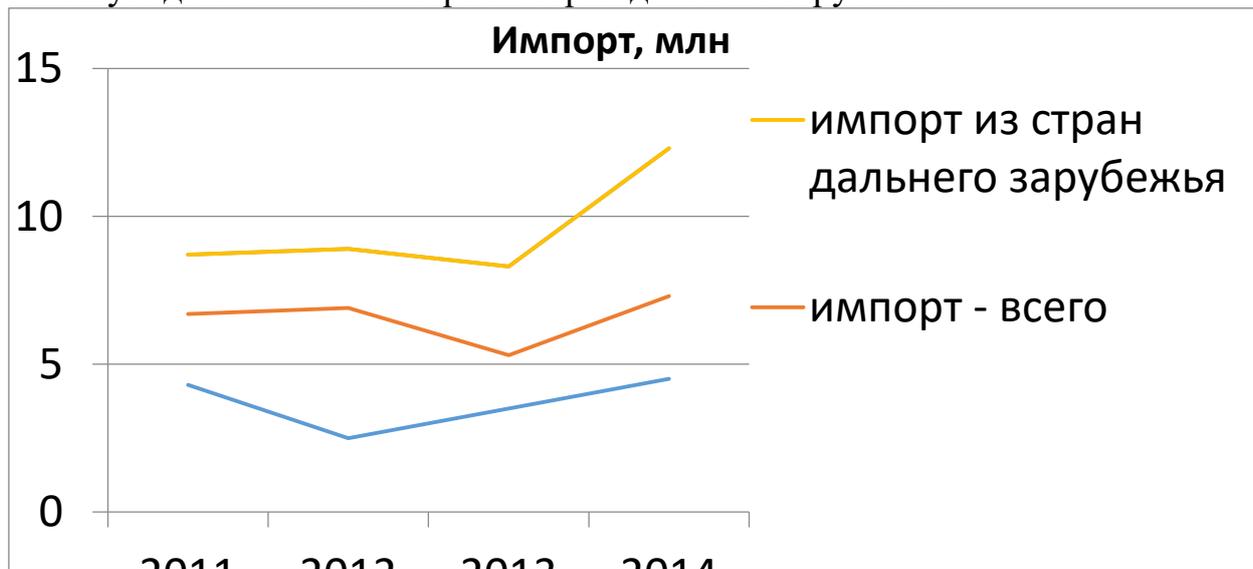
А вот доля инвестиций в ВРП находится в норме лишь в одном виде деятельности- транспорт и связь. Данный показатель превышает пороговое значение на 8,8%. Из этого следует сделать вывод, что нужно повышать инвестиционную привлекательность региона.



Доля расходов на НИОКР в ВРП находится в норме, и на протяжении трех последних лет превышает пороговое значение, что свидетельствует о больших затратах на новые разработки, которые в последствии могут повысить инвестиционную привлекательность региона.



Доля в импорте продуктов питания находится в норме, причем самую большую долю имеет импорт из стран дальнего зарубежья.



А вот доля населения с доходами ниже прожиточного минимума растет с такими оборотами, что превышает пороговое значение в 2, а то и в 2,5 раза.

Данный анализ говорит о том, что необходима срочная поддержка со стороны государства таким слоям населения.

Показатели	Пороговое Значение	2011	2012	2013	2014
Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума	Не более 7%	18,3	16,1	16,5	17,7

Такие показатели, как уровень безработицы, условный коэффициент депопуляции и уровень преступности находятся в норме, ниже допустимого значения и имеет тенденцию к снижению. Это говорит о эффективной социальной политике государства.

Показатели	Пороговое Значение	2011	2012	2013	2014
Уровень безработицы	Не более 8%	7,4	6,8	6,2	5,9
Условный коэффициент депопуляции	Не более 1	0,96	0,84	0,73	0,76
Уровень преступности	Не более 5 тыс.	2374	2298	1943	1730

Из всего мною сказанного можно сделать вывод, что для улучшения экономического состояния Калининградской области нужно принять такие меры, как: Обеспечение поддержки слоям населения, чьи доходы не достигают прожиточного минимума, проведение политики по улучшению демографического состояния области, увеличение доходов населения и развитие инвестиционной активности хозяйствующих субъектов.

Баунова Е.В.
студент магистратуры 1 курса
направление подготовки «Экономика»
Рязанский государственный радиотехнический университет
Россия, г. Рязань

ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ СВЕТО-ПРОЗРАЧНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

Данная статья посвящена рассмотрению конкурентных преимуществ пяти сил М. Портера. Актуальность статьи обуславливается

необходимостью повышения конкурентоспособности в современных условиях. Так как для разработки эффективной сбытовой стратегии необходимо проследить динамику рынка. Мною были рассмотрены основные характеристики анализа конкурентоспособности организации М. Портера.

Ключевые слова: конкуренция, поставщик, потребитель, товары заменители, конкуренты.

This article deals with the competitive advantages of the five M. Portera forces. The relevance of the article is caused by the need to improve competitiveness in the modern world. So how to develop an effective marketing strategy is necessary to trace the dynamics of the market. Me were the basic characteristics of the analysis of the competitiveness of the organization M. Portera.

Keywords: competition, vendor, consumer, goods, substitutes, competitors.

Изделия из ПВХ стали закрепляться на отечественном рынке с начала 2000-х и сегодня завоевали достаточно высокий спрос среди населения. Конечно, самыми массовыми и распространенными стали профили из поливинил-хлорида (ПВХ) для производства окон.

В 2014 году объем продаж составлял 47,4 млн.кв.м., в 2015 он сократился до 36 млн.кв.м., и производителям приходится искать новые пути сбыта и оптимизировать свои затраты. По данным на конец прошлого года, у нас в стране работали 5 862 компании, которые занимаются изготовлением оконного профиля [3].

В условиях сложившейся ситуацией на рынке ПВХ-профилей, для которой характерна высокая степень динамизма и неопределенность факторов внешней среды, в целях поддержания высокого уровня конкурентоспособности предприятиям необходимо периодическое проведение анализа внешней среды.

Наиболее популярными способами маркетинговых исследований у отечественных компаний является анализ конкурентных преимуществ по М.Портеру. Он представляет собой анализ конкурентов как существующих, так и новых, предпочтения потребителей, анализ поставщиков, а так же анализ товарного ассортимента [1].

Рассмотрим более подробно конкурентные преимуществ для рынка ПВХ-конструкций.

Анализ появления новых конкурентов в отрасли показал высокий уровень появления новых организаций в отрасли. Это связано с тем, что капитальные издержки входа в отрасль сравнительно невелики, поэтому появляется большое количество новых фирм.

Анализ поставщиков выявил необходимость постоянных поставщиков, поскольку компоненты и рецептура у всех производителей незначительно различаются друг от друга. Основным материалом для производства профилей из поливинилхлорида являются гранулы ПВХ, а также красители, стабилизаторы, мел. Крупные предприятия в процессе изготовления много внимания уделяют стабилизации пластика, повышению его

формоустойчивости.

Объем продаж на рынке ПВХ в значительной степени зависит от потребности потребителей. Поэтому необходим регулярный мониторинг потребностей потенциальных клиентов. По мнению многих специалистов, объективный рейтинг потребительских предпочтений по пластиковым окнам сделать очень сложно: критериев выбора у каждого клиента могут быть самыми разными.

В целом производители ПВХ-профиля, разделяют свой ассортимент на профили:

- стандарт-класса (экономичный вариант по приемлемой цене);
- профили бизнес-класса (достижение каких-то специфических свойств);
- «эксклюзивные профили ПВХ» (рекордные характеристики по тепло- и звукоизоляции).

Следуя тенденциям рынка, производители ПВХ-профилей периодически обновляют линейку предлагаемых профильных систем, модернизируя уже имеющиеся варианты либо выпуская на рынок совершенно новый продукт.

Сегодня в России действуют четыре основных производителя ПВХ, их суммарные производственные мощности - 970 тыс. т/год (940 тыс. т - ПВХ-С, 30 тыс. т - ПВХ-Э). Средняя загрузка мощностей российских производителей ПВХ в 2015 г. составила 84% (в прошлом году этот показатель был на уровне 93%). По итогам 2015 г. ни один из сегментов потребления ПВХ не показал роста. Сокращение же - в зависимости от области применения - составило от 2% до 25%. В структуре потребления основная часть приходится на сегмент профильно-погонажных изделий и оконных профилей (54%) [2].

На рынке СПК для изделий ПВХ выделяют следующие товары-субституты: СПК из деревянного бруса; СПК из дерева («столярка» для первичного остекления); СПК из «холодного» алюминия; СПК из «теплого» алюминия; прочие СПК.

Клиент, анализируя продукцию различных отраслей, ожидает следующего расположения товаров по цене. Самым дешевым вариантом является установка простых деревянных окон, имеющих меткое название «столярка». Более дорогим вариантом является остекление «холодным» алюминием, который часто используется для остекления балконов и лоджий. Далее следуют окна из ПВХ. Более дорогой вариант остекления - это окна из клееного трехслойного бруса из сосны и лиственницы. За ними следует остекление из «теплого» алюминия. На вершине стоимости располагаются СПК из клееного трехслойного бруса из ценных пород дерева. В случае, когда средние цены по различным рынкам начинают сближаться, клиент достаточно просто переключается на потребление более дорогого продукта [5].

По прогнозам Независимого отраслевого центра О.К.Н.А. Маркетинг на рынке ПВХ-конструкций существует три сценария развития рынка до 2020

года.

- пессимистичному прогнозу — сокращение составит 20%.
- среднему сценарию — рынок окон сократится на 15%.
- оптимистичному варианту — рынок сожмется лишь на 10%.

По предварительным прогнозам, к 2020 году производство ПВХ-конструкций может сократиться вдвое[4].

Использованные источники:

1. Michael E. Porter. «The Five Competitive Forces that Shape Strategy», Harvard Business Review, January, 2008/.
2. Министерство экономического развития Российской Федерации - <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depmb/20151216>
3. Федеральная служба государственной статистики - <http://www.gks.ru>
4. Портал о пластиковых окнах «Окна Медиа» - <http://www.oknamedia.ru/spage-publish/section-article/year-2016/month-5.html/>
5. Пластиковые окна. Виды пластиковых окон - http://elport.ru/articles/plastikovyye_okna_vidyi_plastikovyih_okon.

*Баитовой Е.А.
студент 3 курса*

*Харченкова Г.И., к.техн.н.
доцент*

*Амурский государственный университет
Россия, г. Благовещенск*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «АВТОКОЛОННА 1275»

В статье предоставлены результаты исследования мероприятий по транспортному предприятию «Автоколонна 1275»

Ключевые слова: SWOT анализ, метод планирования.

IMPROVING THE EFFICIENCY OF TRANSPORT ENTERPRISES "AVTOKOLONNA 1275"

The paper presents the results of research activities for the shipping company "Avtokolonna 1275"

Keywords: SWOT analysis, planning method.

Муниципальное предприятие «Автоколонна 1275» - транспортное предприятие, занимающаяся перевозкой населения на территории Амурской области. Предприятие расположено на территории площадью 5,5 га., на которой находится: профилакторий автомобилей, законсервированная котельная, механическая мойка автобусов, склад материалов, стоянка хозяйственных машин, 5 теплых автостоянок из металлоконструкций, административно – производственное здание. Муниципальное предприятие

«Автоколонна 1275» зарегистрировано Межрайонной инспекцией МНС России №1 по Амурской области 7 декабря 1992 года.

По данным анализа хозяйственно-финансовой деятельности за 2015 год МП «Автоколонна 1275», проведем анализ динамики перевозок пассажиров за 2013-2015 г.

Таблица 1 – Динамика перевозок пассажиров МП «Автоколонна 1275» за 2012-2014 г.

Год	Перевезено пассажиров, тыс. чел.	Абсолютный прирост, тыс.чел.		Темп роста, %	
		цепной	базисный	цепной	базисный
2013	10432,8	-	0	-	100
2014	8928	-1504,8	-1504,8	86	86
2015	8189,8	-738,2	-2243	92	79

В таблице 1 четко просматривается отрицательная динамика перевозок пассажиров МП «Автоколонна 1275».

Численность работников основной деятельности предприятия составляет 420 человек. Из основной численности работников предприятия выделяют рабочих (358 человек) и служащих (62 человека). К рабочим относятся: водители, кондуктора, ремонтные рабочие, вспомогательные рабочие. К служащим относятся: директор, бухгалтера, главный инженер, заместитель по коммерческой работе и т.д.

Проведем анализ численности работников муниципального предприятия «Автоколонна 1275» за 2012-2014 г.

Таблица 2 – Анализ динамики численности работников муниципального предприятия «Автоколонна 1275» за 2012-2014 г.

Численность работников основной деятельности	Численность работников, чел.			Удельный вес, %			Абсолютное отклонение, чел.		Темп прироста, %	
	2013 год	2014 год	2015 год	2013 год	2014 год	2015 год	2014 г. к 2013 г.	2015 г. к 2014 г.	2014 г. к 2013 г.	2015 г. к 2014 г.
Всего работников	491	453	420	100	100	100	-38	-33	-7,74	-7,28
В том числе:										
Служащие	62	62	62	12,63	13,69	14,76	0	0	0	0
Рабочие	429	391	358	87,37	86,31	85,24	-38	-33	-8,86	-8,44
К рабочим относятся:										
Водители	193	180	161	39,30	39,73	38,33	-13	-19	-6,74	-10,56
Кондуктора	155	134	126	31,57	29,58	30,00	-21	-8	-13,4	-5,97

									6	
Ремонтные рабочие	54	49	45	11,00	10,82	10,71	-5	-4	-9,26	-8,16
Вспомогательные рабочие	27	28	26	5,50	6,18	6,19	1	-2	3,70	-7,14

В таблице 2 четко просматривается отрицательная динамика численности работников МП «Автоколонна 1275».

Проведем SWOT анализ Муниципального предприятия «Автоколонна 1275». После определения сильных, слабых сторон транспортного предприятия, а также возможностей и угроз, необходимо определить возможные мероприятия развития, стратегии организации с учетом попарного взаимодействия сильных сторон для расширения возможностей; преодоление слабых сторон, используя имеющиеся возможности; используя сильные стороны избежать угроз; преодолеть слабые стороны, чтобы избежать угроз.

SWOT анализ МП «Автоколонна 1275»

Для определения стратегий транспортного предприятия выявим его сильные, слабые стороны, а также угрозы и возможности.

К сильным сторонам Муниципального предприятия относят:

- Транспортное предприятие осуществляющее перевозку населения по плановым графикам движения маршрутов относится к муниципальной собственности и подчиняется комитету по управлению имуществом администрации города Благовещенска;

- Постоянный спрос на предоставляемые услуги транспортного предприятия.

К слабым сторонам транспортного предприятия относят:

- На протяжении нескольких лет происходит сокращение количества маршрутов;

- Устаревший транспортный автопарк;

- Оборудование для ремонта автотранспортных средств на базе транспортного предприятия устарело.

К возможностям Муниципального предприятия относят:

- Обновление технического автопарка предприятия;

- Улучшение комфорта для пассажиров в автобусах;

К угрозам транспортного предприятия относят:

- Банкротство транспортного предприятия

- Появление конкурентов на рынке

Мероприятия, которые необходимо провести, чтобы использовать сильные стороны для расширения возможностей. SO – стратегия:

- Разработка новых маршрутов

- Увеличение ассортимента предоставляемых услуг

- Обновление транспортного автопарка предприятия

- Оборудование автобусов удобными сидениями

- Установка теплых остановок

Мероприятия, которые необходимо провести, чтобы преодолеть

слабые стороны, используя имеющиеся возможности. WO – стратегия:

- Повышение квалификации работников предприятия, путем проведения психологических тренингов с работниками предприятия
- Обновление оборудования для ремонта транспортных средств

Мероприятия, которые используют сильные стороны, чтобы избежать угроз. ST – стратегия:

- Оборудование автобусов турникетами
- Поиск надежных поставщиков
- Продажа проездных карточек в киосках

Мероприятия, которые позволяют преодолеть слабые стороны, чтобы избежать угроз. WT – стратегия:

- Поиск дополнительных доходов
- Проведение маркетинговых акций

Низкая эффективность муниципального предприятия «Автоколонна 1275» диктует необходимость поиска путей повышения эффективности существующих. Исходя из данных SWOT анализа были выявлены сильные и слабые стороны, возможности и угрозы предприятия, а также стратегии развития транспортного предприятия. Одной из наиболее эффективных стратегий для развития муниципального предприятия является оборудование общественного транспорта турникетами.

Для реализации данной стратегии воспользуемся экономическим методом планирования. Для этого необходимо определить основные составляющие: перечень проводимых мероприятий, время реализации.

Чтобы разобраться с перечнем проводимых мероприятий, определить время реализации, потребность в персонале используем метод сетевого планирования (анализа).

Для реализации управленческого решения проводятся следующие мероприятия:

- А. Определение марки, цены турникетов
- В. Поиск надежных поставщиков - завод изготовитель турникетов, а также ж/д компании
- С. Подготовка документации, оформление договоров купли-продажи, транспортировки оборудования по ж/д путям
- Д. Проверка исправности оборудования
- Е. Оплата денежных средств заводу изготовителю за оборудование
- Ф. Погрузка оборудования в контейнера
- Г. Транспортировка оборудования по железнодорожным линиям
- Н. Выгрузка оборудования
- І. Повторная проверка исправности турникетов
- Ј. Оборудование турникетами общественного транспорта

Вышеперечисленные мероприятия расположены в прямой последовательности их выполнения. Далее задаем сроки выполнения мероприятий. Представим порядок и сроки выполнения процесса внедрения нового оборудования в таблице 3.

Таблица 3– Порядок и сроки выполнения процесса оборудования турникетами общественного транспорта муниципального предприятия

№	Наименование операции	Предшествующая операция	Время, дни
A	Определение марки, цены турникетов	-	2
B	Поиск надежных поставщиков - завод изготовитель турникетов, а также ж/д компании	-	1
C	Подготовка документации, оформление договоров купли-продажи, транспортировки оборудования по ж/д путям	A,B	1
D	Проверка исправности оборудования	C	7
E	Оплата денежных средств заводу изготовителю за оборудование	D	7
F	Погрузка оборудования в контейнера	E	2
G	Транспортировка оборудования по железнодорожным линиям	F	10
H	Выгрузка оборудования	G	2
I	Повторная проверка исправности турникетов	H	3
J	Оборудование турникетами общественного транспорта	I	40
Итого:			74

Наибольшее время займет оборудование турникетами общественного транспорта.

Построим сетевой график по оборудованию общественного транспорта турникетами, определим, сколько времени займет вся работа; какие операции являются критическими (то есть, не имеют резерва времени и не могут быть выполнены в другое время); какие операции имеют резерв и можно ли изменить сроки их выполнения.

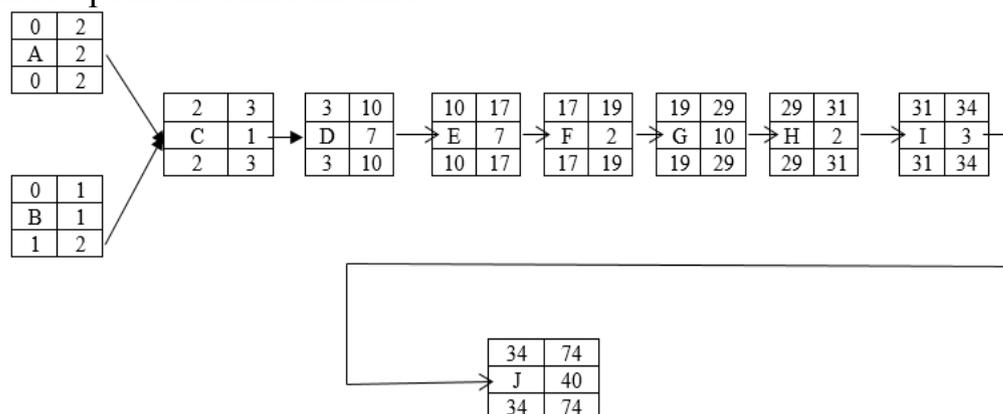


Рисунок 1 – Сетевой граф

На рисунке 1 представлен сетевой граф. На сетевом графе выделен критический путь, который проходит через операции D, E, F, G, H, I, J. Данные операции не имеют резерва времени и должны выполняться в первую очередь. Таким образом, длительность процесса составит 74 дня. Мероприятия, имеющие резерв времени - B (1 день).

При выполнении операций возможны трудности или задержки. Это связано с тем, что обычно сроки выполнения операций являются неопределенными. Для оценки такого риска как невыполнение работ в срок и определения оптимального времени на выполнение данных операций рассмотрим операции, которые подвержены неопределенности, зададим оптимистическое (а) и пессимистическое (b) время их выполнения, рассчитаем наиболее вероятное ожидаемое время. Для критических операций рассчитаем дисперсию. Расчетные данные представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Характеристика неопределенных операций

Операц ия	Продолжит ельность операции по графику (m), дней	Оптимистич еское время операции (a), дней	Пессимисти ческое время операции (b), дней	Ожидаемое время операции (t), дней $t=(a+4m+b)/6$	Дисперсия $\sigma^2 = \left(\frac{b-a}{6}\right)^2$
A	2	0,5	2	1,75	0,06
C	1	0,5	2	1,08	0,06
D	7	3	7	6,33	0,45
E	7	5	10	7,17	0,69
F	2	1	2	1,83	0,02
G	10	10	10	10	0
H	2	1	2	1,83	0,02
I	3	2	3	2,83	0,02
J	40	30	50	40	11,11

$\sigma_{\text{общ}}^2 = 0,06 + 0,06 + 0,45 + 0,69 + 0,02 + 0 + 0,02 + 0,02 + 11,11 = 12,43$, отсюда отклонение $\sigma = 3,52$.

Исходя из того, что продолжительность работ по сетевому графу составляет 74 дня, при наиболее благоприятных условиях срок совершенствования процесса составит 53 дня, при неблагоприятных условиях 88 дней.

Далее рассчитаем вероятность отклонения по таблице нормального распределения и определим величину риска, соответствующего оптимальному сроку выполнения операции. Расчет оптимального срока выполнения операций представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Расчет оптимального срока выполнения операций

t_i , дней	$Z = \frac{t_i - t_{\text{cp}}}{\sigma}$	$P(Z)$	Риски, %
70	0	0,5	50
72	0,57	0,2841	28
74	1,13	0,0934	9
76	1,70	0,0432	4
78	2,27	0,0236	2

Исходя из расчетных данных, построим график рисков, на котором укажем оптимальный срок реализации управленческого решения по совершенствованию процесса внедрения новых услуг.

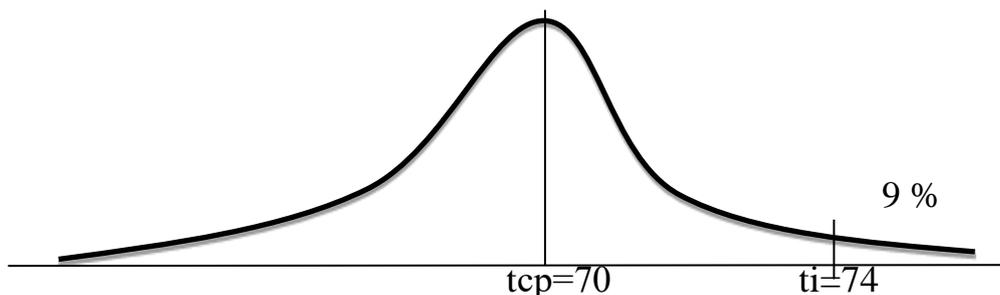


Рисунок 2 – График рисков

На рисунке 2 видно, что оптимальный срок реализации управленческого решения транспортного предприятия составляет 74 дня с риском 9%.

Для определения эффективности предлагаемого мероприятия «оборудование общественного транспорта турникетами» проанализируем ситуацию до и после внедрения турникетов.

Для начала рассмотрим ситуацию до внедрения управленческого решения по оборудованию турникетами транспортных средств муниципального предприятия «Автоколонна 1275».

По данным анализа хозяйственно-финансовой деятельности за 2015 г. МП «Автоколонна 1275» численность кондукторов составила 126 человек. Среднемесячная заработная плата кондукторов составляет 18320 рублей. Таким образом ежемесячные затраты на содержание кондукторов равны произведению количество кондукторов на среднемесячную заработную плату – 2308320 рублей, а в год данные затраты составят 27699840 рублей.

Рассмотрим ситуацию после оборудования турникетами общественного транспорта. Турникеты для общественного транспорта выполняют несколько задач: в первую очередь необходимо сказать об ограничении доступа в салон того или иного вида общественного транспорта. Кроме того, подобные турникеты осуществляют учет количества прохождений посетителей за одну определенную единицу времени. Также турникеты для общественного транспорта при необходимости смогут стать очень эффективным инструментом статистики. Благодаря такому инструменту можно безо всяких проблем определить, какое именно количество человек предпочитает пользоваться тем или иным видом общественного транспорта. Это в свою очередь позволяет определиться с количеством необходимых билетов, которые необходимо заказать транспортной компании.

Турникеты для общественного транспорта помогают собрать важную информацию относительно популярности того или иного маршрута движения. Поэтому предприятия, на балансе которых состоит общественный транспорт, смогут при необходимости запускать новые маршруты и корректировать уже имеющиеся.

Купить турникеты для общественного транспорта предельно просто, в особенности, если учесть их высокую популярность со стороны транспортных компаний. В нашем случае отдавая предпочтение отечественным

производителям выбор пал на **Турникет Ростов Дон Т8М1**, стоимость которого составила около 40000 рублей. По данным пояснительной записки к отчету на 2015 г. МП «Автоколонна 1275» по состоянию на 31.12.2015 г. в ГИБДД зарегистрировано 116 единиц транспорта, из них автобусов всех марок - 105 единиц. Таким образом приобретение турникетов Ростов Дон Т8М1, для общественного транспорта МП «Автоколонна 1275» составит 4200000 рублей.

Таблица 6 - Затраты на первый год в процессе реализации управленческого решения «Оборудование автобусов турникетами»

Вид затрат	СУММА за месяц, руб.	Общая сумма, руб.
Затраты заработных плат кондукторов за 3 месяца	2308320	6924960 (за 3 месяца)
Затраты за приобретённые турникеты	-	4200000
Затраты за доставку турникетов (2,1м ³) ж/д транспортом	-	65751
Обслуживание турникетов за 9 месяцев	157500	1417500
Итого:		12608211

Подводя итог между двумя ситуациями наиболее выгодным, а значит эффективным предложением является оборудование общественного транспорта турникетами. Экономия денежных средств составит около 15091629 рублей в первый год реализации управленческого решения.

Использованные источники:

1. Альбеков, А.У. Проблемы логистики торговли средствами производства. Ростов-на-Дону: РГЭА, 2003.
2. Баринов, В.А. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / В.А. Баринов, В.Л. Харченко. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 285 с.
3. Голиков, Е.А. Маркетинг и логистика. М.: Издательский дом «Дашков и К», 2002.
4. Репина, Е.А. Основы менеджмента: Учебное пособие / Е.А. Репина, М.А. Чернышев, Т.Ю. Анопченко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, Академцентр, 2013. - 240 с.
5. Романов, Е.В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Е.В. Романов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 160 с.

*Беккер А.Э.
студент гр. БЭс-151, 1 курс*

*Марков М.А.
студент гр. БЭс-152, 1 курс*

*Шутько Л.Г., к.э.н.
научный руководитель, доцент*

*Кузбасский государственный технический университет
Россия, г. Кемерово*

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация: В данной статье будут рассмотрены проблемы экономической безопасности, которые могут возникнуть на уровне предприятия. Также, в статье будет рассмотрена политика ОАО «Газпром», ООО «Макдональдс» и ОАО «СУЭК» в отношении обеспечения экономической безопасности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, угрозы экономической безопасности предприятия, проблемы экономической безопасности предприятия, ОАО «Газпром», ООО «Макдональдс», ОАО «СУЭК».

Экономическая безопасность является состоянием какого-либо хозяйствующего субъекта, которое характеризуется наличием стабильного дохода и других ресурсов, которые способствуют поддержанию уровня жизни на текущий момент и в обозримом будущем[1].

Если рассматривать понятие «экономическая безопасность» на уровне предприятия, то данное понятие включает в себя не только внутреннее состояние предприятия, но влияние, оказываемое со стороны внешней среды, т.е. оказываемое со стороны сторонних субъектов, с которыми предприятие вступает во взаимодействие.

Экономическая безопасность предприятия является состоянием наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения стабильного функционирования предприятия в настоящее время и в будущем[2].

Экономическая безопасность предприятий в Российской Федерации в наше время сильно осложнена особенностями становления и развития рыночных отношений, существующим положением в российском законодательстве, повсеместно распространенной коррупцией, ростом организованной преступности. Криминальными элементами получены широкие возможности для получения неконтролируемых доходов, легализации преступно нажитого капитала, отмывания средств и их перераспределения. По данным Министерства Внутренних Дел Российской Федерации, объем теневой экономики в России составляет 45% от ВВП страны, что в значительной степени больше, чем в большинстве зарубежных стран[2].

Для обеспечения экономической безопасности на уровне предприятия важно рационально оценивать внутренние и внешние угрозы безопасности

предприятия. Внутренними угрозами экономической безопасности предприятия могут оказаться недостаточная квалификация работника для корректного выполнения им занимаемой должности на предприятии, что может привести к снижению качества и количества производимого товара, и, как следствие, снижение конкурентоспособности продукции предприятия в отношении других предприятий. Также к внутренним угрозам относятся и неисправность оборудования, что, также как и недостаточная квалификация работника, может привести к снижению конкурентоспособности производимой продукции. Внешними угрозами экономической безопасности предприятия может быть утечка информации о нововведениях предприятия или же о проектах новых товаров, что может быть использовано конкурирующим предприятием для того, чтобы «обогнать» предприятие, потерпевшее утечку информации, и получить большую выгоду, отобрав у того предприятия большую часть доходов, оставшись безнаказанным. Кроме того, внешней угрозой может служить и введение более успешной политики ведения продаж конкурирующим предприятием, что приведет к большей привлекательности продукции конкурирующей продукции для потребителей, чем продукция данного предприятия.

Успешное обеспечение экономической безопасности предприятия также производится путем проведения периодической разведки в местах ведения деятельности конкурирующими предприятиями. Это может дать свои плюсы, например, есть возможность получения информации вследствие утечки информации у другого предприятия либо есть возможность проанализировать и предугадать политику ведения деятельности предприятия, вследствие чего можно организовать, к примеру, ценовую политику, более выгодную потребителям, чем ценовая политика конкурентов.

Также важно проанализировать платежеспособность и деловую репутацию партнеров, с которыми работает предприятие, с целью гарантировать обеспечение качественного выполнения договоренностей партнерами. Некачественное и несвоевременное выполнение партнерами договоренностей, которые были оговорены между предприятием и партнером, может привести к убыткам предприятия, снижению доходов предприятия, и, как следствие, высокой текучести кадров из-за невозможности предприятия выплачивать оговоренную заработную плату всем сотрудникам персонала.

Недостаточно эффективное управление предприятием как вне компании, ведя переговоры с потенциальными поставщиками, к примеру, так и внутри компании, которое заключается в распределении работников по предназначенным им должностям, организация работы сотрудников в команде для обеспечения высокой производительности труда, когда добиться высокой производительности поодиночке не может быть возможным.

Важным составляющим обеспечения экономической безопасности предприятия также является и наблюдение за деятельностью каждого сотрудника персонала и, если нужно, помощь или стимулирование

сотрудника для достижения той или иной цели. Также важно и следить за исправностью технологического оборудования и периодически ремонтировать оборудование, а, если это нужно, и заменять устаревшее оборудование на новое, более технологически обеспеченное и более продвинутое.

Конфиденциальная информация очень важна для предприятия, и, если позволить конкурентам заполучить ее, то можно потерпеть убытки. Например, если предприятие машиностроительного сектора экономики разрабатывает проект новой машины, которая будет более модифицирована, чем машины нынешних поколений, и информация о сущности этого проекта будет получена конкурентами, тогда конкурент сумеет в короткие сроки произвести эту машину и запатентовать ее на свое имя, получив большие выгоды вследствие этого. Предприятие, изначально разрабатывавшее этот проект, может ничего не получить и даже может не узнать об утечке до дня, когда конкурент запатентует машину.

Итак, проблемами экономической безопасности предприятия являются возможная утечка информации, некачественное и несвоевременное выполнение договоренностей партнерами в отношении предприятия, недостаточная квалификация работника для занимаемой им должности, негативное воздействие на предприятие со стороны конкурентов, ведение менее выгодной, чем конкуренты, ценовой политики, недобросовестное выполнение сотрудниками предприятия сих должностных обязанностей и др.[2].

Для примера, приведем меры, которые применяются тремя компаниями: ОАО «Газпром», ООО «Макдональдс», ОАО «СУЭК» для обеспечения экономической безопасности своего предприятия (компании).

В ОАО «Газпром» руководителями были прописаны меры по противодействию мошенничеству, коррупции, хищениям и конфликтам интересов, которые также опубликованы на официальном сайте Общества. В Обществе действует «Кодекс корпоративной этики», согласно которому в целях предотвращения ситуаций конфликта интересов Кодекс содержит ряд ограничений, среди которых ограничения, связанные с совместной работой родственников, связанные с участием работников в компаниях-конкурентах и в выборных органах государственной власти, связанные с приемом подарков, связанные с использованием работниками ресурсов компании в личных целях. Положения, определенные в Кодексе обязательны для выполнения всеми работниками Компании без исключений[3].

В ООО «Макдональдс» действуют свои правила, которые запрещают распространять конфиденциальную информацию (запрет обсуждения полученной конфиденциальной информации с сотрудниками компании, у которых нет необходимости знать такую информацию, запрет передачи конфиденциальной информации кому бы то ни было за пределами компании), запрещают распространять информацию о личных данных сотрудников компании или же посетителей. Также не приветствуется распространение

ценной информации о конкурентах и поставщиках Компании, к чему также применен ряд правил, одно из которых - «уважать права собственности других, включая патенты, авторское право и торговую марку»[4].

Для обеспечения предотвращения возможных хищений, в ОАО «СУЭК» действует программа по борьбе с хищениями и созданы подразделения для обеспечения действия этой программы, среди которых «Кадровая служба», «Управление безопасности», «Служба внутреннего аудита», «Эксперты в области производственных процессов», «Блок по стандартизации систем менеджмента и производственной безопасности», «Служба коммуникации». Кроме того, в Обществе предприняты меры по обеспечению предотвращения хищений на предприятии, и, согласно политике организации в отношении этого, за предоставление информации о случаях хищения предоставившему эту информацию будет выплачена значительная сумма в вознаграждение, вне зависимости от значимости этой информации[5].

Использованные источники:

1. Экономическая безопасность [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Экономическая_безопасность (Дата обращения 29.05.16);
2. Экономическая безопасность функционирования предприятия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://5fan.ru/wievjob.php?id=3085> (Дата обращения 29.05.16);
3. ОАО «Газпром»: Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru> (Дата обращения 01.06.2016);
4. ООО «Макдональдс»: Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.mcdonalds.ru> (Дата обращения 01.06.2016);
5. ОАО «СУЭК»: Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.suek.ru/about/> (Дата обращения 01.06.2016).

*Белова О.И.
магистрант*

*ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г.В. Плеханова»*

Россия, г. Москва

ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В РЕГИОНАХ

Высокие темпы развития внутреннего туризма способствуют развитию региональной гостиничной индустрии. В связи с этим данная статья направлена на определение того, что мешает развитию гостиничной индустрии. Автором проведена систематизация проблем развития гостиничной индустрии как на уровне Российской Федерации, так и на региональном уровне.

Ключевые слова: гостиничная индустрия, стратегия, региональная инфраструктура, стратегическое развитие

High rates of domestic tourism growth are caused by the application of

strategic approach to the regional hospitality industry development. In this context this article touches upon the identification of what factors slow down the hospitality industry development. The author systemized the hotel industry development problems both on the federal and regional levels.

Keywords: hotel industry, strategy, regional infrastructure, strategic development

По данным ЮНВТО, на сегодняшний день количество туристов в мире увеличивается на 10% ежегодно, однако в России ситуация другая: темпы роста намного ниже. [5]. Экономический кризис негативно повлиял на туризм, но вместе с отрицательными факторами есть и положительные тенденции, связанные с развитием внутреннего туризма в Российской Федерации. Следствием этого стало повышение актуальности проблем стратегического развития гостиничной индустрии в регионах. Стремительное развитие гостиничной индустрии в регионах связано с рядом факторов: сложившаяся геополитическая ситуация, снижение платежеспособности населения, опасения туристов при выезде за границу, связанные с нестабильностью курса валют.

В данной статье под понятием «гостиничная индустрия» подразумевается процесс по бытовому обслуживанию клиентов в гостинице и других средствах размещения. [1, с. 18].

Последние десять лет гостиничный бизнес в России стремительно развивается, так как внутренний туризм стал приоритетным направлением для российской экономики. [2]. Далее автором статьи на рисунке 1 представлены результаты анализа развития гостиничной индустрии в РФ, в том числе в отдельных регионах.

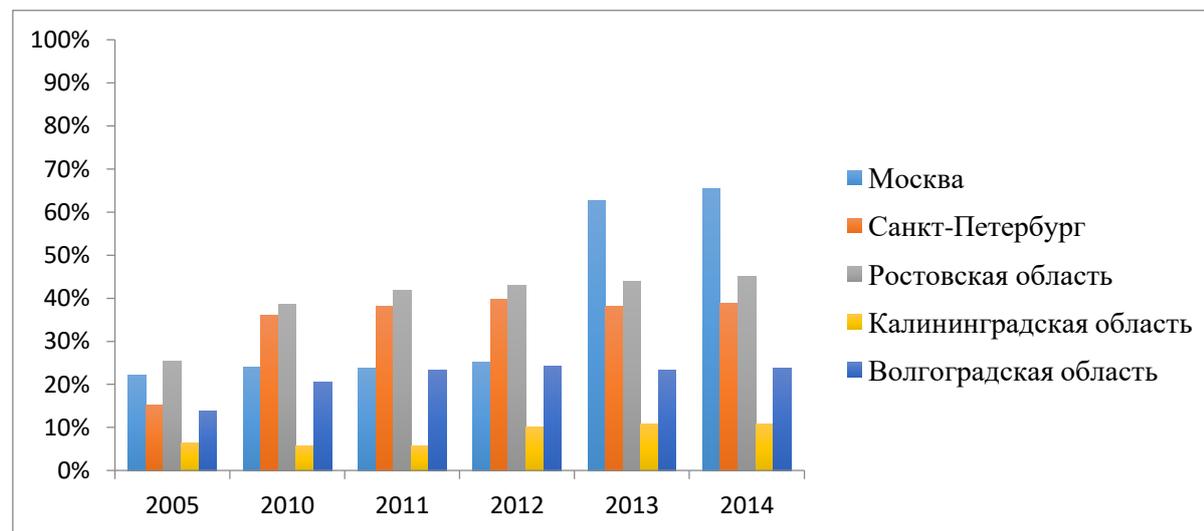


Рис.1. Динамика роста номерного фонда в г. Москва, г. Санкт-Петербург, Ростовской, Калининградской и Волгоградской областях за 2005-2014 гг.

На основании данных рисунка 1 можно сделать вывод о том, что гостиничный рынок Москвы и Санкт-Петербурга растет в среднем на 20% в год. По данным Росстата, лидерами по количеству коллективных средств

размещения являются город Москва и город Санкт-Петербург, на которые приходится около 70% всего оборота гостиничного рынка России. [6]. Однако в связи с развитием внутреннего туризма в России с каждым годом соотношение меняется в пользу регионов.

В указанных регионах произошло замедление темпов прироста номерного фонда в 2012 году. Согласно статистическим данным, на период с 2010-2012 гг. 44,5% всего номерного фонда России приходилось на Москву, 39,5% - на Санкт-Петербург и всего 16% на другие регионы РФ. [8].

В результате проведенного исследования автором статьи было выявлено несколько групп проблем как на общероссийском, так и на региональном уровнях. Основные факторы торможения развития гостиничной индустрии связаны с несоответствием цены и качества предоставляемых услуг. Отечественные гостиницы уступают своим конкурентам по уровню обслуживания зачастую из-за низкого уровня подготовки кадров и острой нехватки качественного гостиничного фонда. Многие гостиницы не соответствуют своим категориям по уровню сервиса. Кроме этого, проблемы развития гостиничного рынка РФ обостряются устарелой материально-технической базой большинства объектов размещения.

Что касается проблем на региональном уровне, то стоит отметить наличие неразвитой гостиничной инфраструктуры, отсутствие эффективной региональной стратегии развития и нехватку квалифицированного персонала. Кроме этого, регионы не готовы вкладываться в развитие гостиничного бизнеса. На основе данных рейтингового агентства «Эксперт-РА» было выявлено, что Москва и Санкт-Петербург занимают лидирующие позиции по показателю предпринимательской активности. [4]. Это связано с тем, что в гостиничной индустрии достаточно долгий период окупаемости и нет достаточных гарантий возврата инвестиций в отличие от более приоритетных направлений таких как промышленность или сельское хозяйство.

Таким образом, для более эффективного стратегического развития гостиничного бизнеса в регионах РФ необходим комплексный подход с учетом факторов внутренней и внешней среды. Перспективным решением является создание туристских кластеров и свободных зон рекреационного предпринимательства (СЭЗ), где необходимо принять комплексные меры по созданию развитой гостиничной инфраструктуры, что будет содействовать улучшению инвестиционного климата и активизации предпринимательской активности в регионах.

Более того, для стимулирования инвестиционного климата в регионах необходима поддержка со стороны государства, которое должно осуществлять стратегическое планирование региональной инфраструктуры, а также предоставлять субсидии на развитие гостиниц, что будет способствовать повышению качества регионального гостиничного продукта. [3].

В довершение всего, важно уделить внимание совершенствованию

подготовки кадров для индустрии гостеприимства. Необходима разработка и реализация программ обучения и повышения квалификации специалистов в гостиничной сфере на основе лучших российских и зарубежных практик, что поможет повысить качество гостиничных услуг и, как следствие, увеличить привлекательность гостиничной индустрии в регионах. [7].

В заключении статьи можно сделать вывод, что стратегическое развитие гостиничной индустрии в регионах сталкивается с рядом проблем, которые невозможно устранить без комплексной поддержки со стороны государства. Предложенные выше рекомендации помогут повысить конкурентоспособность и привлекательность регионального гостиничного продукта.

Использованные источники:

1. Елканова Д.И., Осипов Д.А., Романов В.В., Сорокина Е.В. Основы индустрии гостеприимства. Учеб. пособие. –К.: Центр учебной литературы, 2010. – 248 с.
2. Обзор российского рынка гостиничных услуг. Режим доступа: http://www.marketcenter.ru/content/document_r_F34733B5-9B7E-478A-B159-2FC1A355C892.html
3. Официальный сайт компании Ernst&Young Global Limited. Режим доступа: <http://www.ey.com/>
4. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт-РА». Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/>
5. Официальный сайт Федерального агентства по туризму. Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/>
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
7. Портал гостиничного бизнеса Hotelline. Режим доступа: <http://hotelline.ru/>
8. Портал про гостиничный бизнес ProHotel. Режим доступа: <http://prohotel.ru/>

Белозеров В.С.
студент 2 курса
факультет сферы обслуживания и управления
Воронежский филиал
РЭУ им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Воронеж

СТРУКТУРА И ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ БИЗНЕС-ПЛАНА

Аннотация: В данной статье сформулировано представление о структуре бизнес-плана, дано краткое описание возможных разделов и спецификаций проекта.

Annotation: This article formulated an idea of the structure of a business plan, a brief description of the possible sections and project specifications.

Ключевые слова: бизнес-план, менеджмент, инвестиционные потоки, рентабельность предприятия.

В мировой практике подготовка бизнес-плана происходит на основе

стандартных требований к оформлению. В связи с этим разработана типовая структура бизнес-плана.

Содержание конкретного бизнес-плана зависит от специфики проекта, которая определяется рядом факторов: отраслевой направленностью проекта, размером предприятия, характером проекта, условиями финансирования.

Очевидно, что на содержание, характер и размер отдельных разделов влияет направление деятельности, указанное в проекте.

Оформление бизнес-плана начинается с подготовки титульного листа. Он должен сразу обеспечить информацию о том, где, когда и кем составлен данный документ. Здесь же указывается название проекта, которое должно кратко и четко формулировать идею, заложенную в бизнес-плане.

Резюме представляет собой краткий обзор бизнес-плана и является наиболее важным из разделов.

Резюме должно включать полное название, адрес и телефон предприятия - инициатора проекта, описание предприятия, его специфических черт, краткие сведения о квалификации управленческого персонала, долгосрочные и краткосрочные цели проекта, тактический план, краткую характеристику конъюнктуры рынка, преимущество продукции или услуг предприятия, ресурсы компании и ее финансовое состояние, совокупную стоимость проекта, потребность в финансировании, ключевые экономические показатели эффективности проекта.

Описание предприятия и отрасли имеет целью формирование у лиц, принимающих инвестиционные решения, четкого представления о предприятии как объекте инвестирования или возможном партнере при реализации инвестиционного проекта и должно включать в себя описание предприятия, его организационно-правовую форму, юридический и почтовый адрес, краткую экономико-географическую и историческую справку, уставный капитал предприятия, организационную структуру предприятия, структуру активов, характеристику материальных ресурсов, описание текущего состояния предприятия, анализ баланса, специализацию предприятия, долю рынка продукции, представляемой предприятием, потребителей продукции предприятия, их местонахождение и объемы потребления, позиционный анализ и, при необходимости, – согласие органов местной власти на реализацию проекта.

При описании продукции необходимо дать краткое описание потребительских свойств продукции, предлагаемой предприятием, а также результаты сравнительного анализа с аналогами на рынке.

Описание продукции включает в себя наименование изделия и его спецификацию, функциональное назначение и область применения, основные технические, эстетические и другие характеристики продукции, показатели технологичности и универсальности продукции, соответствие стандартам и нормативам, стоимостную характеристику, стадию развития, требования к продукции, возможности дальнейшего развития продукции, условия поставки продукции, преимущества продукции перед аналогами, экспортные

возможности продукции.

Планом маркетинга дается оценка рыночных возможностей предприятия.

При описании предполагаемого рынка сбыта продукции предприятия следует указать основные предприятия, работающие на рынке, продукцию конкурентов, отличительные характеристики предполагаемых рынков и сегментов рынков, размеры предполагаемого рынка, проникновение на рынок, важнейшие тенденции и ожидаемые изменения на основных предполагаемых рынках, второстепенные рынки и их основные характеристики, установление контактов с потенциальными покупателями, их готовность приобретать продукцию при различном уровне цен, предоставление информации покупателям, цикл покупок продукции потенциальными клиентами, процесс оценки решений, ответственность и право выбора окончательного решения, время между моментом размещения заказа и моментом поставки продукции.

Производственный раздел бизнес-плана представляется только предпринимателями, занимающимися производством. Главная задача раздела – показать потенциальным партнерам, что предприятие в состоянии реально производить определенное количество товаров в необходимые сроки и с требуемым количеством.

Данные этого раздела бизнес-плана желательно приводить в перспективе на 2-3 года, а для крупных предприятий – на 4-5 лет.

Производственный план (по объему продукции и смете затрат) формируется на основе плана сбыта продукции и расчета производственных мощностей предприятия, а также прогноза производственных запасов и потерь.

Для описания структуры производственного процесса необходимы следующие данные: структура производства, планируемого к использованию в рамках инвестиционного проекта, технологическая схема, схема распределения производственного процесса в пространстве и времени, инфляционные характеристики, трудоемкость выполнения операций, тарифы по оплате труда основных производственных рабочих, данные о квалификации персонала, структура персонала и виды затрат на персонал, перечень исходных материалов и комплектующих изделий, их количество и стоимостные характеристики, основные поставщики сырья, материалов, комплектующих изделий, объемы и условия поставок, потребное количество энергии, газа, сжатого воздуха, пара и т.д. и стоимость единицы их потребления, перечень услуг сторонних организаций, необходимых для осуществления процесса производства и реализации продукции, объем внутренних и внешних перевозок по всем видам транспорта, тарифы по перевозкам, затраты по перечисленным позициям

В организационном плане дается описание концепции и структуры управления проектом, а также характеристика состава группы управления.

Для описания организационной структуры предприятия необходимо

иметь Устав предприятия, Положение о Совете директоров (собственников), перечень основных подразделений предприятия, участвующих в реализации проекта, их функции, взаимодействие подразделений между собой, распределение обязанностей в группе управления, подробное описание членов группы управления – Ф.И.О., квалификация, вклад в достижения предприятия, опыт, принципы, лежащие в основе оплаты труда данного управляющего.

В разделе может быть также дано описание правовой (юридической) формы организуемой в рамках реализации проекта, структуры (предприятия) с четким обозначением прав собственности и распределения прибыли.

Финансовый раздел бизнес-плана является итоговым и просчитывается по результатам прогноза производства и сбыта продукции. Здесь наряду с прогнозируемым движением денежных потоков (поступлениям и выплатам) должно быть подробно описано текущее финансовое состояние предприятия. Обычно финансовый раздел представлен тремя основными документами: отчетом о прибылях и убытках, балансовой ведомостью, отчетом о движении денежных средств (Cash Flows).

Отчет о прибылях и убытках отражает операционную деятельность предприятия в текущий период проекта. С помощью данного отчета можно определить размер получаемой предприятием прибыли в определенный период времени.

Балансовая ведомость отражает финансовое состояние предприятия на конец рассчитываемого периода времени, из анализа которого можно сделать вывод о росте активов и об устройстве финансового положения предприятия, реализующего проект, в конкретный период времени

Отчет о движении денежных средств показывает формирование и отток денежной наличности, а также остатки денежных средств предприятия в динамике от периода к периоду.

На основе результатов трех отчетов проводится анализ финансовых ресурсов предприятия и выработка схемы финансирования проекта.

Система показателей эффективности проекта представляется двумя группами показателей: показатели финансового состояния предприятия и показатели эффективности инвестиций, рассчитанные по выбранной ставке дисконтирования.

Первая группа показателей характеризует эффективность оперативной деятельности предприятия в ходе реализации проекта: прибыльность проекта, рентабельность капитала, показатели финансовой деятельности - ликвидность и финансовая устойчивость.

Вторая группа показателей характеризует эффективность инвестиций в проект: срок окупаемости, чистая приведенная величина дохода, индекс прибыльности, внутренняя норма рентабельности.

Календарный план – важнейшая часть бизнес-плана. В нем указываются время и взаимосвязь главных событий, способствующих внедрению проекта и реализующих его цели. Кроме того, в этом разделе отмечаются плановые

цели и обращается внимание на те моменты, которые наиболее опасны для успеха проекта.

В календарном плане указываются события, являющиеся самыми значительными или наиболее опасными для успеха проекта: учреждение проекта, завершение планирования и разработки, создание прототипа, начало деятельности торговых представительств, придание продукции товарного вида, начало работы дилеров и дистрибьютеров, заказ материалов в необходимом для производства количестве, начало производства или выпуска продукции, получение первых заявок, первые продажи и заказы, оплата первых счетов.

Проблема риска и дохода в производственной и финансовой деятельности предприятия является одной из главных. Для предприятия риск означает вероятность наступления неблагоприятного события, которое может привести к потере части его ресурсов, снижению доходов или появлению дополнительных расходов в результате производственной и финансовой деятельности. Современная экономическая ситуация, в которой работают предприятия, неблагоприятна. Конъюнктура рынка изменяется, и поэтому предприятия постоянно сталкиваются с риском, т.к. происходят перемены в положении конкурентов, изменяются условия и формы финансирования, система налогообложения. Поэтому при разработке бизнес-плана должны быть учтены возможные изменения рыночной ситуации, для чего проводят качественный и количественный анализ риска. Задачей первого является определение факторов риска и этапов работ, при выполнении которых возникает риск. Количественный анализ предполагает определение факторов риска, что является более сложной задачей.

В качестве ключевого показателя, относительно которого проводится оценка, выбирается один из интегральных показателей эффективности (срок окупаемости проекта, индекс прибыльности, чистый дисконтированный доход или внутренняя норма рентабельности). В процессе анализа чувствительности изменяются значения выбранного критического фактора и, при прочих не измененных параметрах, определяется зависимость значения ключевого показателя эффективности проекта от этих изменений.

Как правило, критическими факторами являются объем сбыта продукции предприятия, цена продукции, издержки производства, время задержки платежей за реализованную продукцию, условия формирования запасов (производственных запасов сырья, материалов и комплектующих изделий, а также запасов готовой продукции), условия формирования капитала, показатели инфляции и др. В результате определения чувствительности проекта к критическим факторам в процессе проектирования разрабатываются мероприятия по уменьшению риска и устанавливается оптимальный вариант реализации проекта.

Использованные источники:

1. Абдукаримов, И.Т., Абдукаримова Л.Г. Управление затратами в предпринимательской деятельности [Текст] // Социально-экономические

явления и процессы. 2011.- № 3-4. - С. 11-23.

2. Берл Густав и др. Мгновенный бизнес-план. Двенадцать быстрых шагов к успеху. [Текст]: – Пер. с англ. – М.: «Дело ЛТД», 2012. – 187 с.

3. Бизнес-план: Отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация [Текст]: / Под общ.ред. В.М.Попова. – Волго-Вятский региональный издательский центр, 2012. – 217 с.

4 . Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru/>)

*Белоус Н.Н.
Брянский государственный университет им. академика И.Г.
Петровского филиал в г. Новозыбкове
Суло С.В.
студент 3курса
направление подготовки "педагогическое образование"
профиль "Информатика"
Россия, г. Новозыбков*

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ СРЕДСТВ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ВУЗЕ

Аннотация: В статье рассматриваются основные причины применения электронного учебника в ВУЗе и необходимость их внедрения.

Ключевые слова: электронный учебник, ВУЗ, информационные технологии, электронное издание.

Abstract: The article discusses the main causes of the use of electronic textbooks in higher education and the need for their implementation.

Keywords: electronic textbook, university, information technology, electronic publishing

Основной вопрос в системе образования при использовании информационных технологий: что получится в результате, но не то, каким образом следует применять данные технологии, поэтому выбор средств коммуникации должен определяться содержанием образовательного процесса.

Эффективность применения информационных технологий в системе образования зависит не от выбранного средства коммуникации, а от качества разработки того или иного материала, который необходимо донести до восприятия субъекта.

Стремительный рост информационных технологий, наблюдаемый в настоящее время, определил появление таких новых педагогических методов и средств, как дистанционное обучение, электронные учебники, системы компьютерного тестирования, автоматизированные обучающие системы, электронные энциклопедии и т. д.

Электронное издание может быть исполнено на любом электронном носителе - магнитном (магнитная лента, магнитный диск и др.), оптическом (CD-ROM, DVD и др.), а также опубликовано в электронной компьютерной

сети. Другими словами, электронный учебник является не просто компьютерной версией обычного учебника, а представляет собой программу, которая позволяет изложить учебный материал более наглядно, снабдить его мультимедийной информацией (графика, аудио- и видеофрагменты), гиперссылками, определением терминов, используемых в текстах, системой тестирования и оценки знаний и некоторыми другими функциями.

Технология создания электронного учебника, как известно, является не простой задачей, поскольку учебник такого характера имеет ряд своих преимуществ и недостатки. Надо подчеркнуть, что в каждом случае электронные учебники должны иметь общие особенности (анимация, многоуровневые и многовариантные задания, гипертекст, мультимедиа и т.д.) и структуры (содержании лекции, практические задания, тесты). Основным фактором, препятствующим внедрению электронных учебников в ВУЗах на сегодняшний день, на мой взгляд, является недостаточная подготовленность самих педагогов в области компьютерных технологий. Однако те учителя, которые свободно обращаются с персональным компьютером, однозначно высказываются за применение электронных учебников в педагогическом процессе.

На мой взгляд применение электронного учебника в ВУЗе необходимо по ряду причин:

- применение электронных учебников делает процесс обучения удобным и комфортным;
- способствует более эффективному усвоению учебного материала для самостоятельного обучения;
- повышает у студентов общий уровень компьютерных знаний;
- совершенствует способности к обработке информации;
- электронные учебники облегчают работу преподавателя;
- высвобождают рабочее время преподавателя, перенося часть деятельности студента на самоподготовку.

Использованные источники:

1. Андреев, А.А., Солдаткин, В.И. Дистанционное обучение: сущность, технология, организация: учебное пособие [Текст] / А.А. Андреев, В.И. Солдаткин - М.:МЭСИ, 1999 - 196 с. ISBN 5-7764-0164-X
2. Башмаков, А.И., Башмаков, И.А., Разработка компьютерных учебников и обучающих систем: учебное пособие [Текст] / А.И. Башмаков, И.А. Башмаков - М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 2003 - 616 с. ISBN: 5-9216-0044-X

*Белоус Н.Н., к.пед.н.
доцент
кафедра «Математики, физики и информатики»
Брянский Государственный Университет
им. академика И.Г. Петровского
филиал в г. Новозыбкове
Васильев В.В.
студент 3 курса
факультет «Педагогического образования»
Россия, г. Новозыбков*

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНФОРМАТИКЕ

Аннотация: На современном этапе развития общества, характеризующемся кардинальными изменениями во всех его сферах, особенно остро встают вопросы связи образования с практикой, с жизнью.

Annotation: At the present stage of development of society characterized by radical changes in all its spheres, particularly acute issues of the Association of education with practice, with life.

Ключевые слова: проектный метод, проект, обучение.

Метод проектов зародился в нач. XX века в США. Основу метода проектов составляют гуманистические идеи, разработанные Дж. Дьюи, В.Х. Килпатриком и др.

Под проектом (лат. project – “выброшенный вперед”) понимается “идеальный образ предполагаемого или возможного объекта, состояния, в некоторых случаях – план, замысел какого-либо действия” [4, с. 16]; проектирование рассматривается как процесс создания проекта, “важнейший компонент образовательного процесса, служащий для создания новых понятий и концепций” (В.С. Кузнецов) [3].

Метод проектов понимается в научных источниках неоднозначно и рассматривается:

– как “определенная совокупность учебно-познавательных приёмов, которые позволяют решить ту или иную проблему в результате самостоятельных действий учащихся с обязательной презентацией этих результатов (Е.С. Полат и др.) [5, с. 65];

– как “организация обучения, при которой учащиеся приобретают знания в процессе планирования и выполнения практических заданий-проектов” (Большая советская энциклопедия) [1];

– как “система обучения, при которой учащиеся приобретают знания в процессе планирования и выполнения постепенно усложняющихся практических заданий – проектов” (О. В. Будакова) [2, с. 156].

Таким образом, сущность метода проектов в том, что данный метод обучения предполагает активное участие обучаемого в учебном процессе, деятельность, соответствующую личным интересам учащегося.

Учебный предмет “Информатика и информационно-

коммуникационные технологии (ИКТ)", согласно Федерального базисного учебного плана, направлен "на обеспечение всеобщей компьютерной грамотности" и изучается "в III–IV классах в качестве учебного модуля и с VIII класса – как самостоятельный учебный предмет"[6].

Согласно Стандарта среднего (полного) общего образования по информатике и ИКТ, "изучение информатики и информационно-коммуникационных технологий на базовом уровне среднего (полного) общего образования направлено на достижение следующих целей:

- освоение системы базовых знаний, отражающих вклад информатики в формирование современной научной картины мира, роль информационных процессов в обществе, биологических и технических системах;

- овладение умениями применять, анализировать, преобразовывать информационные модели реальных объектов и процессов, используя при этом информационные и коммуникационные технологии (ИКТ), в том числе при изучении других школьных дисциплин;

- развитие познавательных интересов, интеллектуальных и творческих способностей путем освоения и использования методов информатики и средств ИКТ при изучении различных учебных предметов;

- воспитание ответственного отношения к соблюдению этических и правовых норм информационной деятельности;

- приобретение опыта использования информационных технологий в индивидуальной и коллективной учебной и познавательной, в том числе проектной деятельности".

Особенности информатики как учебного предмета:

- информатика имеет большой потенциал не только в подготовке школьника к жизни в современном обществе, но и специфично ориентирована на развитие личности школьника;

- содержание информатики как учебного предмета подвержено изменениям вследствие быстрых изменений ИКТ и развития науки и техники;

- используемые методы обучения информатике должны быть направлены на формирование не только знаний, умений и навыков школьников в сфере информационных технологий, но и на развитие личности школьника, формирование у него опыта в сфере познавательной деятельности, использования средств информационно-коммуникационных технологий.

Таким образом, применение проектных технологий в процессе обучения информатике предопределено специфическими особенностями данного учебного предмета. Сегодня метод проектов транспонирован в педагогическую технологию, направленную на стимулирование учебно-познавательной деятельности школьника, формирование у него интереса к учению и проблемам жизнедеятельности. Проектное обучение актуально для всех учебных дисциплин, в том числе – для информатики.

Использованные источники:

1. Большая советская энциклопедия. – М.: Советская энциклопедия, 1969–

1978. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/108712/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4>. – Дата обращения: 12.05.16.

2. Будакова, О. В. Проект как метод реализации коммуникативного подхода в обучении английскому языку // Теория и практика образования в современном мире: материалы междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). – СПб.: Реноме, 2012. – С. 156-158.

3. Кузнецов, В.С. Исследовательско-проектная деятельность как форма учебного сотрудничества :автореф. дисс... канд. пед. наук : 13.00.01 / В.С. Кузнецов. – М.: МПГУ, 1996. – 24 с.

4. Матяш, Н.В. Проектная деятельность школьников на уроках технологии / Н.В. Матяш. – М.: Высшая школа, 2000. – 306 с.

5. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования : учеб.пособие для студ. высш. учеб. заведений / Е.С.Полат, М. Ю. Бухаркина, М. В. Моисеева, А.Е.Петров ; под ред. Е.С.Полат . – 4-е изд., стер. – М. : Издательский центр "Академия", 2009. – 272 с.

6. Приказ Министерства образования Российской Федерации от 9 марта 2004 года № 1312 "Об утверждении федерального базисного учебного плана и примерных учебных планов для образовательных учреждений Российской Федерации, реализующих программы общего образования (с изменениями на 1 февраля 2012 года)". – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/>. – Дата обращения: 11.06.16.

*Белоус Н.Н., к.пед.н.
доцент*

*кафедра «Математики, физики и информатики»
Брянский Государственный Университет им. академика И.Г.
Петровского филиал в г. Новозыбков
Васильев В.В.
студент 3 курса
факультет «Педагогического образования»
Россия, г. Новозыбков*

ОСНОВНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ СИСТЕМА ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: В современное время роль образования в Российской Федерации определяется задачами ее развития как демократического и правового государства, государства с рыночной экономикой, необходимостью сохранения передовых позиций в различных отраслях жизни, в том числе, и в образовании.

Annotation: In modern times the role of education in the Russian Federation is determined by the goals of its development as a democratic and legal state, state with a market economy, the need to maintain advanced positions in various sectors of life, including in education

Ключевые слова: система образования, Российская Федерация

Современная отечественная система образования в одинаковой мере отражает общенациональные интересы в сфере образования и учитывает общие тенденции мирового развития образования.

Эти факторы обуславливают необходимость определенных изменений в современной отечественной системе образования, а именно:

- ускорение темпов развития общества;
- расширение возможностей политического и социального выбора;
- переход к постиндустриальному, информационному обществу;
- значительное расширение масштабов межкультурного взаимодействия;
- возникновение и рост глобальных проблем, которые могут быть решены лишь в результате сотрудничества в рамках международного сообщества;
- динамичное развитие экономики, рост конкуренции, сокращение сферы неквалифицированного и малоквалифицированного труда;
- глубокие структурные изменения в сфере занятости, определяющие постоянную потребность в повышении профессиональной квалификации и переподготовке работников, росте их профессиональной мобильности;
- возрастание роли человеческого капитала, который в развитых странах составляет 70-80 процентов национального богатства, что, в свою очередь, обуславливает интенсивное, опережающее развитие образования, как молодежи, так и взрослого населения.

Образование должно стать основной движущей силой экономического роста, повышения эффективности и конкурентоспособности народного хозяйства, что делает его одним из важнейших факторов национальной безопасности и благосостояния страны, благополучия каждого гражданина.

Потенциал образования должен быть в полной мере использован для консолидации общества, сохранения единого культурного пространства страны, равноправия национальных культур и различных конфессий, ограничения социального неравенства.

Современное образование также должно решать ряд важнейших задач государственного уровня:

- проявить свою значимость в деле сохранения и развития русского и родного языков;
- формировать российское самосознание и самоидентичность;
- играть ключевую роль в сохранении нации;
- обеспечить равный доступ молодых людей к полноценному качественному образованию в соответствии с их интересами и склонностями независимо от материального достатка семьи, места проживания, национальной принадлежности и состояния здоровья;
- использовать все возможности для социальной защиты детей и

подростков, лишенных попечения родителей;

- формирование профессиональной элиты, выявление и поддержка наиболее одаренных, талантливых детей и молодежи.

В условиях приоритетной поддержки образования со стороны государства система образования должна обеспечить эффективное использование своих ресурсов - человеческих, информационных, материальных, финансовых.

В Российской Федерации определено сформирована система образования, опирающаяся как на традиции учебно-педагогического процесса, так и неуклонно развивающаяся в соответствии с развитием всех систем государства.

Основными законодательными актами, определяющими приоритеты отечественной системы образования являются Закон Российской Федерации "Об образовании", Федеральный Закон "О высшем и послевузовском профессиональном образовании" и Национальная доктрина образования в Российской Федерации до 2025 года

В Российской Федерации сформирована структура образования от дошкольного образования до высшего образования. Также есть система дополнительного образования. Образовательные услуги оказываются в соответствии с законодательными актами государства и с потребностями государства и общества с учетом постоянно меняющейся рыночной ситуации.

Таким образом, отечественной системе образования, есть, куда расти, и развиваться в ближайшем и отдаленном будущем.

Использованные источники:

1. Федеральном законе "О высшем и послевузовском профессиональном образовании"
2. «Атаян А.Т. Перспективы: вопросы образования. [Текст] / А.Т. Атаян – Париж: ЮНЕСКО, 1991, 21-117 с.
3. Бордовская Н.В. Педагогика. [Текст] / Н.В. Бордовская, А.А. Реан – СПб: «Питер», 2004

*Белькин С.С.
магистрант
СПбГуКИТ*

РФ, г. Санкт-Петербург

ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В нашей стране конкуренция среди производителей товаров и услуг возобновилась сравнительно недавно. Как следствие, российские предприятия ещё не накопили достаточного опыта и не до конца сумели адаптировать иностранные подходы к позиционированию и продвижению своего продукта. Каждая сфера бизнеса претерпевает изменения, связанные с новыми правилами функционирования рынка, в том числе и социально-культурная деятельность.

Одной из важнейших проблем современной российской социально-культурной сферы является определение критериев фильтра качественной деятельности. Рынок не способен сам оценивать культурную ценность продукта, он склонен к стереотипизации, массовому производству и способен поглощать всё, что приносит коммерческий успех. Иными словами в современной российской действительности «культурным» считается более узнаваемый, более массовый продукт, а уникальность произведения отходит на второй план. Это означает то, что неразрекламированное произведение практически не имеет шансов получить серьёзную огласку, а ключевыми деятелями искусства считаются не наиболее одарённые, а имеющие доступ к ресурсам маркетинга, рекламы и организации культурно-массовых мероприятий. Кроме того новый уклад жизни российского общества предполагает повышение спроса на нематериальных благ в структуре потребления.

Недостаток сложившейся системы в том, что поток нового культурного продукта так велик, что даже не все современные деятели успевают получать свою заслуженную долю внимания. В качестве примера негативных последствий подобных тенденций можно обратить внимание на гениев прошлого, получивших признание после собственной смерти: к ним относятся и Ван Гог, и Франц Кафка и Модест Мусоргский, кроме того достойного их таланта признания не получали и такие классики литературы, как Фёдор Достоевский и Эдгар Алан По. Если бы перечисленные представители культуры жили в нашу эпоху, то шанс того, что на них бы обратили внимание намного меньше, так как информационное пространство активно заполняется теми, кто ведёт концертную деятельность и яркую публичную жизнь. В подтверждение можно упомянуть список 50 главных знаменитостей России, по версии журнала Forbes, составленный из российских спортсменов и культурных деятелей, упорядоченных по количеству упоминаний – все они до сих пор живы и занимаются профессиональной деятельностью. [1] Кроме того, среди самых популярных иностранных запросов в сети Google по деятелям российской культуры в десятку лидеров входят лишь действующие артисты. [2]

Кроме того упадок, наблюдающийся в социально-культурной сфере зависит и от состояния материально-технической базы наших учреждений. Неэффективное расходование бюджетных средств не позволяет ускорить обновление технических средств и обеспечить своевременный ремонт зданий. Кроме того для развития сферы культуры необходимо выделить ключевые направления, урегулировать нормативно-правовую базу, уделив особое внимание меценатству и спонсорству, сделав его более выгодным для инвесторов. Для решения подобных проблем необходимо создание специальных комиссий, состоящих не только из чиновников, но и из людей непосредственно связанных с производством и организацией концертной, музейной, библиотечной и прочих видов деятельности.

Анализ состояния социально-культурной сферы в России в последние

годы позволяет судить о наличии негативных тенденций: количество учреждений сокращается, но заполняемость залов не только не растёт, а даже скорее наоборот падает. Например в 2014 году, который был объявлен годом культуры в России, количество библиотек сократилось на 340 единиц, число кинозалов на 402 единицы и более чем на 1000 сократилось количество культурно-досуговых центров. [3]

Добавляет проблем и рост цен на продукты питания и общий финансовый кризис в стране. Так, по данным полученным из ежемесячного мониторинга социально-экономического положения и самочувствия населения Института социального анализа и прогнозирования Российской академии народного хозяйства и государственной службы (РАНХиГС) при президенте в апреле 2016го года впервые за долгое время доля затрат на продукты питания превысила половину месячного дохода. Это означает то, что потребление культурных услуг и их доля в структуре расходов граждан будет уменьшаться.

Анализ информации о состоянии социально-культурной сферы позволяет судить о том, что предпринимаемые на уровне власти попытки повысить конкурентоспособность

Использованные источники:

1. URL://<http://www.forbes.ru/rating/50-glavnykh-rossiiskikh-znamenitostei-2014-reiting-forbes/2014?full=1&table=1> (Дата обращения: 12.06.2016)
2. URL://<http://www.ippnou.ru/print/010137/> (Дата обращения: 16.06.2016)
3. URL://<http://www.ampravda.ru/2016/01/15/063622.html> (Дата обращения: 15.06.2016)

Береза Н.В., к.э.н.

доцент

кафедра «Сервис»

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Донской государственный технический
университет» в г. Шахты Ростовской области (ИСОиП (филиал) ДГТУ)*

Пономарева С.Е.

студент 4 курса

факультет «Сервис и технологии»

Россия, г. Шахты

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В СФЕРЕ СЕРВИСА

Статья посвящена проблемам конкурентоспособности на современном сервисном рынке. Рассматриваются уровни и стадии развития конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, сервис, конкуренция

COMPETITIVENESS IN THE AREA OF SERVICE

The article deals with the problems of competitiveness in today's service

market. We consider the levels and stages of competitive development.

Keywords: competitiveness, service, competition

В самом общем смысле под **конкурентоспособностью** понимается способность опережать других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей.

Конкурентоспособность – это способность объекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке.

В современной экономической литературе выделяют несколько уровней конкурентоспособности[1].

Основные виды конкурентоспособности(рисунок 1):

– конкурентоспособность страны (способность страны производить больше материальных ценностей, чем их конкуренты, на мировых рынках; степень возможности страны при условиях свободного и справедливого рынка производить товары и услуги; создавать условия наращивания государственных ресурсов со скоростью, позволяющей обеспечивать устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения на уровне мировых значений).

– конкурентоспособность отрасли (определяется наличием у нес технических, экономических и организационных условий для создания производства и сбыта продукции высокого качества, удовлетворяющей требованиям конкретных групп потребителей);

– конкурентоспособность региона (его роль и место в экономическом пространстве России, способность обеспечить высокий уровень жизни населения и возможность реализовать имеющийся в регионе экономический потенциал (финансовый, производственный, трудовой, инвестиционный, ресурсный);



Рисунок 1 – Уровни конкурентоспособности

– конкурентоспособность организации (предприятия, фирмы, компании) - характеристика, с помощью которой оцениваются достигнутые предприятием конечные результаты его деятельности в течение

определенного периода. Конкурентоспособность предприятия обеспечивается за счет приобретаемых им разного рода преимуществ по сравнению с основными конкурентами, а именно: экономических, финансовых, инвестиционных, кадровых, имиджевых и т.п.;

– конкурентоспособность продукции (товаров, услуг) - отражает их способность более полно удовлетворять запросы покупателей в сравнении с аналогичными товарами конкурентов на рынке.

В условиях рыночной экономики конкурентоспособность товара это главный фактор успеха. Конкурентоспособность товара – комплекс потребительских и стоимостных характеристик товара, определяющих его предпочтительность для потребителя по сравнению с аналогичными товарами других отечественных и зарубежных предприятий.

Конкурентоспособность товара предполагает оптимальное сочетание качества, цены, дизайна и возможности послепродажного обслуживания. Чтобы удовлетворить различные потребности покупатель приобретает товары, качество и потребительские свойства товаров которых и способны удовлетворить эту потребность. Поэтому конкурентоспособность товаров можно считать и рядом качеств, обеспечивающих преимущества товару на рынке и содействующих его успешному сбыту.

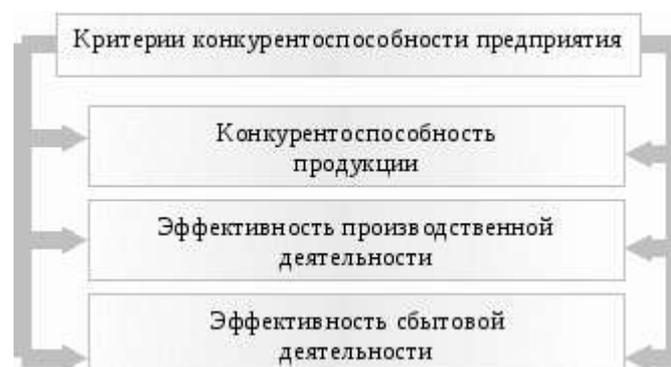


Рисунок 2 – Критерии конкурентоспособности предприятия

Существуют стадии развития конкурентоспособности национальной экономики, соответствующие четырем основным движущим силам, или стимулам, определяющим ее развитие в отдельные периоды времени:

- конкуренция на основе факторов производства,
- развитие конкуренции на основе инвестиций,
- развитие конкуренции на основе нововведений,
- конкуренция на основе богатства.

1) Конкуренция на основе факторов производства. На данной стадии практически все отрасли, успешно действуют на мировом рынке, достигают преимуществ в конкурентной борьбе благодаря основным факторам производства (природные ресурсы, пригодные условия для выращивания урожая сельскохозяйственных культур, дешевой низкоквалифицированной рабочей силе). В такой экономике конкуренция между фирмами внутри

страны ведется на основе снижения цен на продукцию в отраслях, где требуется несложная и доступная технология. В экономике, опирающейся на факторы производства, круг отраслей, ориентированных на внутренний рынок, расширяется путем создания отечественных заменителей импортных товаров. Однако уровень конкурентоспособности отечественных отраслей, производящих товары-заменители, недостаточно высок для выхода на мировой рынок.

2) Развитие конкуренции на основе инвестиций. Фирмы вкладывают средства в современное оборудование и технологии, которые можно приобрести на мировом рынке. Рост объема инвестиций приводит к созданию новых передовых факторов (наукоемких технологий, материалов с заранее заданными свойствами и т.д.) и развитию современной инфраструктуры. Существенным условием достижения этой стадии является то, что национальные фирмы легко предпринимают действия, связанные с риском, а рост числа аутсайдеров вызывает усиление внутренней конкуренции во многих отраслях. Повышение конкурентоспособности на основе инвестиций возможно только в определенных отраслях, для которых характерны высокая капиталоемкость, значительная экономия за счет масштабов производства, стандартизированная продукция. Государство играет здесь ведущую роль.

3) Развитие конкуренции на основе нововведений. Обеспечение конкурентных преимуществ национальной экономики за счет факторных издержек становится более редким явлением. Теперь не обладание факторами, а их нехватка способствует росту конкурентоспособности, стимулируя инновации, за счет роста числа университетов и научных учреждений развивается инфраструктура инновационного развития. Возникают новые механизмы формирования и совершенствования факторов производства, все в большей степени ориентированных на потребности конкретных отраслей. Нововведения создают условия для устойчивого роста конкурентоспособности в относительно большом числе отраслей. Фирмы разрабатывают глобальные стратегии, создают собственную сеть международных поставок и обслуживания. Появляется возможность переноса производства за границу. Из развитых стран Великобритания достигла стадии нововведений в первой половине XIX века, США, Германия и Швеция - в пределах нескольких десятилетий на рубеже XIX-XX столетий, Италия и Япония достигли этой стадии только в 70-е годы XX столетия.

4) Конкуренция на основе богатства. В отличие от трех рассмотренных выше стадий, конкуренция на основе богатства, в конечном счете, ведет к спаду производства. Движущей силой экономики является достигнутое изобилие. Главная проблема состоит в том, что экономика начинает утрачивать способность к упрочнению завоеванных позиций и преимуществ. На данной стадии фирмы начинают уступать свои позиции в международной конкуренции. Это происходит главным образом потому, что они больше внимания уделяют сохранению своих позиций, нежели их усилению, уменьшается заинтересованность компаний в наращивании инвестиций.

Экономика сужается за счет потери конкурентных преимуществ сначала в базисных отраслях и производстве конечных продуктов, затем в отраслях, выпускающих комплектующие изделия, и, наконец, в машиностроении.

Использованные источники:

1. Чайников, В.Н. Конкурентоспособность предприятия: учебное пособие / В.Н. Чайников. – М. : Изд-во ТГТУ, 2009. – 192 с.

Береза Н.В., к.э.н.

доцент

кафедра «Сервис»

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)

федеральное государственное бюджетное образовательное

учреждение высшего образования

«Донской государственный технический университет»

Ростовской области (ИСО и П (филиал) ДГТУ)

Трегубова И.А.

студент 4 курса

факультет «Сервиса и технологии»

Россия, г. Шахты

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СТИМУЛИРОВАНИЮ СБЫТА В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

Статья посвящена разработке мероприятий по совершенствованию процесса обслуживания на предприятиях питания. В работе представлены мероприятия по повышению качества сервиса в ресторане

Ключевые слова: скидка, бизнес, реклама, критерии, комфорт, актуальность, план

DEVELOPMENT SALES PROMOTIONS IN THE FOOD

The article is devoted to the development of measures to improve the service process at the power plants. The paper presents the measures to improve the quality of service in the restaurant

Keywords: discount, business, advertising, criteria, comfort, relevance, plan

В условиях кризиса во многих сегментах рынка сервиса можно наблюдать падение объемов потребления услуг. Предприятие питания не являются исключением, поэтому проблема стимулирования сбыта является очень актуальной. В данной работе рассматривается комплекс мероприятий по увеличению объемов продаж и стимулированию сбыта услуг ресторана «Витязь». На основании проведенного анализа деятельности предприятия, план проекта мероприятий будет таков:

- предложение скидок в виде купонов;
- оборудования вместительной летней площадки;
- размещение наружной рекламы на фасаде здания.

1 Предложение скидок в виде купонов

Исходя из выводов аналитического раздела, в будние дни ресторан «Витязь» посещает меньше всего гостей. Для того чтобы в эти дни привлечь посетителей, для них будут организованы скидки, в виде купонов: при сделанном заказе не менее, чем на 500 рублей посетитель получает купон. Купон даст возможность при следующем посещении заведения получить скидку в размере 5 % от общей суммы заказа.

На купоне будет указана следующая информация:

- режим работы, название и адрес заведения;
- размер скидки.

Скидка по купону будет распространяться единовременно и однократно в размере 5 % от общей суммы чека. Период действия скидок – будние дни с 10-00 до 16-00 часов.

Купоны будут выпускаться один раз в месяц. Получить купон посетители смогут в течение последней недели месяца. Постоянные посетители также будут пользоваться скидкой по купону. Роль купона сводится к поощрению повторных посещений клиентов. Возвратные купоны – это так называемые карманные купоны. Они будут находиться у всех сотрудников кафе. По существу, это обыкновенные чеки, дающие определенные льготы при повторном визите.

В случае причинения неудобства клиенту, при возникновении у него претензии к заведению или обслуживающему персоналу, администратор будет вправе выдать гостю купон и этим действием сгладить создавшуюся ситуацию в глазах посетителя.

2 Разработка вместительной летней площадки

Летняя площадка – сезонный бизнес, который очень актуален в настоящее время. Это значит, что прибыль будет напрямую зависеть от погоды. Поэтому такие площадки нередко размещаются в некой пластиковой или деревянной конструкции с навесом на случай плохой погоды. Понятно, что такое заведение не пустует, особенно если в ней продаются хорошие напитки и закуски, и дает ресторатору дополнительную прибыль.

Так же следует помнить о некоторых деталях, таких как:

- Сезонный бизнес подразумевает и сезонный персонал. Это люди, которые работают временно. Поэтому следует заранее провести набор персонала для обучения работе.

- Пепельницы. Специально для летних площадок выпускаются пепельницы такой конструкции, которая не позволяет порывам ветра поднимать пепел.

- Правило трех «О»: освещение, обогревающие установки и отпугивающие насекомых устройства.

Если вовремя позаботиться об этих трёх «О», то посетители не разбегутся вечером, в сырую и прохладную погоду, в первые осенние месяцы.

Рассуждать о достоинствах и недостатках всех этих точек общепита

можно только внутри того или иного ресторанного сегмента, так как у каждого – свои критерии, и конкуренции между разными сегментами быть не может.

Однозначно можно сказать, что значительно повысить интерес к ресторану «Витязь» может приготовление пищи при посетителях. Используя гриль и тандыр, повара смогут удивить и порадовать гостей своим мастерством. Блюда, приготовленные одним из подобных способов, получаются более сочными, вкусными и ароматными, при этом затрачивается меньшее количество времени. Так же не секрет, что в настоящее время все большую популярность набирает зрелищность при приготовлении пищи.

При открытии летней площадки существуют общие плюсы и минусы.

Плюс – колоссальная популярность, которую набирают летние площадки в последние годы. Еще один плюс – то, что хозяин заведения может не думать об интерьере: улица – сама по себе идеальное обрамление летнего кафе.

Минусы – огромное количество инстанций и согласований, которое должен пройти ресторатор, желающий открыть летнюю площадку: рассматривается занимаемая площадь, режим работы, количество посадочных мест и декоративно-художественное оформление, и многое другое.

3. Размещение наружной рекламы на фасаде здания

Оформление фасада ресторана играет настолько же большую роль в привлечении клиентов, как и внутренний дизайн. Внешний вид заведения должен говорить сам за себя, приглашая прохожих зайти внутрь. Достигнуть такого эффекта позволяет неординарная тематическая отделка фасада и входной группы, в которой используются разнообразные архитектурные элементы, иллюминация и подсветка. Неграмотно оформленный и угрюмый фасад здания будет только отпугивать посетителей.

В настоящее время у ресторана «Витязь» отсутствует световая реклама, что снижает количество посетителей в темное время суток. Поэтому предлагается на фасад здания поместить рекламное табло с бегущей строкой, которое круглосуточно будет информировать жителей и гостей города о работе ресторана «Витязь», акциях и специальных предложениях.

Предложенные мероприятия позволят привлечь новых клиентов и сохранить лояльность и заинтересовать постоянных посетителей.

*Бикметова З.М., к.э.н.
ст.преподаватель
кафедра «Экономики и менеджмента»
Башкирский государственный университет
Россия, г. Уфа*

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА РЕГИОНА

В статье рассматривается состояние инвестиционного климата региона, в первую очередь по такому параметру, как инвестиционный потенциал. Дана оценка инвестиционного потенциала субъектов РФ, входящих в Приволжский федеральный округ.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционный климат региона, инвестиционный потенциал региона.

The article discusses the investment climate of the region, primarily for the parameter of investment potential. The estimation of investment potential of the RF subjects within Volga Federal district.

Key words: investments, investment climate, investment potential of the region.

Одним из основных направлений экономической политики является инвестиционная деятельность, которая на различных уровнях власти связана с улучшением инвестиционного климата, как одного из основных показателей состояния и перспектив развития любой территории для привлечения инвестиций. Инвестиционный климат региона – это определенная система экономических отношений, характеризующая современный уровень и состояние инвестиционных возможностей территорий, а также регламентирующая и регулирующая их инвестиционную способность обеспечивать свое устойчивое социально-экономическое развитие в перспективе [1].

Для оценки состояния инвестиционного климата применяются две основные многокомпонентные характеристики: инвестиционный потенциал и инвестиционные риски. В данной работе рассмотрен инвестиционный потенциал регионов, на основе анализа уровня отдельных или системы показателей, рейтинговая градация которых по совокупностям выполнена экспертным путем. Для оценки и анализа изменения инвестиционного климата в Приволжском федеральном округе за последние годы будут использоваться рейтинговые параметры, опубликованные рейтинговым агентством «Эксперт».

Уровень инвестиционного потенциала регионов определяется на основе качественных характеристик основных макроэкономических и социальных параметров территорий, среди которых можно выделить: трудовые, включающие трудовые ресурсы, в том числе их образовательный и интеллектуальный потенциал; потребительские, которые наиболее полно

выражены в покупательной способности населения; производственные, выражаемые результатами деятельности в различных сферах хозяйства; финансовые, представленные объемом бюджетных доходов, прибыльности предприятий и доходов населения; инновационные, определяемые уровнем развития НИОКР и их финансированием, внедрением достижений научно-технического прогресса; инфраструктурные, выражаются состоянием дорог, транспорта, коммуникаций, связи, развитием сети инвестиционно-финансовых институтов и других общих условий, которые в том числе и определяют инвестиционный процесс; природно-ресурсные, характеризуются обеспеченностью запасами основных видов природных ресурсов.

При рейтинговой интегральной оценке инвестиционного потенциала регионов Российской Федерации выделяется 8 основных категорий региональных потенциалов, которые ранжируются с учетом определенной совокупности показателей, используемых для оценки отдельных параметров системы. Среди них представлены следующие виды инвестиционных потенциалов: трудовой, потребительский, производственный финансовый, институциональный, инновационный, инфраструктурный, природно-ресурсный, туристический.

Совокупный инвестиционный потенциал регионов определяется на основе этих оценок экспертным путем и строится шкала их ранжирования по данному параметру. В таблице 1 представлен пример количественной оценки отдельных видов потенциалов по субъектам РФ Приволжского федерального округа в 2015 году.

Таблица 1 – Рейтинговая оценка инвестиционного потенциала субъектов РФ, входящих в состав Приволжского федерального округа в 2015г., по отдельным его составляющим [2]

Субъекты РФ	Уровень инвестиционного потенциала	Ранги составляющих инвестиционного потенциала регионов								
		Трудовой	потребительский	производственный	финансовый	институциональный	инновационный	инфраструктурный	природно-ресурсный	Туристический
Республика Татарстан	6	5	6	6	5	7	5	21	41	6
Нижегородская область	8	10	9	10	10	10	4	31	57	12
Республика Башкортостан	11	11	7	9	8	12	18	47	21	8
Самарская область	12	8	10	12	9	8	11	17	47	16
Пермский край	13	23	13	14	14	16	17	63	6	14
Саратовская область	24	16	22	29	25	24	24	30	39	28
Оренбургская область	28	27	25	27	21	32	62	40	20	31
Удмуртская Республика	41	32	32	34	33	37	31	42	64	52

Пензенская область	41	33	37	46	43	44	23	36	55	58
Ульяновская область	45	38	41	48	42	40	19	41	54	62
Чувашская Республика	56	35	56	53	56	43	43	22	80	48
Кировская область	59	43	43	45	46	39	50	66	52	41
Республика Мордовия	67	48	70	60	66	66	52	38	65	67
Республика Марий Эл	73	67	72	63	72	67	68	62	44	73

Изменение рейтинговой оценки инвестиционного потенциала субъектов РФ, в период 2011-2015гг. представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Рейтинговая оценка субъектов РФ, входящих в состав Приволжского федерального округа, по уровню инвестиционного потенциала в 2011-2015гг. [2]

Субъекты РФ	Ранги составляющих инвестиционного потенциала регионов				
	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Республика Татарстан	7	6	6	6	6
Нижегородская область	13	8	8	9	8
Республика Башкортостан	9	10	10	11	11
Самарская область	8	9	9	10	12
Пермский край	11	13	13	13	13
Саратовская область	21	21	25	25	24
Оренбургская область	29	28	30	30	28
Удмуртская Республика	40	39	39	39	41
Пензенская область	52	49	44	41	41
Ульяновская область	51	48	41	44	45
Чувашская Республика	44	54	55	54	56
Кировская область	58	57	58	59	59
Республика Мордовия	66	67	67	66	67
Республика Марий Эл	71	72	73	72	73

Согласно данным представленным в приведенных таблицах, можно сделать вывод, что по состоянию инвестиционного климата, субъекты РФ Приволжского федерального округа условно могут быть разделены на три группы.

В первую, наиболее успешную по состоянию инвестиционного климата, группу регионов входят республики Татарстан и Башкортостан, Нижегородская и Самарская область, Пермский край. Наиболее высоким инвестиционным потенциалом обладает Татарстан. Причем данному субъекту наряду с Нижегородской областью за последние годы удалось повысить свой потенциал, тогда как другие регионы первой группы показывают более низкие результаты.

Во вторую группу приволжских регионов, по состоянию инвестиционного климата, включены Саратовская, Оренбургская и Пензенская области, а также Удмуртская республика. Данные регионы в общероссийской рейтинговой классификации обладают средним инвестиционным потенциалом.

В третью группу, наиболее низкую, по состоянию инвестиционного климата Приволжских регионов, входит Чувашская республика, Кировская область, республики Мордовия и Марий Эл, обладающие пониженным инвестиционным потенциалом.

Приведенный анализ позволяет сделать вывод, что для большинства субъектов РФ, входящих в Приволжский федеральный округ, характерно достаточно благоприятное для ускоренного инновационного развития состояние инвестиционного климата. Наиболее благоприятным оно является для республик Татарстан, Башкортостан, Нижегородской и Самарской областей, для которых характерен достаточно мощный инвестиционный потенциал.

Сложившаяся ситуация по состоянию инвестиционного климата, в остальных Приволжских регионах, позволяет сделать вывод о необходимости предпринять административным органам решительные меры по повышению инвестиционного потенциала. Особое место следует уделить совершенствованию регионального законодательства, в том числе и регулирующие инвестиционные отношения.

Использованные источники:

1. Морозов В.В. Стратегические основы совершенствования управления инвестиционной деятельностью в регионе/ В.В.Морозов – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2010. – 363с.
2. Официальный сайт Рейтингового агентства «Эксперт РА» URL: <http://www.raexpert.ru> (дата обращения 12.02.2016)

*Бикташева Ю.Р.
магистрант
кафедра менеджмента и маркетинга
УГАТУ
Россия, г. Уфа*

МНОГОМЕРНОЕ ШКАЛИРОВАНИЕ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ

Аннотация. В статье рассмотрена актуальность применения моделирования в стратегическом анализе, в частности методов многомерного шкалирования. Предложенный алгоритм процедуры многомерного шкалирования обеспечивает возможность достижения стратегических целей экономических систем.

Ключевые слова: моделирование, многомерное шкалирование, стресс, стратегический анализ.

Во всех экономических системах, от экономики страны до предприятия, существует избыточность информации, как ее воспринимает исследователь-аналитик. Такая ситуация, во многом складывается из-за того, что все экономические системы слабо структурированы, задачи в них зависят от решений других систем, определяемы факторами. Каждый из этих факторов может быть учтен множеством показателей, которые влияют на его изменение

[1, 3].

Множество зависимых между собой показателей определяют большую размерность данных, что, в свою очередь, приводит к таким проблемам [2, 5]:

- а) невозможности точно поставить задачу;
- б) снижению качества проводимого анализа;
- в) невозможности полно интерпретировать ситуацию.

Для решения поставленных проблем одним из наиболее эффективных статистических методов является многомерное шкалирование.

Основная цель метода многомерного шкалирования (далее в статье – метод) состоит в снижении числа факторов, необходимых для анализа и оценки будущих изменений ситуации по причине принятия управленческих решений, в том числе и отказ от управленческого воздействия. Уменьшение числа факторов называется понижением размерности.

Следующей важной задачей, которая решается методом многомерного шкалирования является интерпретация набора причин, который и описывает содержание ситуации.

Важно понимать, что на начальной стадии применения метода действительно важные критерии или факторы описывающие изменения системы могут быть не известны, а их наличие и значение определяется на стадии процесса применения метода.

Путем применения алгоритма обработки исходной информации определяются факторы, действительно влияющие на ход ситуации в системе.

Области применения метода [7]:

А) алгоритм обнаружения скрытых или, еще говорят, латентных - непосредственно не наблюдаемых переменных, которые описывают полученную эмпирическим путем матрица парных расстояний между наблюдаемыми объектами, процессами или явлениями.

Б) возможность проверки гипотез о расположении изучаемых объектов, процессов или явлений относительно друг друга в пространстве и относительно точки отсчета системы координат.

В) сужение или снижение полученной опытным путем матрицы данных с использованием небольшого числа скрытых переменных.

Д) визуальное представление данных и результатов анализа.

Метод многомерного шкалирования носит такое название исходя из специфики его алгоритма:

1. преобразование основных показателей исходной информации, характеризующих изменение ситуации: установление «координаты» каждого объекта в многомерном пространстве;

2. нахождение попарных расстояний между объектами: такое расстояние называют «стрессом» и его значение минимально между объектами;

3. задаются веса либо всех, либо только необходимых объектов;

4. итеративным способом производится оценка всех объектов относительно каждого другого;

5. формируются сходные объекты в вектора по в сравнительно небольшому числу шкал;

6. производится интерпретация полученных результатов.

Каждый скрытый изначально и выделенный в процессе применения алгоритма многомерного шкалирования важен при проведении стратегического и ситуационного анализа. Разработка стратегии предполагает достижения конкретной цели и приобретает особо важное значение в условиях, когда для этого не достаточно прямых ресурсов. Поэтому выделение «скрытых» факторов позволяет обеспечить преимущество перед противником [4, 3].

С применением многомерного шкалирования появляется полно и точно оценить экономический эффект от мероприятий по производству, продвижению и реализации товара (услуги), что обеспечит аргументированность принятия административных решений [2, 7].

Сам процесс разработки стратегий и принятия решений в процессе управления достаточно динамичный, зависит от множества изменений внешней и внутренней среды: тактики конкурентов, уровня спроса продукции на рынках сбыта, изменений в технологиях, которые применяются в производстве, наличия или отсутствия нового поколения оборудования и так далее.

Проводя стратегический анализ и принимая на его основании управленческие решения, невозможно на много управленческих тактов вперед расписать все этапы, по которым пойдет развитие ситуации. Такие многомерные задачи ставятся исследователями в области маркетинга в рамках современных подходов к маркетингу [5, 6].

Выявление латентных переменных имеет свою положительную и отрицательную стороны. К положительным моментам следует отнести: 1) обнаружение таких зависимостей, которые еще не представлены на рынке; 2) возможность стратегической победы над конкурентами путем формирования новой рыночной реальности. Отрицательными сторонами выявления латентных переменных и разработки на их основе стратегии предприятия могут быть: 1) сложность в сборе первичной информации (данных) для анализа; 2) относительная сложность в применении метода из-за необходимости узкого специалиста на предприятии. Оба этих пункта решаемы, что позволяет говорить о практической применимости метода многомерного шкалирования в стратегическом анализе.

Разрабатывая планы деятельности организации на основе алгоритма многомерного шкалирования стратегического анализа представляется возможным установить набор возможных сценариев развития событий, с целью повышения эффективности принятых управленческих решений и подготовки набора альтернативных вариантов действий топ-менеджмента.

Использованные источники:

1. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989. –223 с.
2. Дэйвисон М. Многомерное шкалирование: методы наглядного

- представления данных. — М.: Финансы и статистика, 1988. — 254 с.
3. Ламбен Ж. - Ж.. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива.: Пер. с фр. – СПб: Наука, 1996. - 589 с.
 4. О’Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход // Пер. с англ. под ред. Д. О. Ямпольской. – СПб.: Питер, 2002. – 864 с.
 5. Рувенный И. Я. Маркетинговая стратегия организации и социокультурные факторы макросреды // Альманах современной науки и образования: научный журнал. – Тамбов: Грамота, 2010. – № 11 (42): в 2-х ч. Ч. С. 162 – 164.
 6. Рувенный И. Я. Клиентоориентированный подход к развитию организации // Альманах современной науки и образования: рецензируемы научный журнал. – Тамбов: Грамота, 2015. –№ 6 (96). – С. 132 – 135.
 7. Толстова Ю.Н. Основы многомерного шкалирования. — М.: КДУ, 2006. — 160 с.

Бикташева Ю.Р.

магистрант

кафедра менеджмента и маркетинга

Ергунов А.Н.

магистрант

кафедра менеджмента и маркетинга

УГАТУ

Россия, г. Уфа

МАТРИЧНЫЕ МЕТОДЫ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ

В данной статье рассмотрены проблемы матричных методов в стратегическом анализе. Проанализированы характерные особенности этих методов, а также порядок их непосредственного использования в стратегическом анализе. Выявлена и обоснована необходимость классификации матричных методов, а также выделения нового метода. На основе проведенного исследования автором предлагается введение матрицы возможностей, формулируется порядок применения этой матрицы в стратегическом анализе.

Ключевые слова: матрица, стратегический анализ, матричные методы, классификация, систематизация.

На современном этапе развития в стратегическом планировании, а также маркетинге, применяется достаточно большое количество матриц той или иной направленности. Тем не менее, нельзя сказать, что опыт использования разного рода матриц является в полной мере успешным, актуальность исследования обуславливается именно такой причиной. Кроме этого, можно выделить проблемы, которые являются наиболее яркими в этой сфере. В частности, одной из основных проблем, которая ярко прослеживается сегодня, является отсутствие систематизации подобных матриц, а также отсутствие всеобщего распространения матричных методов в стратегическом анализе.

По мнению И.Я. Рувенного, постоянное развитие, достижение целей,

эффективная реализация стратегий во многом зависят от репутации, товарной марки, человеческого капитала и других нематериальных активов [5].

Как отмечает Е.Ю. Бикметов, любая организация ориентируется на реальную ситуацию. Однако научная обоснованность ее стратегии заключается в том, чтобы рассматривать свои действия с позиций отдаленных социальных последствий, уметь предвидеть их, иногда жертвуя сиюминутной выгодой ради реализации стратегических интересов, уметь адаптироваться к сложной внешней социальной среде [1].

Изучением особенностей матричных методов в стратегическом анализе занималось не такое большое количество авторов и ученых, как того бы требовала возникшая ситуация. Г. О. Логинов изучал особенности матричных методов в стратегическом планировании и отобразил результаты своих исследований в нескольких научных статьях [4]. Кроме этого, М.В. Рязанцева отмечает конкретно матричные методы стратегического анализа на примере современных компаний, что в итоге тоже получило отражение в нескольких научных статьях [6]. В принципе, можно сказать, что на сегодняшний день практически не существует каких-либо других исследований в этой сфере.

Главной целью исследования является полное и всесторонне изучение матричных методов в стратегическом анализе.

Для того, чтобы достигнуть поставленной цели исследования, необходимо выполнить следующие задачи:

- дать определение матричным методам;
- изучить их место в стратегическом анализе;
- определить основные проблемы матричных методов в стратегическом анализе и обозначить основные пути их решения.

Для решения всех существующих проблем были использованы следующие методы: научных абстракций, синтеза и анализа, системный подход, а также некоторые другие [7].

В маркетинге и стратегическом планировании применяется достаточно большое количество матриц различной направленности. Существует необходимость систематизировать эти матрицы. Кроме этого, необходимо постепенно внедрить матричный подход абсолютно на всех этапах планирования и стратегического анализа.

В стратегическом планировании и при матричном измерении существует несколько основных уровней. В стратегическом анализе выделяются уровни корпораций, бизнес-уровни, функциональный уровень [3].

Матрицы стратегического анализа на уровне корпорации анализируют входящие в среду корпораций бизнесы, то есть непосредственным образом осуществляют портфельный анализ, а также анализ в целом ситуаций в корпорациях [7].

Бизнес-уровни состоят из матриц, которые имеют непосредственное отношение к какой-то конкретной бизнес-единице [7]. Матрицы чаще всего относятся к какому-то одному конкретному товару или же услуге, они

помогают анализировать свойства данного товара, ситуацию на рынке по поводу этого товара и некоторые другие критерии.

На функциональном уровне матрицы отвечают за исследование факторов, которые влияют на функциональные сферы предприятий, где наиболее важным является маркетинг и управление персоналом [6].

Те матрицы стратегического анализа, а также планирования, исследуют разного рода аспект в этих процессах. Классификация матриц имеет крайне важное значение для выявления особенностей и закономерностей применения матричного метода в планировании и стратегическом анализе [6]. На основе всего сказанного, по результатам исследования, можно сделать определенные предложения по поводу того, что конкретно необходимо в этой сфере изменить.

В стратегическом анализе и планировании используются различного рода матричные методы и существует много оснований их непосредственной классификации [7]. Различные виды матриц важны для выявления особенностей и закономерностей применения матричного метода в планировании и стратегическом анализе.

По существующим признакам матричные методы можно разделить на методы по количеству исследуемых ячеек. Чем большее количества ячеек будет содержать матрица, тем куда более сложной и информативной она будет [2]. В данном случае возможно деление матриц на четыре основные группы. Первая группа включает в себя матрицы, которые состоят из четырех ячеек. вторая группа включает матрицы, которые включают в себя девять ячеек, третья – шестнадцать, четвертая – более шестнадцати.

Что касается классификации по объекту изучения, то здесь матрицы делятся на группы в зависимости от изучаемого объекта, что очевидно из названия.

Классификация по получаемой информации разделяется матрицы на две основные группы: количественный, смысловой [4]. В такой группе по примеру матрицы, которая образовывается за счет информации, является матрица вектора экономического состояния организации. Образованный счет логической информации является матрицей основных форм объединений.

В исследовании предлагается уделить большее внимание матрице возможностей для того, чтобы оценить степень влияние возможности деятельности какого-то конкретного предприятия, что помогло бы в результате применить еще и метод позиционирования для каждой конкретной возможности на рассматриваемой матрице возможностей, так как именно поэтому направлению имеется больше всего недостатков различного рода. Еще одно предложение в исследовании в плане применения матричных методов в стратегическом анализе, касается особенностей классификации. Всего выделяют классификацию методов по количеству исследуемых ячеек, по объекту изучения, по получаемой информации. Учитывая, насколько сложной категорией являются матричные методы в стратегическом анализе, можно сказать, что такого количества оснований недостаточно. В данном

случае, было бы целесообразно расширить её или же создать классификацию общего характера.

Существует несколько основных направлений, которые имеют крайне большое значение для организации. Именно эти направления необходимо непосредственно выявить, а также использовать по отношению к ним различные матричные методы в стратегическом анализе. Так же, можно воздействовать и по другим направлениям, которые являются второстепенными. В том случае, если у организации имеется достаточное количество ресурсов.

Предложенный в исследовании матричный метод, является крайне целесообразным для введения и будет полезен не только в узкопрофильной специальности, но и для широкого круга общественности. В частности, метод возможностей помогает из отдельного элемента создать единой целое. Для того, чтобы построить общее представление о деятельности всех предприятий, изначально необходимо проанализировать каждое в отдельности. В итоге, это поможет точно в целом увеличить эффективности не только одного сектора, но и совокупности всех других.

Таким образом можно сказать, что наибольшего внимания в сфере реализации матричных методов при стратегическом анализе, заслуживает матрица возможностей, которая помогает наилучшим образом составлять профиль среды, который является самостоятельным методом и его достаточно удобно применять для непосредственного составления профиля отдельно макроокружения, внутренней среды и непосредственного окружения. Совместно с методами угроз, возможностей, а также слабости и силы организации для анализа среды может применяться метод составления её профиля. При помощи составления профиля среды, имеется возможность оценить относительную значимость для организации отдельных факторов среды. Проведя анализ внешней среды и получив данные о факторах, которые представляют опасность или открывают новые возможности, руководство должно оценить: обладает ли предприятие внутренними силами мы, чтобы воспользоваться возможностями, и какие внутренние слабости могут осложнить будущие проблемы, связанные с внешней опасностью.

Использованные источники:

1. Бикметов Е.Ю. Общественные коммуникации как фактор реализации социальной ответственности бизнеса // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. – 2010. – № 3 (3). – С. 42-46.
2. Гуськов Ю. В. Стратегический менеджмент: учебное пособие. М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2014. –190 с.
3. Керцнер Г. Стратегическое управление в компании. Модель зрелого управления проектами. Перевод с английского. М.: ДМК Пресс, 2014. – 320 с.
4. Логинов Г. В. Бизнес-стратегии: управление в условиях кризиса. М.: МИИТ, 2011. – 170 с.
5. Рувенный И.Я. Клиентоориентированный подход к развитию организации

// Альманах современной науки и образования: рецензируемый научный журнал. – Тамбов: Грамота, 2015. – № 6 (96). – С. 132 - 135.

6. Рязанцева М. В. Стратегический менеджмент: учебное пособие. М.: Новое время, 2014. – 118 с.

7. Стратегическое управление: учебник для магистров / Под редакцией доктора экономических наук, профессора И. К. Ларионова. М.: Дашков и К°, 2014. – 235 с.

*Бисултанова А. А., к.э.н.
доцент
кафедра «Банковское дело»
Чеченский государственный университет
Россия, г. Грозный*

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ДИСПРОПОРЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

В статье рассматриваются проблемы региональных диспропорций в экономике страны. Автором сделан акцент на том, что хотя рост экономического неравенства регионов характерен для многих стран, для России диспропорции крайне велики и выросли за переходный период, поэтому общество не готово адаптироваться к новой ситуации. Автором сделан вывод о том, что региональное стратегическое управление в России еще не получила должного и всестороннего обоснования, в силу отсутствия регламентированных научно-обоснованных методов, способов и приемов формирования региональной экономической политики на местах.

Ключевые слова: регион, неравенство, выравнивание диспропорций

The article deals with the problem of regional imbalances in the economy. The author emphasizes the fact that although the growth of economic inequality of regions is characteristic for many countries, for Russia disparities are extremely high and increased for a transitional period, so the society is not ready to adapt to the new situation. The author concludes that the regional strategic governance in Russia has not yet received a proper and thorough study, because of the lack of regulated research-based methods, techniques and methods of formation of regional economic policy in the field.

Keywords: region, inequality, equalization imbalances

Региональные диспропорции обусловлены объективными факторами, отличающиеся во-первых обеспеченностью ресурсами, выгодным географическим положением, во-вторых имеющие выраженный агломерационный эффект и поэтому имеют долгосрочный характер. Большую роль играет и высокая централизация экономических ресурсов в столице страны. Хотя рост экономического неравенства регионов характерен для многих стран, но в России диспропорции крайне велики и выросли за переходный период, поэтому общество не готово адаптироваться к новой ситуации. В регионах, не преодолевших сильный промышленный спад, негативные социальные последствия проявляются и на рынке труда, и в

доходах населения, и в дефиците социальных расходов бюджетов. В ресурсно-экспортных регионах бюджеты получают больше налоговых доходов, что позволяет поддерживать социальную сферу, однако доминирование сырьевых отраслей не обеспечивает устойчивого роста занятости, усиливаются отраслевые диспропорции заработной платы и неравенство населения по доходу. Выравнивающая политика государства показала себя как неэффективная, органы управления на региональном уровне требуют увеличить объемы перераспределяемых финансовых ресурсов. Однако перераспределение в очень больших масштабах замедляет экономический рост всей страны, ведь ресурсы для помощи кризисным регионам изымаются у наиболее развитых. Важнейшей задачей становится поиск оптимального баланса выравнивающих и стимулирующих мер региональной политики.

Анализ распределения регионов по типам показывает важность прочих, в первую очередь институциональных, факторов. Так, слабость институциональных преобразований, проявляемая, в первую очередь, в сохранении высокой доли государственной собственности на средства производства и, как следствие, в большинстве случаев – в низкой эффективности производства, во многих случаях объясняет отнесение региона к типам поведения, характеризующимся низкими уровнями жизни, инвестиций, либо неустойчивостью экономической ситуации [2].

При недостатке внешних (как иностранных, так и из других регионов) инвестиций высокая инвестиционная активность и низкий уровень жизни объясняются низкой долей доходов, направляемых на заработную плату и другие социальные платежи (через бюджет), при высокой норме сбережений и инвестиций.

Переход к рыночной экономике потребовал кардинальных изменений в экономической системе стратегического управления, создания нового подхода к проблемам развития регионов, разработки принципиально новой региональной политики. Однако, региональное стратегическое управление в России еще не получила должного и всестороннего обоснования. Главной причиной этого является отсутствие регламентированных научно-обоснованных методов, способов и приемов формирования региональной экономической политики на местах.

Мировой и отечественный опыт свидетельствует о том, что именно государство целенаправленно формирует рыночную среду, содействует динамизму и устойчивости роста с помощью присущих ему методов и механизмов стимулирования и других средств экономического регулирования.

Таким образом, стратегические проблемы тех или иных территорий, рассматриваемые в качестве объектов государственного регулирования, специфичны для каждого регионального образования. Это и развитие экономики традиционно сельскохозяйственных регионов, освоение новых регионов в преимущественно промышленном аспекте, особенно богатых

природными ископаемыми или обладающими любыми другими преимуществами и т.д.

Имеющиеся специфические особенности (геополитическое положение района, его потенциальные возможности в области природных ресурсов, производственный и финансовый потенциал, состояние развития региональных товарных рынков, уровень развития рыночной инфраструктуры, налоговой политики, внеэкономических рисков) накладывают значительный отпечаток на показатели эффективности и степени риска капитальных вложений, обуславливают и дифференцированный подход к проблеме вложения капитала в экономику того или иного территориального образования.

Использованные источники:

1. Бисултанова А.А. Управление социально-экономической системой мезоуровня в условиях межрегиональной дифференциации (на примере субъектов Южного федерального округа): [монография] / А. А. Бисултанова, Ф. А. Мамбетова ; Учреждение Российской акад. наук, Ин-т информатики и проблем регионального упр. КБНЦ РАН. Нальчик, 2010.
2. Гранберг А.Г. и др. Стратегия и проблемы устойчивого развития России в XXI веке. Издательство: Экономика. – 2005. – 450 с.

*Бисултанова А. А., к.э.н.
доцент*

*кафедра «Банковское дело»
Чеченский государственный университет
Россия, г. Грозный*

РЕГИОНАЛЬНОЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ

В статье рассмотрены теоретические основы регионального стратегического управления, сделан акцент на сути перехода от планово-директивной системы к региональному менеджменту. Автором также выделены принципы и задачи успешного регионального управления в современных условиях экономики России.

Ключевые слова: регион, управление региональным развитием

The article deals with the theoretical foundations of regional strategic management, focuses on the essence of the transition from planned, directory system for regional management. The author also highlights the principles and objectives of the successful regional management in modern conditions of the Russian economy.

Keywords: region, regional development management

Региональное стратегическое управление представляет собой совокупность принципов, методов, форм и средств воздействия на хозяйственную деятельность региона.

С точки зрения современной российской практики региональный

менеджмент — это управление социально-экономическими процессами в регионе в условиях перехода его хозяйства к рыночным отношениям.

Суть перехода от планово-директивной системы управления хозяйством региона к региональному менеджменту состоит в таких изменениях, как:

- ориентация развития региона на решение социальных проблем, на воспроизводство условий, обеспечивающих высокое качество и высокий уровень жизнедеятельности человека как наивысшей ценности общества;
- формирование организационно-экономических условий для реализации всеми хозяйствующими субъектами региона принципов экономической свободы и хозяйственной самостоятельности;
- ориентация инвестиционной и структурной политики региона на спрос и потребности рынка, на запросы внутри- и внерегиональных потребителей и организация производства тех видов продукции, которые пользуются спросом на межрегиональном и зарубежном рынках и могут способствовать повышению финансовой самостоятельности региона;
- формирование и развитие регионального маркетинга как основы разработки и реализации программ текущего и стратегического развития региона;
- переход от региональной статистики к региональному мониторингу с использованием современной информационной базы для осуществления системного анализа и контроля социально-экономической, политической и экологической ситуации в регионе;
- оценка конечного результата регионального менеджмента в зависимости от степени соответствия уровня экономического развития региона и уровня жизнедеятельности населения (социальные стандарты, бюджетная обеспеченность, структура доходов и расходов семей, экология, демографическая ситуация, экологическая безопасность и др.). Региональный менеджмент можно рассматривать как науку и практику управления социально-экономическими процессами региона в условиях рыночной экономики [1].

Научные основы регионального менеджмента — это система научных знаний, которая является его теоретической базой: принципы регионального менеджмента; методы и модели регионального менеджмента; механизмы регионального менеджмента; система регионального менеджмента. Научные основы регионального менеджмента в нашей стране находятся в стадии формирования. Зарубежный опыт малопригоден к специфике территориальной организации России с ее огромными пространствами, многообразием природно-климатических, национальных, исторических и других особенностей. Тем не менее, опыт формирования регионального менеджмента в странах с рыночной экономикой может быть использован для анализа нашего собственного опыта и практики, а также для использования некоторых его элементов в формирующейся системе регионального менеджмента в России.

Региональный менеджмент функционирует в соответствии с законами развития рыночной системы хозяйствования, и его механизм должен обеспечивать гибкое регулирование социально-экономических процессов в регионе в изменяющихся рыночных условиях.

Перед региональным менеджментом как наукой управления стоит задача найти и разработать механизмы, методы и средства, которые позволят обеспечить наиболее эффективное достижение целей и задач регионального развития.

Осуществление целей федерального Правительства на региональном и муниципальном уровнях предусматривает:

реализацию принципа устойчивого развития, основанного на сбалансированности экономических, социальных и экологических приоритетов развития региона (муниципального образования) и их соответствии целям федерального Правительства;

ориентацию на опережающее развитие секторов, которые могут играть роль точек роста - общенациональных, макрорегиональных, региональных и локальных, которые выполняют функции «ведущего звена» для экономической системы региона (муниципального образования); выявление и активизация потенциала новых «точек роста»;

обеспечение комплексного, или системного подхода, обеспечивающего учет и максимальное использование синергетических эффектов, обусловленных взаимодействием целей, наличием сопряженных результатов в реализации целевых проектов различной направленности, и мультипликативных эффектов, способствующих росту экономики региона (муниципального образования);

преемственность программных документов (федеральных, региональных и муниципальных целевых программ, отраслевых стратегий и программ различного уровня и т.д.);

реализацию уникального потенциала региона (муниципального образования), участвующего в социально-экономическом развитии России и выполняющего весьма значимые общероссийские функции.

Успешное решение проблем социально-экономического характера зависит в первую очередь от решения двух основополагающих задач регионального/муниципального управления:

определение миссии (стратегической цели) и направлений социально-экономического развития региона (муниципального образования) в рамках стратегического видения образа его будущего;

формулирование плана действий (стратегических мероприятий), осуществляемых администрацией региона (муниципального образования) и обеспечивающих реализацию поставленных целей [2].

Использованные источники:

1. Гранберг А.Г. и др. Стратегия и проблемы устойчивого развития России в XXI веке. Издательство: Экономика. – 2005. – 450 с.
2. Марача В.Г. Региональное стратегическое планирование: основные

подходы и условия реализации // Международный журнал «Проблемы теории и практики управления». - 2008. - №11. - 35–42 с.

*Бисултанова А. А., к.э.н.
доцент
кафедра «Банковское дело»
Чеченский государственный университет
Россия, г. Грозный*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БЮДЖЕТА КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ

В статье автором рассмотрены трактовки бюджета в различных экономических школах. Автор рассмотрел как подход как отечественных, так и зарубежных экономистов к понятию «бюджет».

Ключевые слова: бюджет, роспись доходов и расходов

In the article the author considered the budget in the interpretation of the different economic schools. The author has considered as an approach , both domestic and foreign economists the notion of "budget" .

Tags : budget , a list of income and expenses

Бюджет⁵⁰ представляет собой сложное явление, касающееся одновременно политики, экономики, финансов и права. Эта многогранность бюджета обусловила трудности исследования государственного бюджетного устройства и определения термина бюджета. Изначально под термином «бюджет» представлялся свод доходов и расходов государства, исходя из этого, теоретики трактовали бюджет, как роспись доходов и расходов государства. Однако нельзя сводить бюджет только к росписи его доходной и расходной части. На самом деле, роспись представляет собой приложение к закону о бюджете в виде финансового плана. М.И. Боголепов отметил, что плановый признак бюджета подчеркивал и немецкий финансист Шанц. Говоря о бюджете как о периодическом плане ведения хозяйства, мы должны заметить, что понимаемый в таком смысле бюджет нельзя смешивать с тем, что носит название «государственного финансового плана» [1]. Правовую основу бюджета определили другие теоретики – Р.Штурмом, Ф. Нитти, согласно их исследованиям, бюджет есть законодательный акт, в котором находят предварительное одобрение доходы и расходы государства. Бюджет интерпретировался и как финансовый закон, по которому должно управляться государственное хозяйство в течение определенного периода времени. Необходимо обратить внимание и на свойства бюджета, которыми он должен обладать по мнению Ф.Нитти: правдивость; точное соответствие между доходами и расходами; единство; универсальность; специализация; годичный срок. Кроме того, он определил еще два свойства: бюджет должен быть предварительным; должен представлять собой нечто самостоятельное, в

⁵⁰ От старофр. *Boige* – сумка, сундук.

смысле счетоводства.

Отечественные теоретики советской эпохи определяли бюджет как многофункциональное понятие, указывая на его плановую основу и подчеркивая его правовую силу. Так, Боголепов М.И. отмечал, что под бюджетом понимается общее предположительное исчисление расходов и доходов государства, с подведенным балансом для определения периода будущего времени.

Современные российские теоретики так и не дали единого определения термину бюджет. К примеру, Родионова В.М. дает следующую характеристику экономической сущности бюджета, государственный бюджет- это денежные отношения, возникающие у государства с юридическими и физическими лицами по поводу перераспределения национального дохода (частично и национального богатства) в связи с образованием и использованием бюджетного фонда, предназначенного для финансирования народного хозяйства, социально-культурных мероприятий, нужд обороны и государственного управления.

Будучи экономической формой существования реальных, объективно обусловленных распределительных отношений, выполняя специфическое общественное назначение по удовлетворению потребностей общества и его государственно-территориальных структур, бюджет может рассматриваться в качестве самостоятельной экономической категории. Профессор Подпорина И.В. также рассматривает бюджет как экономическую категорию, но в данном случае бюджет представляет собой форму финансовых отношений, включающих не только формальные отношения по поводу образования и расходования фондов денежных средств, предназначенных для финансирования функций органов государственной власти и местного самоуправления, но и отношения, связанные с реализацией взаимосвязей между элементами бюджетной системы, организацией бюджетного устройства и бюджетного процесса. Не менее интересна трактовка бюджета, как центрального звена системы финансов, обладающего всеми основными качественными признаками финансов, - это система императивных денежных отношений, в процессе которых образуется и используется бюджетный фонд.

В российской практике в процессе составления, рассмотрения и утверждения бюджета участвуют Президент РФ, органы законодательной (представительной) власти, органы исполнительной власти, органы денежно-кредитного регулирования, органы государственного и муниципального финансового контроля, государственные внебюджетные фонды, главные распорядители и распорядители бюджетных средств. Следовательно, бюджет выступает как норма, связывающая деятельность государственных органов. Вотирование бюджета и разграничение функций между законодательной и исполнительной властями придало бюджету характер политического документа.

В Бюджетном кодексе приводится трактовка бюджета, как формы образования и расходования фонда денежных средств,

предназначенных для финансового обеспечения задач и функций государства и местного самоуправления.

Так же, как известно, сущность любого понятия проявляется в его функциях, под которыми относительно бюджета Э. А. Вознесенский понимает форму проявления общественного назначения, или, как отмечают другие исследователи, он является наиболее широкой финансовой категорией, поэтому ему присущи все функции, принадлежащие вообще финансовым отношениям. К ним относятся: перераспределение валового внутреннего продукта; государственное управление и стимулирование экономики; финансовое обеспечение бюджетной сферы и осуществление социальной политики государства; контроль за образованием и использованием централизованных фондов денежных средств. Вместе с тем, как пишет Ю.А.Крохина, бюджет как звено финансовой системы имеет особенности, отличающие его от других звеньев финансовой системы:

- государственный бюджет представляет особую форму перераспределительных отношений, связанную с обособлением части национального дохода в собственность всего государства (или субъекта РФ) и ее использованием с целью удовлетворения потребностей всего общества и отдельных его государственно-территориальных образований;

- бюджет осуществляет перераспределение национального дохода и части национального богатства, как между территориальными образованиями, так и между отраслями народного хозяйства;

- перераспределение национального дохода бюджетными методами в более значимой степени, чем у других звеньев финансовой системы, определяются потребностями расширенного воспроизводства в целом и задачами, стоящими перед обществом на каждом историческом этапе развития;

- сфера бюджетного распределения занимает центральное место в составе государственных финансов, что обусловлено ключевым положением бюджета по сравнению с другими звеньями финансовой системы.

Ю.А. Крохина определяет «федеральный бюджет» как экономические отношения, опосредующие процесс образования, распределения и использования централизованного денежного фонда Российской Федерации как единого государства, находящегося в распоряжении соответствующих органов власти, предназначенного для финансирования функций и задач общегосударственного значения и являющегося основным финансовым планом государства, утверждаемым Федеральным Собранием РФ. Соответственно, бюджет субъекта Российской Федерации представляет собой экономические отношения, опосредующие процесс образования, распределения и использования централизованного денежного фонда субъекта РФ, находящегося в распоряжении соответствующих органов

власти, предназначенного для финансирования функций и задач данного субъекта и являющегося его основным финансовым планом, утверждаемым представительным органом.

Использованные источники:

1. Боголепов М.И. Финансы, правительство и общественные интересы, СПб., с. 5.
2. Крохина Ю.А. Базисные категории бюджетного права: доктрина и реальность //Журнал российского права, № 2, 2002

*Блищак К.А.
студент 1 курса
факультет «Экономический»*

*Колоскова Н.В.
научный руководитель, старший преподаватель
кафедра «Физическая культура»*

*Вязова М.А.
преподаватель
кафедра «Физическая культура»*

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
ДГТУ*

Российская Федерация, г. Шахты

ПРОБЛЕМА ДОПИНГА В СОВРЕМЕННОМ СПОРТЕ

Аннотация. Согласно названию, в статье описывается, что допинг является разрушающей силой мирового спорта, способной оказать негативное влияние на результаты соревнований.

Ключевые слова: допинг, Олимпийские игры 2016 года, Всемирное антидопинговое агенство, милдронат.

Annotation: As the title implies the article describes that doping is the destructive power of world sports, which can have a negative impact on the results of the competition.

Keywords: doping; The Olympic games 2016; The world anti-doping Agency; mildronat.

В преддверии летних Олимпийских игр 2016 года в Рио-де-Жанейро актуальной является и остаётся тема применения допинга в спорте. Многочисленные допинг – пробы, которые дали положительный результат, стали причиной разбирательств между Всемирным антидопинговым агентством и спортсменами различных стран. Всё больше атлетов вносят в список спортсменов, принимающих запрещённые препараты. Россия не стала исключением из этого списка. В сложившейся ситуации существует реальная угроза того, что наша сборная по легкой атлетике не примет участия в Олимпийских играх-2016 в Бразилии.

Попробуем понять, что такое допинг, как проверяют спортсменов на употребление запрещённых препаратов, какое наказание следует за нарушение правил и в чём состоит суть данной проблемы.

Итак, допинг — это любые вещества природного или синтетического происхождения, применение которых позволяет улучшить результаты спортсмена. В зависимости от вида спорта они могут обладать различными фармакологическими действиями.

Впервые о допинге стали говорить ориентировочно в начале XX века. В спорте его начали применять американские наездники и тренеры лошадей, они подкожно вводили животным необходимые вещества. Самые ранние сведения о его использовании появились в 1903 году. С этого года общество стало вести борьбу против употребления и применения в спорте каких-либо веществ, в спорте был основан допинг-контроль. Однако на ранних этапах применения запрещённых препаратов он менее жестким, чем сейчас.

В настоящее время ведётся активная борьба, направленная на пресечение использования вспомогательных препаратов, способствующих повысить спортивные возможности. Допинг - это риск покинуть спорт на некоторое время, а в некоторых случаях - навсегда. Ведь согласно статистике, практически на каждом соревновании специалисты в области фармакологии проверяют атлетов на наличие в крови запрещенных веществ. Победителей и призёров соревнований проверяют всегда, остальных участников - на выбор.

Допинг – тесты – это анализы, пробы которых исследуют на наличие запрещённых субстанций и изменений, происходящих под их воздействием. Пробу спортсмена делят на две части — это и есть пробы А и В. Сначала проверяют пробу А. Пробу В вскрывают в том случае, если появится необходимость анализировать и исследовать кровь или мочу на запрещённые субстанции повторно. Если проба А дала положительный результат на запрещённые субстанции, проба В либо подтвердит, либо опровергнет это. Если результаты пробы В будут отрицательными, с атлета снимаются все обвинения в применении допинга. При обнаружении в организме спортсмена запрещенных препаратов, происходит дисквалификация спортсмена на определенное время. При первом допущении данной ошибки – на 2 года, при повторном - от 4 лет и навсегда [2].

В марте 2016 года российских победителей и призёров Олимпиад, чемпионатов мира, Европы обвинили в употреблении допинга, препарата милдроната. Он был создан в середине 1970-х годов в Институте Органического синтеза в СССР. Данный препарат применяется при лечении сердечно-сосудистых заболеваний. Спортсмены же применяли его для снижения напряжения мышц при сильных нагрузках и для увеличения выносливости организма атлетов в ходе интенсивных тренировок. На протяжении долгих лет милдронат считался совершенно легальным, однако 1 января 2016 года Всемирное антидопинговое агентство ввело запрет на его употребление. Препарат помогает защитить сердце спортсменов от тяжёлых нагрузок на пределе возможного, но улучшить результаты спортсмена он не способен [1].

Обратимся к примерам из истории спорта. Существует много случаев, когда атлеты жертвовали своей спортивной карьерой, чтобы сохранить

золотую медаль, пусть даже официально потеряв звание победителя, звание олимпийского чемпиона.

Одна из самых интересных и известных историй произошла в 2004 году. На летних Олимпийских играх в Афинах в употреблении запрещённых веществ обвинили российскую толкательницу ядра Ирину Коржаненко. В её пробе был найден запрещённый препарат из ряда гормонов, который называется «станозолол». Однако, спортсменка медаль вернуть отказалась. После этого допинг - скандала Ирина Коржаненко покинула большой спорт. России пригрозили последствиями, но на атлетику это никак не отразилось.

Допинг получил название "главной нечистой силы» мирового спорта. Но запрещённые препараты - это лишь часть огромной коллекции медального обмана.

Так в 1980 г. американская бегунья Роза Руис пробежала Бостонский марафон и установила рекорд данной трассы. Очевидно, что такая гонка на протяжении нескольких часов не может не отразиться на состоянии спортсмена, дошедшего до финиша. Однако, пробежав марафон, Руис выглядела вполне бодро по сравнению с другими участниками соревнований. Сложившаяся ситуация не могла не насторожить организаторов. Решили проверить. Оказалось, никто не видел Розы ни на одном отрезке трассы, кроме финального. А чуть позже объявилась женщина, которая встретила Розу в метро. Эта встреча произошла в тот самый момент, когда Руис преодолевала марафонскую дистанцию. Данная история привела к тому, что организаторы соревнований в обязательном порядке ввели электронные чипы, для того, чтобы отслеживать тех, кто срезает маршрут.

Один из новых примеров современного велоспорта - на чемпионате мира по велокроссу в велосипеде 19-летней бельгийки и чемпионки Европы Фемке ван ден Дриссе обнаружили потайной электромотор, вращавший заднее колесо, который был спрятан в раме. Однако, во время гонки, на заключительном круге, велосипед спортсменки сломался, и чтобы дойти до финиша, пришлось его толкать. Данный случай применения технических средств оказался первым в мире, зафиксированном на чемпионате такого уровня.

Таким образом, профессиональный спорт не может существовать самостоятельно. Из-за слишком больших нагрузок на организм, спортсменам приходится прибегать к фармакологической поддержке. Она должна способствовать поддержанию здоровья атлетов, но на исходный результат не должна влиять.

В апреле этого года Всемирное антидопинговое агентство сообщило, если при содержании менее 1 микрограмма милдроната в допинг-пробе спортсмена, в основе которого лежит мельдоний, и сданной до 1 марта 2016 года, будет считаться допустимым показателем. На сегодняшний день сняли обвинения с трёх спортсменов Российской Федерации, представленных в зимних видах спорта.

А вот заседание Совета Международной ассоциации легкой атлетики,

который будет определять дальнейшую судьбу легкой атлетики нашей сборной, назначено на 17 июня. И пройдет оно в Австрии в городе Вена.

Поэтому, чтобы решать проблемы контроля за применением допинга в спорте специальные организации используются наиболее совершенные и новые методы анализа. Цель мирового спорта – защищать участников, атлетов, которые соревнуются честно, и гарантировать, что победы достаются только «чистым» спортсменам.

Использованные источники:

1. «Допинг. Его влияние на организм занимающегося спортом человека» URL: <http://www.ronl.ru> (дата обращения 30.05.2016).
2. Кулиненко С. Фармакология спорта. – 2007. URL: <http://athlete.ru> (дата обращения 30.05.2016).

*Бобкова А.-К.А.
магистрант 2-го курса
кафедра ИБМ-3
МГТУ имени Н.Э. Баумана
Россия, г. Москва*

ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА И МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ (ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ)

Аннотация: в статье осуществлен научный анализ основных этапов развития маркетинга, а также понятие «маркетинговые коммуникации»

Активное развитие современного рынка подталкивает всех его участников к поиску наиболее эффективных стратегий продвижения – как самих компаний, так и производимых ими продуктов. Как следствие, практики рынка заинтересованы в теоретических разработках, позволяющих вывести новые продукты на рынок, привлечь и удержать клиента, повысить конкурентоспособность.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые коммуникации, маркетинг-микс, этапы развития маркетинга, эволюция маркетинга, нанотехнологии, бизнес, рыночная философия.

Marketing, the main stages of its development, the term «marketing communications».

Annotation: This article is devoted to the complex description of the main stages of marketing development, and also the concept "marketing communications"

Active development of the modern market pushes all its participants to search of the most effective strategy of advance – both the companies, and products made by them. As a result, practitioners of the market are interested in the theoretical development allowing to bring new products to the market, to attract and hold the client, to increase competitiveness.

Key words: marketing, marketing communications, marketing mix, stages of marketing development, evolution of marketing, nanotechnology, business, market

philosophy.

В качестве прикладной и теоретической дисциплины маркетинг сформировался в США в конце 50-х. Тогда Институт Гамильтона (США) определил маркетинг как «деятельность, связанную с организацией процесса товародвижения от производителя к конечному потребителю»⁵¹.

Данное определение – как характеризующее глубинную суть маркетинга - можно считать актуальным и сегодня, в условиях современных нанотехнологий, несмотря на появление новых концепций, существенно расширивших понимание этого явления. Так, мы можем понимать под «маркетингом» как рыночную философию, так и научно-прикладную дисциплину, как вид профессиональной деятельности, так и научную систему управления бизнесом⁵², что позволяет выделить несколько подходов, характеризующие маркетинг как:

- научную сферу, изучающую рынок,
- комплекс мероприятий по продвижению продукта на рынок,
- философию ведения бизнеса,
- систему управления⁵³.

Исследователями разработаны следующие концепции, которые позволяют отследить основные этапы развития маркетинга и соответствующие идеи, возникающие на каждом из этих этапов:

1. *Концепция совершенствования производства.* Была распространена в США, после великой депрессии. Основной подход заключался в создании для покупателя доступного по цене и расположению товара, из чего следовала идея о необходимости совершенствования производства и создания более эффективных систем распределения⁵⁴. В данной концепции маркетинговым коммуникациям не уделяли особого внимания, так как в виду отсутствия широкого выбора товаров не было крайней необходимости в стимуляции к покупке потребителей. При таком подходе производитель был сравнительно равнодушен к запросам потребителя, а последний – в глазах компаний – представлял обезличенной массой. С точки зрения современного маркетинга, ориентированного на клиента, такой подход выглядит, несомненно, проигрышным⁵⁵.

2. Одновременно с этой концепцией разрабатывалась *концепция совершенствования товара.* Ее центральным положением стала идея о высоком спросе на такие и только такие товары, которые обладают наивысшим качеством. Многие компании сделали упор на качество своей продукции. Однако обе эти концепции были схожи в одном: они игнорировали предпочтения клиента⁵⁶.

⁵¹ Маркетинг: Сб. научн. трудов: Пер. с англ. /Под ред. Д.И.Костюхина. – М.: Прогресс, 1974. –С. 447

⁵² Бузни А.Н. Маркетинг как организационно-информационная аналитическая Система. Экономика и управление. № 5, 2006г

⁵³ Панкрухин А.П. Маркетинг. Учебник. Омега-Л., Москва. 2005

⁵⁴ Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. М.: Вильямс. 2007. – С 32

⁵⁵ Панкрухин А.П. Маркетинг. М.: Омега-Л.. 2005. - С 17.

⁵⁶ Панкрухин А.П. Маркетинг. М.: Омега-Л.. 2005. - С 17.

С середины 1930-х по 1970-е гг. маркетинг был основан на формировании комплекса мероприятий, преимущественно направленных на стимулирование сбыта и продаж.

3. Согласно *Концепции интенсификации коммерческих усилий*, которая доминировала среди производителей на протяжении этих десятилетий, предполагалось, что товары не будут приобретаться в достаточном количестве, если компания не уделит особого внимания сбыту и продажам. Сам процесс продаж стал краеугольным камнем этого подхода, а его сутью - забота о нуждах продавца, и скорейшем превращении его товара в деньги. Качеству товара и нуждам клиентов не уделялось должного внимания. Это привело к снижению доверия со стороны последних.

В 1970-х гг. маркетинговые методы были переосмыслены, - маркетингологи пришли к выводу, что необходимо решать проблемы сбыта путем создания комплексного метода, позволявшего применять инструменты и ценовой, и товарной политики, совершенствуя при этом политику стимулирования и продаж. Широко известный сегодня метод, разработанный Д. Маккарти в начале 1960-х г., был обозначен как «4Р» (product, place, price, promotion)⁵⁷. В середине 60-х появилось понятие «маркетинг-микс»⁵⁸.

4. Концепция общего маркетинга, плавно перешедшая в *концепцию маркетинга-микс*, также предполагала в виде главной цели получение прибыли, но акцент в ней был сделан на эффективное удовлетворение запросов потребителей. Понятие «маркетинг-микс» было впервые введено профессором Нейлом Борденом в 1964 году⁵⁹. Главной задачей концепции стала забота о нуждах потребителя и целого ряда факторов, объединенных в систему «4Р».

В 1980-х гг. начался следующий этап в развитии маркетинга, который длится по настоящее время. При продвижении компаний используются концепции стратегического, социально-ориентированного, индивидуального маркетинга, маркетинга отношений, маркетинга больших социальных общностей⁶⁰ :

5. *Социально-ответственный маркетинг* - это, как пишет Ф.Котлер, «установление нужд, потребностей и интересов целевых рынков и удовлетворение потребителей более эффективным, чем у конкурентов, способами при сохранении или укреплении благополучия потребителя и общества в целом»⁶¹ . Компании ориентируются на целевые рынки и интересы целевых аудиторий, вследствие чего производители ищут максимально эффективные способы, позволяющие удовлетворить потребителя. Маркетинговые коммуникации (МК) в данной концепции

⁵⁷ Багиев Г.Л., Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности. СПбГУЭФ. 2001.

⁵⁸ Панкрухин А.П. Маркетинг. М.: Омега-Л.. 2005. - С 18

⁵⁹ Багиев Г.Л., Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности. СПбГУЭФ. 2001.

⁶⁰ Панкрухин А.П. Маркетинг. М.: Омега-Л.. 2005. - С 19.

⁶¹ Котлер Ф. Основы маркетинга. Перевод с английского В. Б. Боброва. Общая редакция и вступительная статья Е. М. Пеньковой. Прогресс. Москва. 1991.

управления предприятием занимают ведущую роль. При использовании МК преследуется цель улучшения общественного мнения о компании и выстраивания лояльного отношения целевых аудиторий⁶².

6. *Концепция стратегического маркетинга* – ориентация на долгосрочные отношения с клиентами, постоянное изучение потребностей рынка, разработка эффективных товаров с особыми свойствами.

7. *В концепции индивидуального маркетинга* основным объектом внимания становится клиент, изучение его нужд и предпочтений. Методами индивидуального маркетинга являются применение коммуникаций на основе обратной связи, личном общении и постоянном взаимодействии с клиентом, - с целью формирования доверия и лояльности к компании и продукту .

На основе этих концепций сформировались системы CRM (Customer relationship management), суть которых - создание персонифицированных отношений с клиентами⁶³.

В настоящее время, в эпоху информатизации и глобализации, инновации и разработка новых технологий становятся основой конкурентоспособности компании на рынке, что влияет на поведение всех рыночных игроков и рынка в целом. Компании нуждаются в инновационных стратегиях и эффективных маркетинговых подходах, совершенствовании маркетинговых коммуникаций. Благодаря развитию новейших информационных каналов, появлению и продвижению инновационных разработок маркетинговые коммуникации приобрели новое значение и смысл, позволяя маркетологам активнее воздействовать на рынок и взаимодействовать с потребителем⁶⁴.

Итак, о понятии «маркетинговые коммуникации» как о самостоятельном инструменте заговорили в 1980-х гг. Рассмотрим несколько определений маркетинговых коммуникаций:

Профессор бельгийского университета Жан-Жак Ламбен считает, что «маркетинговые коммуникации – это совокупность сигналов, исходящих от компании в сторону различных аудиторий, в том числе потребителей, поставщиков, сбыта, акционеров, органов управления и сотрудников компании»⁶⁵ .

Понятие «маркетинговые коммуникации» понимается также как процесс передачи информации о продукте и компании целевой аудитории⁶⁶, где под «целевой аудиторией» (ЦА) понимается группа людей, получающая маркетинговое сообщение и способная реагировать на него.

Дж. Бернет и С. Мориарти дают похожее определение маркетинговым коммуникациям: «маркетинговые коммуникации - ...процесс передачи

⁶² Ромат Е. В. Реклама. Учебник для вузов. СПб, Питер. 2008., – С 102-105

⁶³ <http://www.cfin.ru/itm/crm-review.shtml?printversion>

⁶⁴ Лебединцева Е. С. Роль концепции инновационного маркетинга в условиях кризиса. Е. С. Лебединцева, Р. М. Минibaев. Научные труды Вольного экономического общества России. – 2010. – Т. 130. – С 243-248

⁶⁵ Жан-Жак Ламбен, профессор Католического университета де Лова (Бельгия) «Стратегический маркетинг» Европейская перспектива, Санкт-Петербург, «Наука», 1996. – С 499.

⁶⁶ Солнцев С.А., Генъ Т.А. Экономика, Менеджмент и Маркетинг. БизнесИнформ №4(3) 2009, - С 167

информации о товаре целевой аудитории, т.е. той группе людей, которые потенциально имеют возможность реагировать на полученные ими маркетинговые сообщения»⁶⁷.

В учебнике отечественного исследователя А. Романова дано следующее определение: «Маркетинговые коммуникации – это связи, образуемые фирмой с контактными аудиториями (потребителями, поставщиками, партнерами и т.п.) посредством различных средств воздействия, к каковым относятся реклама, PR, стимулирование сбыта, пропаганда, личная продажа, а так же неформальных источников информации в виде молвы и слухов»⁶⁸, где главными задачами маркетинговой коммуникации, автор считает эффективное донесение информации о конкурентных отличиях компании, ее товара и бренда до целевой аудитории.

Целью маркетинговой коммуникации является содействие ускорению процесса прохождения потребителей через следующие этапы взаимодействия с продуктом:

1. Информированность: получение информации о новом продукте;
2. Заинтересованность: покупатель сам ищет информацию о новом продукте;
3. Оценка: потребитель оценивает, стоит ли опробовать новый продукт;
4. Аprobация: опробование нового продукта;
5. Принятие: потребитель принимает новый товар и решение его приобрести⁶⁹.

Предметом маркетинговой коммуникации является:

1. Цена товара;
2. Товар и его свойства;
3. Имидж компании;
4. Фирменный стиль, логотип и знак;
5. Мероприятия по стимулированию продаж;
6. Мероприятия по связям с общественностью.

Стратегия маркетинговой коммуникации основывается на том, что для каждой конкретной целевой аудитории подходит свой набор эффективных сообщений и каналов коммуникации, - и для выбора наиболее оптимальной стратегии подбирается оптимальный коммуникационный набор. Как правило, компании используют интегрированные МК, то есть маркетинговый микс, который достигается с помощью синергического эффекта, а именно – путем сочетания рекламы, директ-маркетинга, стимулирования сбыта, PR и других коммуникационных средств и приемов⁷⁰.

Маркетинговые коммуникации являются частным случаем массовых

⁶⁷ Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход. – СПб.: Питер. 2006.

⁶⁸ Романов А.А., Панько А.В. Маркетинговые коммуникации. М.: ЭКСМО. 2006., - С 11

⁶⁹ Рыжикова Т.Н. Аналитический маркетинг. Учебное пособие. М.:ИДФРА-М, 2013. – С 210-211, 220

⁷⁰ Толмачев О.М. Инновационные маркетинговые коммуникации как инструмент обеспечения устойчивого развития предприятий. Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. Тольятти. 2015. - № 2. (24) - С.52.

коммуникаций и имеют следующие особенности, которые определяют успех взаимодействия между потребителем и производителем⁷¹ :

- Целенаправленность характера коммуникаций. В отличие от массовых, маркетинговые коммуникации имеют точную направленность на целевую аудиторию.

- Повторяющийся характер сообщений. Как правило, рекламные сообщения многократно дублируются для получения определенной частоты коммуникации и достижения максимально эффективного воздействия на ЦА.

- Комплексность методов воздействия на аудиторию. Рекламные сообщения, к примеру в СМИ, дополняются методами прямого маркетинга, личными продажами, стимулированием сбыта и т.п..

- Маркетинговые коммуникации, как правило, имеют характер убеждения и используют как аргументацию, так эмоциональное воздействие на целевую аудиторию.

Среди основных целей маркетинговых коммуникаций:

- донесение информации о продукте клиенту,
- повышение продаж и узнаваемости бренда,
- создание имиджа компании и товара,
- влияние на предпочтения и убеждения клиентов,
- поддержание репутации бренда,
- получения ответной реакции о компании и продукте.

Разработка стратегии маркетинговых коммуникаций состоит из следующих этапов:

- Постановка задачи и цели для МК;
- Определение целевой аудитории;
- Определение желаемой ответной реакции от целевой аудитории;
- Разработка сообщения, а именно, его содержания, структуры и оформления;
- Выбор источника сообщения и канала коммуникации;
- Определение бюджета;
- Оценка полученных результатов⁷².

Как говорилось ранее, для воздействия на потребителя компании используют различного рода каналы маркетинговых коммуникаций, - где под каналом понимается средство для организации передачи информации от адресанта к адресату, - с помощью которых достигается наиболее высокий уровень продаж.

Использованные источники:

1. Багиев Г.Л., Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности. СПбГУЭФ. 2001.
2. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход. – СПб.: Питер. 2006.

⁷¹ Романов А.А., Синяева И.М., Поляков В.А.. Маркетинговые коммуникации. М.: Инфра-М, 2012., - С 15-19

⁷² Дейнекин Т.В. Маркетинговые коммуникации. Учебно-методологический комплекс. Изд.центр ЕАОИ. Москва. 2008., - С 7

3. Бузни А.Н. Маркетинг как организационно-информационная аналитическая система. Экономика и управление. № 5, 2006г
4. Дейнекин Т.В. Маркетинговые коммуникации. Учебно-методологический комплекс. Изд.центр ЕАОИ. Москва. 2008., - С 7.
5. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. М.: Вильямс. 2007. – С 32.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. Перевод с английского В. Б. Боброва. Общая редакция и вступительная статья Е. М. Пеньковой. Прогресс. Москва. 1991.
7. Ламбен Ж.Ж. «Стратегический маркетинг» Европейская перспектива, Санкт-Петербург, «Наука», 1996. – С 499..
8. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Перевод с французского. СПб., Наука. 1996., - С 19
9. Лебединцева, Р. М. Минибаев. Научные труды Вольного экономического общества России. – 2010. – Т. 130. – С 243-248.
10. Панкрухин А.П. Маркетинг. Учебник. Омега-Л., Москва. 2005. С 17-20
11. Романов А.А. Панько А.В. Маркетинговые коммуникации. М.: ЭКСМО. 2006., - С 11
12. Романов А.А., Синяева И.М, Поляков В.А.. Маркетинговые коммуникации. М.: Инфра-М, 2012., - С 15-19
13. Ромат Е. В. Реклама. Учебник для вузов. СПб, Питер. 2008., – С 102-105
14. Рыжикова Т.Н. Аналитический маркетинг. Учебное пособие. М.:ИНФРА-М, 2013. – С 210-211, 220
15. Солнцев С.А, Генъ Т.А. Экономика, Менеджмент и Маркетинг. БизнесИнформ №4(3) 2009, - С 167
16. Толмачев О.М. Инновационные маркетинговые коммуникации как инструмент обеспечения устойчивого развития предприятий. Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. Тольятти. 2015. - № 2. (24) - С.51-55.
17. <http://www.cfin.ru/itm/crm-review.shtml?printversion>

Бобылева М.Н.
 1 курс магистратуры
 факультет «Менеджмент»
 направление «Инвестиционный и финансовый менеджмент»
 Литвинов А.Н., к.э.н.
 научный руководитель, доцент
 кафедры «Инвестиционный менеджмент»
 Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
 Россия, г. Москва

**ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ НА ПУТИ РАСШИРЕНИЯ
 СОТРУДНИЧЕСТВА ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА В СФЕРЕ
 ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ**

Количественный и качественный анализ проектов в сфере
 государственно-частного партнерства в России позволяет сделать выводы об

обстоятельствах, осложняющих привлечение средств частного бизнеса в объекты инфраструктуры в нашей стране и обозначить условия преодоления существующих сложностей в контексте современных политических и экономических реалий.

Quantitative and qualitative analysis of the public-private partnership (PPP) projects in Russia allows to draw conclusions about the difficulties occurring during the process of obtaining private sector funds to create and modernize infrastructure projects and determine the conditions which could be a trigger to overcome the existing hurdles taking into account current political and economic realities.

Ключевые слова: инфраструктура, государственно-частное партнерство, привлечение частных инвестиций, инновационные проекты, инвестиционная привлекательность

Key words: infrastructure, public-private partnership, bringing in private investments, innovation projects, investment attractiveness

Практические условия, в которых осуществляется планирование и реализация инфраструктурных проектов в России, безусловно, заслуживают тщательного анализа. Отдельное внимание также важно уделить текущему состоянию функционирования механизма ГЧП в нашей стране и в мире.

В европейских странах опыт реализации проектов на основе государственно-частного партнерства насчитывает уже более двадцати лет. В последние несколько лет наблюдается устойчивый тренд роста числа подобных проектов как в количественном, так и в денежном выражении. В частности, в 2012 году суммарный объем завершенных сделок ГЧП европейского рынка превысил отметку в 6 млрд. евро⁷³.

Чтобы понять, на каком этапе развития находится государственно-частное сотрудничество в данный момент в России, следует обратиться к результатам исследования, подготовленного Министерством экономического развития Российской Федерации и Центром развития государственно-частного партнерства при поддержке Торгово-промышленной палаты Российской Федерации. В рамках исследования в 2015 году было проанализировано 586 проектов (для сравнения в 2014 году в рамках исследования было проанализировано 131 проект), находившихся на различных стадиях, от инициирования до эксплуатации объекта.

В частности, по состоянию на 1 марта 2015 года выявлено:

- 1) В 68 регионах принят закон об участии субъекта Российской Федерации в государственно-частных партнерствах;
- 2) В 40 регионах действуют нормативные акты, устанавливающие порядок работы с проектами государственно-частного партнерства;
- 3) В 74 субъектах приняты инвестиционные меморандумы, программы или стратегии, в которых упоминается государственно-частное

⁷³ [Булынин И. В. Международный опыт в сфере государственно-частного партнерства: анализ, оценка, использование в российских условиях, Вестник Воронежского института МВД России, — 2010 - №1]

партнерство как механизм привлечения инвестиций;

4) В 76 регионах созданы органы власти субъекта РФ, функциональные подразделения и/или коллегиальные органы, ответственные за развитие ГЧП;

На основании исследования сделан вывод о том, что опыт работы с проектами государственно-частного партнерства имеется в 68 субъектах Российской Федерации, в то время как в 17 субъектах Российской Федерации нет проектов государственно-частного партнерства даже на стадии инициирования.

Инвестиционная привлекательности регионов оценивалась в соответствии с данными Рейтингового агентства «Эксперт». В большинстве случаев существующая экономическая ситуация негативно влияет на инвестиционную привлекательность ряда субъектов.

Стоит также сказать о снижении объемов инвестиций, привлекаемых в проекты ГЧП - несмотря на рост общего числа реализуемых проектов, по итогам 2014 года в рамках проектов ГЧП было привлечено 200,9 млрд. рублей частных инвестиций⁷⁴.

В то же время, по данным аналитической компании Business Monitor International, потребность в создании и модернизации объектов инфраструктуры в России на ближайшие 5 лет составляет около 1,26 триллиона долларов. Государство и муниципалитеты, соответственно, не располагают столь значительными необходимыми средствами, таким образом, на данный момент в России средства вкладываются только в 3 % объектов, считающихся приоритетными⁷⁵.

После рассмотрения теоретических преимуществ ГЧП для всех вовлеченных сторон и анализа масштабов фактического сотрудничества государства и бизнеса возникает закономерный вопрос, в чем заключаются сложности привлечения инвестиций в финансирование инфраструктурных проектов в России? Чтобы иметь возможность сделать обоснованные выводы, обратимся к имеющимся в свободном доступе исследованиям.

Респонденты опроса⁷⁶ едины во мнении, что главными препятствиями на пути более широкого распространения ГЧП в России являются:

1. Неспособность российского законодательства отвечать современным требованиям, несовершенство законодательной базы и недостаток правоприменительной практики;

⁷⁴ [Рейтинг регионов России по уровню развития государственно-частного партнерства [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации совместно с Центром развития государственно-частного партнерства при поддержке Торгово- промышленной палаты, — 2014–2015. Режим доступа: http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/12d18e9e-946b-483a-bd63-c203347a4693/raytingREG-Block_26-03-2015_web.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=12d18e9e-946b-483a-bd63-c203347a4693 (дата обращения: 31.03.2016)]

⁷⁵ [Виньков А., Сивоков Д. Пошли купаться в голубом океане // Эксперт. — 2013. — № 17—18 (849). — с. 36—43]

⁷⁶ [Ernst & Young, 2012 г. [Электронный ресурс] // How to make PPP work in Russia. Режим доступа: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Russian-PPP-Survey-2012-ENG/\\$FILE/Russian-PPP-Survey-2012-ENG.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Russian-PPP-Survey-2012-ENG/$FILE/Russian-PPP-Survey-2012-ENG.pdf) (дата обращения: 31.03.2016)]

2. Низкое качество подготовки и последующей реализации инфраструктурных проектов;

3. Неготовность со стороны государства осуществлять ГЧП на взаимовыгодных условиях наряду с восприятием в среде российского бизнеса ГЧП и концессий как проектов с крайне высокими рисками и низкой доходностью, неопределенностью относительно будущих условий.

4. Отсутствие тщательно разработанных проектных брифов, которые могли бы стать привлекательными для инвесторов;

5. Отсутствие исполнительных органов, ответственных за инициирование и реализацию проектов ГЧП;

6. Высокая стоимость модернизации существующих инфраструктурных проектов и запуска новых проектов;

7. Недостаточное количество участников рынка для обеспечения высокого уровня конкуренции;

8. Текущая экономическая ситуация и ее следствия (неготовность частного бизнеса инвестировать в долгосрочные проекты и проч.).

Продуктивное сотрудничество федеральных и частных структур, а также успешное осуществление проектов на базе ГЧП в настоящий момент в России, по словам член-корреспондента Академии наук Республики Татарстан, академика РАН В.Н. Лихачева, возможны при соблюдении следующих условий⁷⁷:

1. Необходимо дальнейшее формирование общей среды развития ГЧП. Требуется адаптация организационной структуры проектов к региональным аспектам.

2. Важно совпадение направлений работы и конечных целей бизнеса и государства.

3. Неотъемлема организация демократического мониторинга проектов и одобрение их населением.

4. Важно усовершенствование законодательной базы и расширение правоприменительной практики. Отдельным пунктом стоит подчеркнуть необходимость развития региональной законодательной базы.

5. Между государством и бизнесом обязательно наличие доверительных отношений.

6. Требуется укрепление существующих гарантий со стороны государства партнерам из частного сектора.

7. Необходимо создание единого исполнительного органа по вопросам ГЧП, формулирование унифицированной стратегии развития ГЧП в России⁷⁸.

8. Обязательным условием является повышение прозрачности функционирования государственных структур в области реализации

⁷⁷ [Пьянкова К.В., Косвинцев Н.Н. Государственно-частное партнерство: преимущества и недостатки для государства и бизнеса, Вестник Пермского университета, раздел Экономика, 2010 – 4(7) с. 14]

⁷⁸ [Сазонов В.Е. Преимущества, недостатки и риски государственно-частного партнерства, Москва, Вестник РУДН, серия Юридические науки, 2012 – 3. - с.101]

проектов.

Все вышеперечисленные аспекты формируют пул требований к созданию базы для функционирования механизма ГЧП в России.

Таким образом, потребность в развитии государственно-частного партнерства в регионах и муниципальных образованиях теоретически обусловлена его прибыльностью и эффективностью для обеих сторон: региональные органы власти получают дополнительные возможности для решения определенных задач, связанных с рационализацией территориальной структуры экономической системы и предотвращением социальных волнений; в то время как бизнесу обеспечиваются подкрепленные государством гарантии получения материальной выгоды.

Тем не менее, в российской практике на данный момент ГЧП, несмотря на декларируемые преимущества рассматриваемого механизма, развивается недостаточно динамично (в частности, по сравнению с европейскими странами). Резюмируем основные проблемные аспекты государственно-частного партнерства в нашей стране, выделяемые исследователями: это, в первую очередь, несовершенство законодательной базы, наряду с недостаточным нормативно-правовым регулированием, стоит отметить слабую степень доверия в отношениях государства и бизнеса, разность подходов вовлеченных сторон к конечным итогам взаимодействия и некоторые институциональные трудности в виде отсутствия уполномоченного исполнительного звена в структуре государственных органов России. Тем не менее, отмечаются определенные перспективы развития механизма ГЧП в России при реализации, в первую очередь, государством некоторых шагов, таких как укрепление гарантий частным партнерам или более детальная проработка стратегических брифов, способных привлечь рационального инвестора к участию в проекте. Тем не менее, на данный момент перспективы развития механизма ГЧП в нашей стране более чем оптимистичные, многие исследователи отмечают, что государственные проекты будут, по крайней мере, частично, финансироваться частным сектором⁷⁹, а также распространяются убеждения в том, что частное финансирование в целом играет ключевую роль во внедрении передового опыта и позволяет снизить давление на государственный бюджет.

Использованные источники:

1. Булынин И. В. Международный опыт в сфере государственно-частного партнерства: анализ, оценка, использование в российских условиях, Вестник Воронежского института МВД России, — 2010 - №1.
2. Виньков А., Сивоков Д. Пошли купаться в голубом океане // Эксперт т. — 2013. — № 17—18 (849). - с. 36-43.
3. Рейтинг регионов России по уровню развития государственно-частного

⁷⁹ [Смит Д., Ковалев Д. [Электронный ресурс] // Приложение к исследованию 2013 года «Инфраструктурные проекты в странах Центральной и Восточной Европы и СНГ». Режим доступа: <https://www.pwc.ru/en/globalisation/assets/delivery-capital-projects/cee-cpi-report-rus.pdf> (дата обращения: 14.04.2016)]

партнерства [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации совместно с Центром развития государственно-частного партнерства при поддержке Торгово-промышленной палаты, — 2014–2015. Режим доступа: http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/12d18e9e-946b-483a-bd63-c203347a4693/raytingREG-Block_26-03-2015_web.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=12d18e9e-946b-483a-bd63-c203347a4693 (дата обращения: 31.03.2016).

4. Пьянкова К.В., Косвинцев Н.Н. Государственно-частное партнерство: преимущества и недостатки для государства и бизнеса, Вестник Пермского университета, раздел Экономика, — 2010 – 4(7). – с. 12

5. Сазонов В.Е. Преимущества, недостатки и риски государственно-частного партнерства, Москва, Вестник РУДН, серия Юридические науки, — 2012 – 3. - с.101

6. Смит Д., Ковалев Д. [Электронный ресурс] // Приложение к исследованию 2013 года «Инфраструктурные проекты в странах Центральной и Восточной Европы и СНГ». Режим доступа: <https://www.pwc.ru/en/globalisation/assets/delivery-capital-projects/cee-cpi-report-rus.pdf> (дата обращения: 14.04.2016)

7. Ernst & Young, — 2012 г. [Электронный ресурс] // How to make PPP work in Russia. Режим доступа: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Russian-PPP-Survey-2012-ENG/\\$FILE/Russian-PPP-Survey-2012-ENG.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Russian-PPP-Survey-2012-ENG/$FILE/Russian-PPP-Survey-2012-ENG.pdf) (дата обращения: 31.03.2016)

*Богдан В. Е.
студент, 2 курс
факультет «бренд-стратегия»
Высшая Школа Брендинга
Россия, г. Москва*

РАЗРАБОТКА МЕТОДА АНАЛИЗА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ТЕОРЕТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПРОЕКТИРОВАНИЯ, ВНЕДРЕНИЯ, УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА В БРЕНДИНГЕ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ

В статье рассматриваются вопросы, связанные с разработкой системы мерчендайзинга на предприятиях розничной торговли и контроля состояния. Также приводятся практические методы, позволяющие оценить состояние мерчендайзинга в торговых точках и выявить имеющиеся проблемы, связанные как с мерчендайзинговыми мероприятиями, так и с квалификацией персонала. В качестве выводов приведены примеры ошибок мерчендайзинга в магазинах торговой сети «Наш дом».

система мерчендайзинга, анализ структуры чеков, привлекательность торговых площадей, ABC-анализ, XYZ-анализ, вовлеченность персонала.

Разработка метода анализа современного состояния и теоретических решений проектирования, внедрения, управления системой мерчендайзинга в брендинге розничных сетей

Правильные спланированные маркетинговые мероприятия, связанные с мерчендайзингом, можно разделить на следующие основные этапы:

- анализ ситуации в торговой точке, выявление проблем и планирование предстоящих работ;
- непосредственно мерчендайзинговые мероприятия;
- анализ полученных результатов.

При этом должны быть разработаны и применяться четкие критерии, по которым будет оцениваться эффективность проводимых маркетинговых мероприятий.

Как пример для оценки состояния мерчендайзинга на предприятии торговли будет рассмотрена торговая сеть «Наш дом», которая занимается продажей товаров для дома. Предварительные исследования выявили необходимость принятия следующих шагов для повышения актуальности данного бренда:

- повышение эффективности торговых площадей;
- привлечение новой целевой аудитории и увеличение посещаемости магазинов;
- выработка оригинального позиционирования и отстройка от конкурентов;
- создание современного имиджа бренда и актуальную концепцию магазинов торговой сети;
- разработка стандартов эффективного развития торговой сети, в частности мерчендайзинга.

Для более детального исследования состояния мерчендайзинга магазинов торговой сети «Наш дом» была разработана соответствующая концепция и использовались методики приведенные ниже.

1. Критерии, по которым будет оцениваться эффективность проводимых маркетинговых мероприятий

К сожалению, многие предприятия розничной торговли практически не проводят тщательного анализа ситуации в магазине и используют маркетинговые инструменты, опираясь на интуицию и исходя из своего понимания «как оно должно работать» или зная, что существуют методики мерчендайзинга, которые помогают увеличить продажи и слепо их применяют. На самом деле маркетинг достаточно точная наука, которая позволяет производить качественный и количественный анализ, выявлять наиболее проблемные места в магазине и товары, требующие продвижения.

Эффективная методика оценки применения инструментов мерчендайзинга в обязательном порядке должна включать, как экономические критерии, так и социальные. К экономическим критериям относятся разнообразные методики анализа, показывающие, насколько

эффективно проведенные мерчендайзинговые мероприятия изменяют финансовую ситуацию. К социальным критериям относятся разнообразные опросники (анкеты), позволяющие выявить потребности потребителей и выясняющие квалификацию, вовлеченность и профессионализм персонала.

Методика оценки эффективности мерчендайзинга включает в себя следующие этапы:

- разработка концепции мерчендайзинга, включая критерии оценки эффективности;
- внедрение стандартов в деятельность торгового предприятия;
- оперативный контроль и оценка эффективности мерчендайзинговых мероприятий с помощью утвержденных критериев;
- анализ полученных показателей оценки эффективности (связанных и не связанных с мерчендайзингом);
- предложения по изменению или частичной корректировке стандартов мерчендайзинга.

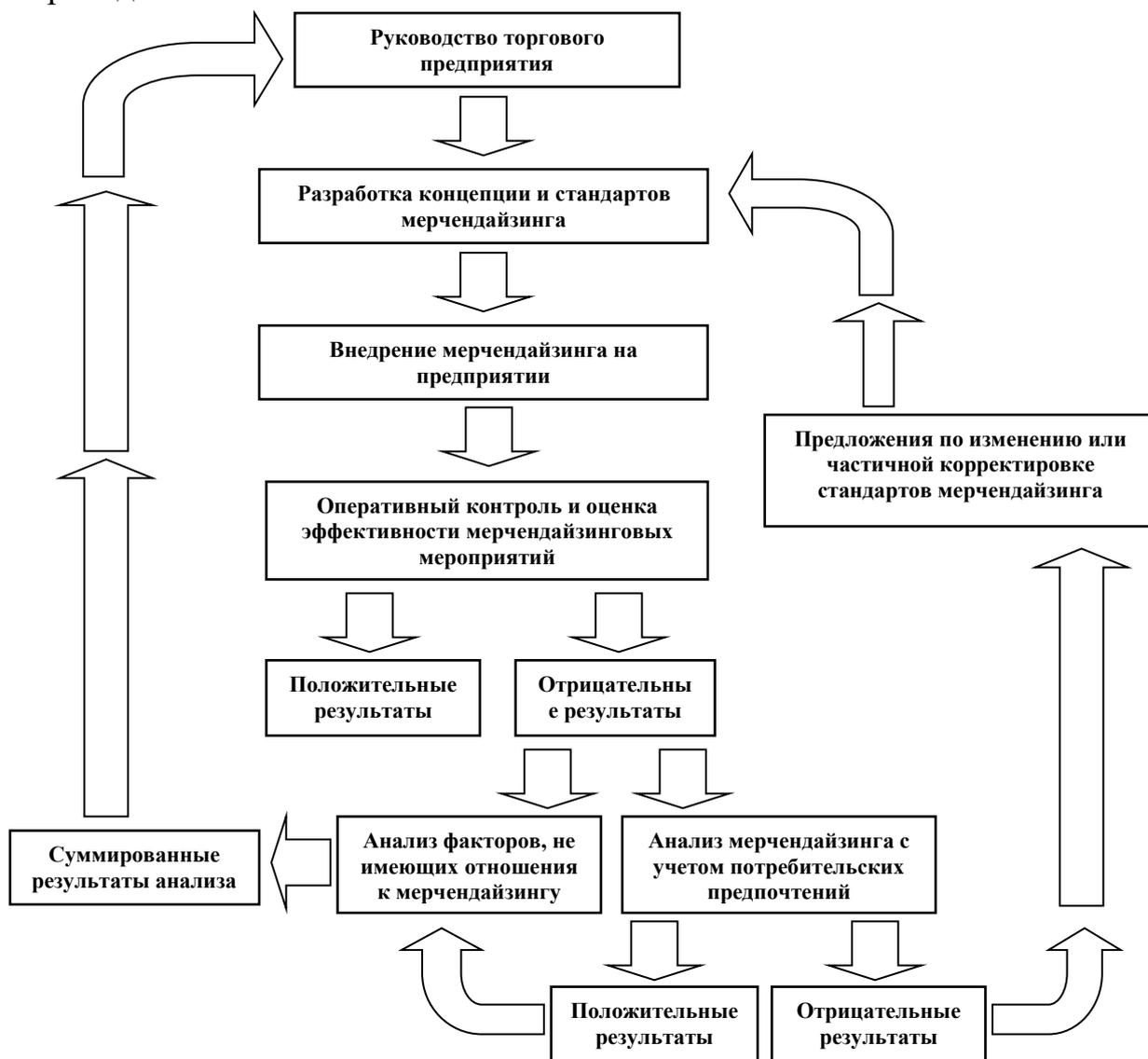


Рисунок 1.1. Этапы оценки эффективности применения мерчендайзинга в торговой точке

Прежде, чем перейти к рассмотрению показателей следует уяснить одну истину: эффективность использования мерчендайзинговых мероприятий проверяется исключительно изменением продаж, их увеличением или уменьшением. При наличии альтернативных товаров, увеличение происходит за счет отбора части объема продаж у конкурентной продукции. Если у товара нет явных/существенных конкурентов на территории торговой точки, то увеличение достигается за счет расширения и увеличения точек выкладки, более действенной презентации и оформления POS-материалами, в частности, ценниками.

2. Экономические критерии оценки деятельности торговой точки

К основным видам оценки эффективности работы торговой точки относятся:

- анализ динамики средней суммы в чеке и количества покупок по дням недели;
- анализ динамики товарооборота и прибыли;
- анализ сумм структуры чеков;
- анализ эффективности использования торговых площадей;
- анализ эластичности площади;
- ABC-анализ (анализ структуры товарооборота и прибыли)
- XYZ-анализ (анализ стабильности продаж товарных групп и отдельных товаров)

2.1 Оценка привлекательности торговой площади

Для оценки того, насколько торговое пространство привлекательно для потребителей и качественно выполнена планировка торгового зала, используются следующие показатели:

- среднее время пребывания потребителей в торговой точке;
- среднее количество людей, совершивших покупки, и распределение количества посетителей по дням недели;
- процент посетителей, совершивших покупки, от общего количества людей, пришедших в магазин;
- анализ структуры чеков;
- равномерность распределения показателей товарооборота с 1 квадратного метра площади в различных отделах;
- анализ пространства магазина и выявление зон с низкой эффективностью использования торговых площадей.

Далее рассмотрим приведенные показатели более подробно.

2.2 Среднее время пребывания потребителей в торговой точке

В большинстве случаев, количество покупок, совершенных посетителем, прямо пропорционально времени, проведенному им в магазине. Посещая торговую точку, человек должен не только приобрести необходимые ему товары, но и получить информацию о предлагаемых магазином товарах и услугах. Если покупатель находится в торговой точке недостаточно долго, то это является показателем того, что его не удалось «зацепить», или о неэффективном расположении товаров в соответствии с типом спроса. Для

оценки времени нахождения покупателей в торговой точке в основном используется визуальное наблюдение. В некоторых, особо продвинутых компаниях, данный процесс предпочитают автоматизировать. Для этого на тележки и корзины закрепляют треккер и присваивают ему соответствующий номер, система слежения автоматически определяет, сколько времени устройство находится в зале, во сколько «вошло» и когда «вышло».

2.3 Среднее количество людей, совершивших покупки, и распределение количества посетителей по дням недели

Данный показатель, в первую очередь, показывает привлекательность торговой точки для потребителей из средней и дальней торговых зон. Сразу стоит сказать, что на данный показатель сильное влияние имеют такие факторы, как расположение магазина, разнообразие ассортимента и уровень цен, но при этом значение планировочного фактора также присутствует. Анализ динамики количества покупателей необходимо проводить по дням недели.

2.4 Процент посетителей, совершивших покупки, от общего количества людей, пришедших в магазин

В первую очередь данный показатель используется в торговых точках, занимающихся продажей непродовольственных товаров. Соотношение «покупатели/посетители» позволяет оценить эффективность использования торгового пространства магазинов, работающих по принципу самообслуживания. В торговых точках, где покупки можно совершить только с помощью продавцов, данное соотношение демонстрирует удобство расположения расчетных узлов и качество обслуживания. В таких магазинах большинство посетителей отказываются от импульсной покупки только из-за того, что продавца приходится ждать или даже искать.

2.5 Анализ структуры чеков

Анализ структуры чеков прекрасно подходит выявить привлекательность торгового зала и оценить эффективность торгового пространства. Прелесть данного типа анализа заключается в том, что он достаточно прост в обработке и не требует значительных временных и материальных затрат.

Использование анализа структуры чеков позволяет решить следующие задачи:

- оценка эффективности использования различных торговых площадей магазина и мерчендайзинга;
- оценка ассортимента и ценовой политики торговой точки;
- выявление групп покупателей и анализ покупательских корзин (состав чеков различных групп покупателей);
- анализ наиболее часто встречающихся товаров в чеках (наиболее крупных чеках, чеков различных групп покупателей, чеках в какое-либо время суток), что позволяет оптимизировать систему поставок;
- выявление совместно покупаемых товаров (основные, сопутствующие).

Показатель среднего количества наименований в чеке позволяет оценить успешность торгового пространства для совершения покупок. При этом важно понимать, что использование мерчендайзинга, особенно в магазинах с большой площадью торговых помещений, позволяет исправить ситуацию лишь частично. В процессе работы возможности мерчендайзера достаточно ограничены – он может управлять товарами и POS-материалами. Более масштабные действия – изменение маршрута движения покупателей, воздействия цвета, освещения и акцентирование, должны закладываться на этапе проектирования и оформления магазина.

Ситуацию в торговой точке можно считать удовлетворительной, если доля чеков с 1-3 позициями или небольшими суммами составляют небольшой процент от общего количества. При этом стоит учитывать, что в некоторых случаях стоимость одной покупки может значительно превышать суммы в чеке с 10-20 позициями. Именно поэтому важно проводить анализ чеков, разделенных по сумме покупок. В большинстве случаев такое разделение позволяет выявить ситуацию, когда потребители уходят из магазина, совершив средние и мелкие покупки основных/необходимых товаров, при этом, не приобретая импульсные и сопутствующие товары.

Разделение чеков по диапазонам цен необходимо регулярно корректировать, исходя из внешних и внутренних изменений. Стоит учитывать, что процесс анализа и формулирования выводов достаточно индивидуален, и зависит от многих факторов, таких, к примеру, как формат и товарный ассортимент торговой точки. Выявление целевых соотношений, принятие тех или иных значений показателей положительными являются личным делом руководства магазина или опираются на изначально разработанную концепцию мерчендайзинга, и единого рецепта на данный счет не существует. Также, при проведении анализа структуры чека, важно учитывать следующие факторы:

- товарный ассортимент торговой точки;
- ценовой диапазон представленных в магазине однотипных товаров;
- видовой ассортимент магазина;
- типы покупателей, посещающие магазин;
- сезонность товаров;
- текущий сезон (при наличии в ассортименте магазина сезонных товаров);
- площадь торговых площадей;
- местоположение магазина;
- режим работы магазина;
- конкурентная ситуация в районе расположения торговой точки;
- наличие/отсутствие постоянных, крупных покупателей;
- процентное отношение товаров известных брендов в ассортименте к менее известным/локальным товарам;
- качество работы поставщиков;
- уровень мотивации персонала магазина;

- ценовая политика торговой точки;
- стратегические приоритеты и т.д.

Анализ структуры чеков желательно производить не реже одного раза в месяц. При проведении анализа за период более чем раз в месяц (например, за квартал), полученные данные по структуре чеков все равно необходимо разбивать/обрабатывать по месяцам, а не в целом за выбранный период.

Анализ структуры чеков – вещь, конечно, хорошая и во многих случаях необходимая. Однако не стоит недооценивать роль менеджмента торговой точки в данном процессе. Ведь выработать необходимую концепцию и грамотную методику анализа, выявить ключевые показатели, определить целевые соотношения, объективно отразив ситуацию, в которой работает магазин, может только квалифицированный менеджер. Необходимо помнить, что проведение данного вида анализа не является самоцелью. Куда более важно правильно интерпретировать полученные данные/результаты, сделать грамотные выводы и предпринять наиболее адекватные действия для улучшения/сохранения ситуации в торговой точке.

В случае если анализ структуры чеков выявил неудовлетворительную ситуацию в торговой точке, мерчендайзеру следует обратить внимание на следующие факторы:

- неэффективное расположение товаров. При посещении торговой точки покупатель сразу находит необходимые/целевые товары, таким образом, не успевает или не имеет возможности осмотреть все предложения. Отсюда небольшое количество позиций в чеке;

- покупатель не видит импульсных или сопутствующих товаров;
- отсутствие сопутствующих товаров;
- неудачная выкладка товаров/неправильно подобранный ассортимент;
- чрезмерно высокие для территории, на которой расположен магазин, цены, как вариант, неправильно подобранный уровень торговых марок. Если магазин специализируется на товарах «средней» категории, то с большой вероятностью дорогие продукты в нем будут продаваться плохо;

- навязчивые/неквалифицированные продавцы-консультанты. Не редки ситуации, когда консультант, после того, как помог покупателю выбрать необходимый товар, отправляет его сразу на кассу, не давая тем самым осмотреть дополнительно другие товары. Другой вариант поведения продавцов, заставляющий покупателей сократить время пребывания в магазине «агрессивная охрана». Следующий за покупателем продавец-консультант, внимательно присматривающийся в его действиям, вызывает раздражение и желание поскорее покинуть торговую точку.

2.6 Равномерность распределения показателей товарооборота с 1 квадратного метра торговой площади в различных отделах

Для проведения данного анализа необходимо на плане торговой точки выделить зоны/отделы, приносящие одинаковый товароборот с 1 квадратного метра торговой площади. Проводя данный вид анализа, следует помнить, что неравномерность полученной картины свидетельствует не о том,

что часть отделов работает лучше, а о том, что в торговой точке имеется большое количество слабых мест. Следует понимать, что товарооборот в различных отделах имеет зависимость от вида представленной продукции и характера спроса на нее. Тем не менее, участки с низким товарооборотом нельзя воспринимать как «неизбежное зло», ими необходимо заниматься и подтягивать до уровня лидеров.

2.7 Отсутствие зон с низкой эффективностью использования торговых площадей

Данный показатель, является одним самых важных при анализе деятельности торговой точки.

Показатель эффективности использования торговой площади является одним из важнейших в анализе деятельности магазина. Для оценки его эффективности и распределения места для групп необходимо рассчитать: показатели доли продаж товарных групп и показатели доли выкладки товарных групп.

Эффективность использования торговой площади высчитывается как отношение доли продаж товарной группы к доле выкладки группы.

Для крупноразмерных товаров принимается площадь в квадратных метрах, для мелкогабаритных используют погонные метры, по суммарной длине места на полках стеллажей. Если значение данного показателя превышает единицу, то это говорит об эффективном использовании торговой площади, при значении коэффициента менее 0,6 – необходимо принимать меры по его увеличению. Низкое значение показателя эффективности использования площадей говорит о необходимости оптимизации ассортимента и выкладки товаров в товарных группах. Для этого требуется диагностировать причину низкого значения коэффициента и произвести необходимые мероприятия по ее устранению. В таблице, приведенной ниже, приведены наиболее типичные причины снижения показателя эффективности использования площадей, и даны рекомендации по их устранению.

Таблица 1.1. Причины низкой эффективности использования площадей и пути их устранения

Причина	Мероприятия по устранению
Периодически отсутствующим наиболее востребованным торговым маркам, проблемы с поставками	Внести коррективы в график заказа товаров. Оптимизировать внутренний учет и логистику
Неэффективная выкладка товаров: - бренды, пользующиеся низким спросом, выставляются в большом количестве и занимают места марок-лидеров - вынесение товара/марки из группы вместо	Соблюдение утвержденных в магазине стандартов и правил выкладки и границ места, отводимого под товары определенного бренда

его дублирования	Соблюдение правила основной и дополнительной точек продаж товара
Неэффективный ассортимент внутри товарной группы	Удаление из ассортимента брендов/видов, пользующихся недостаточным спросом
Особенности планировки зала	Изменить расположение товарных групп.
Неудачное/несоответствующее оборудование	Заменить оборудование на более подходящее, добавить полки
Низкая освещенность торговой площади	Увеличить освещенность, использовать световое акцентирование
Внешние причины:	
Деятельность производителей по продвижению	Согласовать мероприятия по продвижению с производителями
Действия конкурентов	Выработать стратегию противодействия конкурентам
Изменения в покупательской среде	Изменить ассортимент торговой точки в соответствии с покупательским спросом

3. ABC-анализ

Данный метод анализа является наиболее распространенным в розничной торговле, и позволяет оптимизировать ассортимент торговой точки. Рост продаж и повышение эффективности ассортиментного ряда магазина в первую очередь зависят от корректной/объективной оценки прибыльности каждой товарной позиции, отсутствия товаров, затраты на которые не окупаются и не пользуются спросом покупателей.

В основе ABC-анализа лежит принцип Парето, который еще называют 80/20. Применительно к розничной торговле он формулируется следующим образом – 80% прибыли магазина приносят всего 20% товаров. Использование ABC-анализа позволяет выявить 20% наиболее рентабельных товаров в ассортименте торговой точки.

Чтобы провести данный тип анализа необходимо выявить следующие параметры – объекты анализа и критерии, по которым он будет производиться. Относительно ассортимента в магазине в качестве объекта анализа могут являться товарные группы, товарные категории, товарные позиции, конкретные бренды, поставщики продукции. Критерием анализа может быть объем продаж – товарооборот, прямая прибыль от товара.

4. XYZ-анализ ассортимента

Данный тип анализа позволяет определять стабильность продаж того или иного товара за определенный период времени. Результаты анализа можно использовать для получения более полной картины происходящих в магазине торговых процессов и разработки обоснованной ассортиментной политики, а также оптимизировать работу склада.

Несмотря на то, что каждый из приведенных выше анализов позволяет добиться вполне приемлемых результатов в управлении ассортиментом магазина, наилучшие результаты достигаются при совместном применении ABC и XYZ анализов, так называемый кросс-анализ. Данные анализы прекрасно дополняют друг друга. Если ABC-анализ позволяет оценить вклад каждого продукта в структуру сбыта, то XYZ-анализ позволяет оценить скачки сбыта и его нестабильность. Применяя данный кросс-анализ, имеется возможность получить статус или место каждого товара в ассортименте товарной группы, как в отдельной торговой точки, так и во всей торговой сети.

Применение совмещенного анализа дает ряд дополнительных преимуществ, таких как:

- выявление товаров со стабильно высокими продажами и убыточных позиций;
- увеличение количества прибыльных товаров без нарушения принципов ассортиментной политики;
- определение причин, влияющих на количество и место товаров, хранящихся на складе;
- перераспределение усилий персонала по управлению ассортиментом и его складскими запасами.

При этом не стоит забывать, что приведенные виды анализа, как в отдельности, так и при совместном применении, имеет смысл использовать только при наличии четкого учета товарооборота и статистики продаж.

Совместное использование ABC и XYZ анализов возможно в двух вариантах: последовательном и параллельном. Выбор конкретного способа зависит от целей, которые преследуются и необходимых результатов.

Смысл последовательного способа заключается в том, что сначала производится один из видов анализа по одному из критериев, а затем, для каждого из полученных результатов производится анализ по второму критерию, и так далее, до получения необходимых данных.

Пример последовательного кросс-анализа по ABC и XYZ в графическом виде представлен на рисунке ниже.

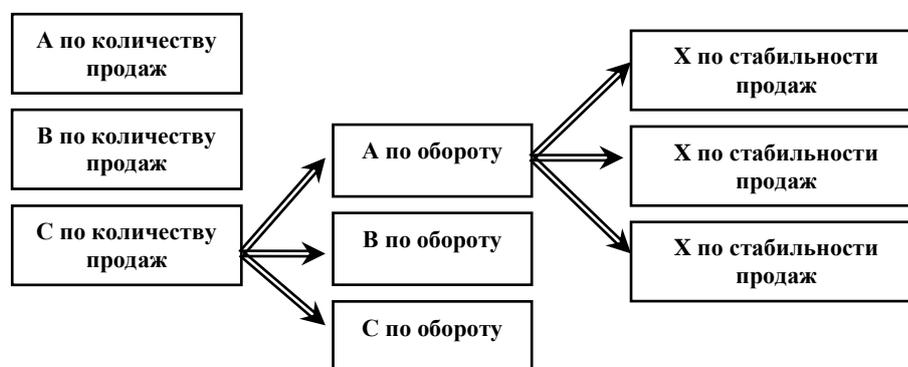


Рисунок 1.2. Последовательный способ применения ABC и XYZ анализов

Такой метод применяется для обработки больших массивов данных. Например, в случаях, когда кросс-анализ проводится по всему ассортименту торговой сети или по большой товарной группе. К недостаткам последовательного кросс-анализа можно отнести его некоторую трудоемкость. Он требует приложения значительных аналитических усилий для организатора, так как необходимо задать важность и иерархию всех критериев.

Если есть необходимость оптимизации пространства на складе торговой точки, то первым критерием необходимо использовать стабильность продаж (XYZ-анализ), вторым критерием следует использовать количество продаж каждого товара (ABC-анализ), третьим – оборот (ABC-анализ).

В определении элитных товаров первым критерием будет оборот торговой точки (ABC-анализ), затем количество продаж и вхождение в чеки. При этом стабильность продаж теряет свою актуальность, а значит, XYZ-анализ применять нет необходимости.

Таким образом, последовательный кросс-анализ можно производить в случаях, когда количество товаров в группе достаточно большое, если есть необходимость определить стратегию работы с товарной группой, выработать стратегию управления и продвижения необходимых товаров.

Параллельный кросс-анализ требует построения категорийной матрицы по необходимому количеству критериев с последующим анализом каждой ячейки.

Пример параллельного кросс-анализа по ABC и XYZ в графическом виде представлен на рисунке ниже.

	X	Y	Z	
A	AX	AY	AZ	Товары, обеспечивающие основной товарооборот и стабильно продаются, поэтому необходимо обеспечить их постоянное наличие
B	BX	BY	BZ	Категория, которая требует особого внимания, Товары достаточно важные, но характеризуются нестабильными продажами
C	CX	CY	CZ	Данные товары требуют тщательного анализа. Если это не элитные и не новые товарные позиции, то их необходимо выводить из ассортимента

Рисунок 1.3. Параллельный способ применения ABC и XYZ анализов

Использование матрицы ABC-XYZ сугубо индивидуально для каждого

конкретного случая, поэтому вполне возможна ситуация, когда некоторые ячейки не будут заполнены. Если продажи определенных товаров нестабильны, то столбец X выделить не представляется возможным. Еще одним вариантом может быть случай, когда человек, производящий анализ, ставит такие коэффициенты, что в некоторые категории товары просто не попадают.

Параллельный способ применения ABC и XYZ анализов лучше всего использовать в случаях, когда есть необходимость выработать четкие рекомендации для работы с товарами каждой категории. В большинстве случаев параллельный кросс-анализ используется при обработке небольших ассортиментных групп.

Все перечисленные выше методы анализа состояния мерчендайзинга в торговых точках в первую очередь ориентированы на выявление проблем, связанных с материальными ресурсами, таких как оптимальная выкладка товаров и подбор ассортимента, правильное использование рекламных материалов, организация торгового пространства и так далее. Однако еще одним немаловажным фактором, который значительно влияет на уровень продаж, является персонал. Ведь все успехи от применения мерчендайзинговых мероприятий в магазине могут нивелироваться неквалифицированным персоналом. В пункте «Анализ структуры чеков» упоминается несколько вариантов, при которых неквалифицированные действия персонала/продавцов-консультантов способны свести на нет все усилия мерчендайзера и используемые им методики.

В целом, контроль деятельности/квалификации персонала можно разделить на два направления. Первое – проверка деятельности мерчендайзера, второе – профессионализм продавцов-консультантов.

5. Система оценки деятельности мерчендайзера

В большинстве случаев залогом успешности функционирования разработанной в компании системы являются непрерывный контроль и эффективность/прозрачность оценки данной работы. Их отсутствие приводит к тому, что такая система начинает вырождаться, непомерно разрастаться и работать сама на себя. В результате эффективность такой системы катастрофически падает.

Не является исключением и система мероприятий мерчендайзинга. Если предположить, что такая система разработана на предприятии, набран и обучен персонал, разработаны необходимые для точек продаж рекламные материалы, то в конечном итоге у руководства компании в обязательном порядке возникнет вопрос: каким образом оценивать и оплачивать работу мерчендайзеров. Каким образом можно выяснить, кто из сотрудников добросовестно выполняет свои функции, а кто не справляется с поставленными задачами? В такой ситуации возникает необходимость в разработке определенной системы оценки работы мерчендайзеров. К наиболее часто используемым инструментам оценки мерчендайзинговой активности относят продажи и субъективную оценку внедрения.

6. Продажи

Если на предприятии функции мерчендайзеров выполняют торговые представители, то данная система не требует особых изменений в порядке поощрений, так как они в большинстве случаев получают определенный процент от продаж. Такая система как бы подразумевает, что сотрудник мотивирован на увеличение продаж, а значит, будет стремиться внедрять (станет инициатором) мерчендайзинг в торговой точке.

При использовании данной системы оценки предприятие получает существенный плюс в виде того, что не требуются дополнительные затраты на сбор и анализ данных. При этом существует и большой минус – торговый представитель самостоятельно решает, применять или нет инструменты мерчендайзинга. Также следует учитывать тот факт, что существенно повышение продаж происходит только на начальном этапе применения мерчендайзинга, впоследствии он отвечает за повышение узнаваемости торговой марки, поддержку полочного пространства, используется для более легкого введения новинок и так далее. Все эти функции как таковые не приносят увеличения объема продаж, как следствие не интересны торговым представителям.

7. Субъективная оценка внедрения

Если в компании существует отдел мерчендайзинга как отдельное подразделение, то оценкой его деятельности с большой вероятностью занимается супервайзер. В некоторых случаях деятельность мерчендайзеров невозможно корректно привязать к продажам, так как у них нет полного пакета инструментов, которые влияют на продажи (формирование заказа, работа с дебиторской и кредиторской задолженностью и т.д.). В таком случае, чтобы дать оценку работе мерчендайзеров, супервайзеру необходимо лично оценить некоторые из обслуживаемых торговых точек, побеседовать с администрацией магазина и менеджером отдела продаж, который отвечает за данную территорию. В итоге, супервайзер некоторое свое мнение том, как мерчендайзеры выполняют возложенную на них работу. И только от этой субъективной оценки зависят бонусы сотрудников отдела мерчендайзинга.

Несмотря на то, что данная система оценки отличается дешевизной, основная функция супервайзера заключается в контроле, поэтому за него нет необходимости доплачивать, вероятность столкнуться с конфликтом интересов мерчендайзера и руководства достаточно высока. Данная система оценки субъективна и непрозрачна, а значит, в случае конфликте, у мерчендайзера нет возможности разобраться в ситуации и доказать собственную правоту. Помимо этого, вся система оценки находится в голове супервайзера, и если он покидает компанию, то и отработанные процедуры уйдут с ним.

Чтобы избежать ошибок при оценке деятельности мерчендайзеров и, как следствие, возможных конфликтов, изначально следует выработать требования оптимальной/объективной системы оценки. В данную систему должны входить следующие пункты:

1. количественная оценка. В большинстве случаев субъективная оценка не позволяет выявить, насколько хорошо или плохо внедрены разработанные стандарты мерчендайзинга. Полученные результаты оценки должны давать четкие данные, которые можно использовать как основу для начисления премий/бонусов, и которые можно применять для анализа за выбранные периоды времени;

2. прозрачность и логичность. Чтобы работать эффективно. Персонал должен знать, и что самое главное, понимать, за какие результаты/действия он будет получать премии/бонусы, и что ему необходимо делать, чтобы их увеличить;

3. четкая формулировка поставленных задач. Система оценки необходима лишь для того, чтобы оценить, какие задачи, стоящие перед отделом продаж или мерчендайзинга, выполнены и насколько. При этом оценивать необходимо полный круг задач. Неплохо иметь возможность расставлять приоритеты в выполнении задач и также учитывать это в системе оценки;

4. устойчивость к внешним и внутренним изменениям. Со временем критерии оценки деятельности сотрудников могут меняться в зависимости от смены конкурентной обстановки и изменений внутри предприятия, при этом основа и логика системы оценки, так же как и методика расчета премий/бонусов должны быть неизменными;

5. универсальность использования (полезность для службы продаж и маркетинга). Система оценки может применяться как для оценки работы конкретных полевых сотрудников, так для общего анализа эффективности концепции мерчендайзинга и принятия маркетинговых решений.

8. Система оценки

Чтобы построить действенную/объективную систему необходимо, чтобы она отвечала следующим требованиям:

1. четкая постановка задач для отделов мерчендайзинга и продаж. Сформулированные задачи должны иметь четко определенные и измеримые ожидаемые результаты. В большинстве случаев основу постановки составляет разработанная на предприятии концепция мерчендайзинга.

Следует заметить, что увеличение объема продаж в данном случае не может быть задачей. Это больше относится к цели, для достижения которой выстраивается ряд задач. Систему оценки мерчендайзинговой деятельности следует разрабатывать, когда компании необходимо от своих сотрудников не просто повышения продаж любыми известными им способами, а требуется использовать конкретные мерчендайзинговые методики. При этом компания берет на себя ответственность за повышение объема продаж. То есть мерчендайзер не отвечает за объем продаж напрямую, а отвечает за выполнение поставленных задач. Если при этом объем продаж не поднимается, значит «виноваты» менеджеры, которые попросту поставили мерчендайзеру не те задачи или неправильно выстроили приоритеты.

2. определение четкого набора показателей (индикаторов),

показывающих выполнение поставленных задач (процент полочного пространства, количество проданных ассортиментных позиций, рейтинг выполнения правил расположения и т.д.);

3. определение приоритетов выполнения поставленных задач, а также введение указанных показателей в систему оплаты/премирования персонала. Необходимо получить рейтинг выполнения и связать его с системой бонусов, таким образом, сразу будет понятно, какую часть премиальной части необходимо выплачивать за выполнение той или иной задачи. Расставлять приоритеты необходимо на начальном этапе планирования задания. Например, задача по занятию полочного пространства является наиболее важной на данный момент. Выполнение других правил расположения и представления имеют смысл только после выполнения этой задачи. Следовательно, переменная часть может быть разбита на две части. Одна выплачивается за выполнение первой задачи, а другая - за выполнение второй, НО при условии, что выполнена первая;

4. установка процедур сбора и анализа информации. При создании данного пункта следует учитывать не только критерии, отвечающие за создание четкой системы, но и экономическую эффективность данного вопроса;

Полученная система оценки не должна обходиться предприятию дороже, чем сумма всех премий/бонусов, которые будут выплачены сотруднику отдела мерчендайзинга. Однако если система оценки позволяет получить также некоторые макро-показатели (например, выявить ситуацию по каждому городу или торговому каналу в городе), то, безусловно, стоимость системы оценки уже не будет связана с размером премий конкретно взятого отдела мерчендайзинга.

Для получения данных, их анализа и составления утвержденных отчетов на предприятии может быть сформирован собственный отдел или привлечена внешняя аудиторская компания. В любом случае рекомендуется обратить внимание на следующие факторы:

- размер репрезентативной выборки – сколько торговых точек каждого сотрудника отдела мерчендайзинг необходимо проверить, чтобы сделать вывод о его работе;

- использование анкет позволяет выявить вопросы, на которые необходимо получить ответ.

При этом анкета должна быть составлена таким образом, чтобы аудитор или супервайзер затрачивали на работу минимально возможное количество времени. Таким образом, они смогут за меньшее время проверить большее количество торговых точек. Поэтому изначально следует оптимизировать в анкете порядок вопросов и группирование выявляемой информации. При этом все вопросы должны быть сформулированы таким образом, чтобы на них можно было дать однозначный ответ «да» или «нет», исключая неопределенность. Полученную в результате анкетирования информацию необходимо впоследствии использовать при начислении бонусов в системе

рейтингов.

Также использование утвержденных анкет, с четко сформулированными вопросами, позволит сотрудникам одинаково воспринимать полученные данные и производить объективную оценку.

Формы отчетности необходимо изначально согласовать, утвердить и принять в компании как любой другой документ. Полученные данные должны быть понятны всем отделам компании, которые впоследствии будут их использовать в своей работе (отдел продаж, маркетинга, мерчендайзинга);

5. тестирование системы оценки деятельности сотрудников отдела мерчендайзинга является проверкой правильной работы полученного инструмента. Оно показывает, насколько полно были продуманы вопросы и методики расчета показателей при разработке системы. Особое внимание при тестировании следует уделить относительным показателям-рейтингам, из-за того, что не всегда сразу получается понять, каким образом связывают выполнение поставленных задач с бонусами/премиями. Тестирование позволяет определить и понять слабые стороны системы оценки и, в первом приближении, на каком уровне в данный конкретный момент находится выполнение поставленных задач. Исходя из полученных данных, можно впоследствии понять, сколько времени понадобится для достижения запланированной ситуации.

Сразу стоит сказать, что создание подобной системы оценки достаточно трудоемкий и затратный процесс. Однако стоит учитывать, что используемые ресурсы не выбрасываются на ветер, а вкладываются в лояльность сотрудников, которые в дальнейшем будут представлять товар перед конечным потребителем. Помимо этого компания получает надежный инструмент измерения ресурсов, вложенных непосредственно в саму систему мерчендайзинга.

9. Оценка вовлеченности персонала

Приведенная система оценки эффективности работы позволяет в первую очередь выявить качество работы сотрудников отдела мерчендайзинга. Но, как указывалось в начале, при разработке системы мерчендайзинга на предприятии необходимо учитывать факторы, не имеющие непосредственного отношения к мерчендайзингу, но опосредованно влияющие на него. К таким факторам относится деятельность и квалификация персонала/продавцов-консультантов в торговом зале. По статистике, в среднестатистической компании количество рядовых сотрудников составляет порядка 80%, а значит, они имеют значительное влияние на некоторые аспекты деятельности предприятия. От того, насколько вовлечены сотрудники в деятельность предприятия, зависит качество, скорость и глубина внедрения необходимых изменений. Именно поэтому так важна объективная оценка эффективности управления персоналом.

Вовлеченность – физическое, эмоциональное и интеллектуальное состояние, которое мотивирует сотрудников выполнять порученную им работу с наибольшей эффективностью. Смысл теории вовлеченности

заключается в том, что лидер предприятия должен создать такую атмосферу, когда рядовые сотрудники будут полностью включены в рабочий процесс, то есть на рабочем месте присутствовали не только их «тела», но и «мозги». То есть, сотрудники должны быть вовлечены в работу и преданы компании так же, как и предприниматель, заботящийся о собственном бизнесе.

Исследования показывают, что доходы компании напрямую зависят от уровня вовлеченности персонала. Статистика утверждает, что в Великобритании всего 12% персонала среднестатистической компании считают, что они полностью отдаются работе (имеют полную вовлеченность). При этом 65% респондентов указали, что они имеют «умеренную вовлеченность», то есть работа для них важна, но в ее выполнение они не вкладывают эмоции, фактически механически выполняя порученные им задания и не проявляя инициативу. Другие исследования показывают несколько иные показатели, но на самом деле это не совсем важно. Проблема заключается в том, что уровень показателя полностью вовлеченных сотрудников в 12% или 30%, не показывает насколько все хорошо, а демонстрирует что большая часть сотрудников работают спустя рукава, от чего снижаются доходы компании.

Именно поэтому важно измерять и контролировать вовлеченность персонала. Мотивация рядовых сотрудников влияет на многие важные факторы, определяющие успешность бизнеса, к которым в первую очередь относятся:

- уровень сервиса;
- объемы продаж (величина среднего чека);
- лояльность клиентов.

Полностью вовлеченный в работу сотрудник исполняет свои обязанности с вдохновением, поэтому при общении с клиентом он более искренний. Такой работник готов обучаться новому, всячески продвигать имидж своей компании, проявлять здоровую инициативу.

Покупатели всегда замечают ситуация, когда к ним обращаются искренне, и именно по поведению рядового сотрудника клиенты составляют мнение о вашей компании. Менеджер или продавец-консультант с увлечением рассказывающий о преимуществах того или иного продукта или сервиса, вызывает доверие, в результате чего люди и совершают покупки. Именно поэтому объективная оценка вовлеченности персонала непосредственно влияет на прибыль компании и является одной из составляющей ее успешности.

Специалисты указывают следующие качества, характеризующие вовлеченного сотрудника:

- всецело поглощен работой – «на работе время летит быстро»;
- способен длительное время поддерживать;
- чувствует сильную эмоциональную связь с компанией;
- относится к работе с энтузиазмом и страстью;
- стремится к расширению своей сферы ответственности, гибкий, не

ограничивается исполнением только должностных обязанностей;

- быстро адаптируется ко всем типам изменений;
- постоянно развивает рабочие навыки;
- не нуждается в напоминаниях и приказах;
- регулярно укладывается во временные рамки, отпущенные на выполнение работ;
- настойчив;
- инициативен;
- ориентирован на достижение цели;
- добросовестный;
- ответственный и обязательный;
- предан работе;

Если посмотреть на данный список, то получается идеальный сотрудник, способный свернуть горы и выполнить практически любую поставленную задачу. Именно поэтому важно оценивать уровень вовлеченности персонала в работу и, как следствие, эффективность выполнения им поставленных задач.

10. Методы оценки вовлеченности персонала

На самом деле, способов оценки вовлеченности сотрудников компании, относительно немного. К ним можно отнести:

- анкеты для опроса рядовых сотрудников, которые позволяют выяснить их уровень мотивации и вовлеченности в рабочий процесс;
- использование «тайных покупателей», способных адекватно и объективно оценить качество и уровень сервиса в выбранной торговой точке;
- опрос/анкетирование постоянных покупателей магазина.

При этом особенно важно иметь специалистов, которые способны проанализировать полученную информацию, сделать на ее основе объективные выводы и предложить руководству компании методы, которые помогут повысить вовлеченность персонала.

Как видно, оценка вовлеченности имеет практическую сторону применения. Понимание реальной мотивации сотрудников, разработка конкретных рекомендаций по улучшению атмосферы в компании и их внедрение, помогут руководству легче проводить необходимые изменения и повысить уровень доходов.

Выводы исследования состояния дел в магазинах торговой сети «Наш дом»

После проведения аудита в торговой сети «Наш дом» с использованием приведенных выше методик были сделаны следующие общие выводы.

К преимуществам можно отнести следующие факторы:

- торговые центры сети имеют удачную локализацию и в большинстве случаев расположены в спальных районах города;
- на прилавках магазинов присутствует широкий ассортимент товаров для дома, который полностью может удовлетворить потребности клиентов;
- торговая сеть имеет многолетний опыт работы с дилерами,

партнерские отношения с поставщиками и широкий круг связей;

- сеть имеет собственные площади и не зависит от арендодателей;
- торговая сеть пользуется поддержкой материнской компании в холдинге.

К минусам торговой сети «Наш дом» относятся следующие факторы:

- отсутствие позиционирования торговой марки;
- коммуникационная составляющая размыта, что ведет к слабой узнаваемости бренда;
- отсутствие единой ассортиментной политики;
- притом что ассортимент достаточно широкий для удовлетворения потребностей клиентов, он имеет достаточно хаотичный характер;
- торговая сеть имеет крайне слабый кадровый ресурс, который распространяется на маркетинг, мерчендайзинг и сервисный менеджмент;
- очень низкий уровень сервиса;
- необученный персонал;
- отсутствие дополнительных сервисов.

Как видно из представленного анализа, у торговой сети «Наш дом», в первую очередь, нет четкой маркетинговой стратегии. Как следствие, неопределенна целевая аудитория. Принцип «угодить всем – значит не угодить никому» приводит к тому, что в ассортиментной политике царит хаос. Отсутствие четкой концепции мерчендайзинга и качественного обучения персонала пагубно влияет на уровень продаж.

Для визуального подтверждения сделанных выводов в работе приводятся фотографии, сделанные при проведении аудита с комментариями специалистов, проводивших проверку.

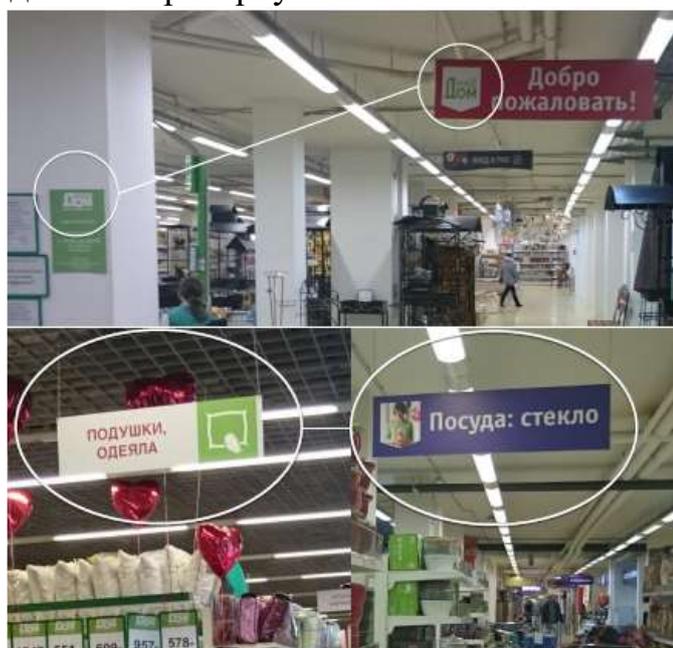


Рисунок 1.4. Отсутствие концепции единого визуального комплекса и общей системы фирменного стиля бренда

Как видно на Рисунке 1.4. к наиболее типичным ошибкам визуального комплекса относятся:

- использование нескольких вариантов изображения бренда «Наш дом» в одной торговой точке;
- отсутствие единого стандарта при использовании шрифтов;
- элементы навигационной системы и обозначения малоинформативные и разрознены;
- отсутствие единообразной цветовой гаммы при оформлении торговых точек;
- отсутствие единого стиля иллюстраций и образов в рекламе.



Рисунок 1.5. Проблемы с системой навигации в торговом зале

На Рисунке 1.5 можно увидеть, что магазинах сети «Наш дом» отсутствует единая система навигации. Информационное оформление торгового зала позволяет решать исключительно оперативные задачи по продвижению определенных товаров и брендов в локальных зонах торговой точки.



Рисунок 1.6. Проблемы с интерьерами

На Рисунке 1.6. показано, что в магазинах торговой сети «Наш дом» присутствуют следующие проблемы:

- в торговых помещениях отсутствуют единые стандарты интерьеров и комплекс оформления пространства, не соблюдается единый стиль торгового оборудования;

- в ассортиментной выкладке не применяется акцентирование на товарах;

- общее впечатление от пребывания в торговой точке – находишься в складском помещении.



Рисунок 1.7. Просчеты мерчендайзинга в магазинах торговой сети «Наш дом»

На коллаже, представленном на Рисунке 1.7. можно увидеть наиболее показательные просчеты мерчендайзинга, к которым относятся:

- бесконечные ряды однотипных товаров, размещенных на «монотонных» стеллажах, вызывают у потребителя уныние и отталкивают от покупок;
- отсутствие привлекательной выкладки, малоинформативные ценники и переизбыток однотипного ассортимента затрудняют выбор товара;
- часть товара имеет совершенно непрезентабельный вид (разорванная упаковка, пыльные пакеты и т.д.).



Рисунок 1.8. Пример общего состояния одного из магазинов сети «Наш дом»

Картину общего хаоса и запущенности дополняют потертая и надколотая половая плитка, поврежденный линолеум, оббитые столы и стены странной окраски с видимыми повреждениями (Рисунок 1.8.).

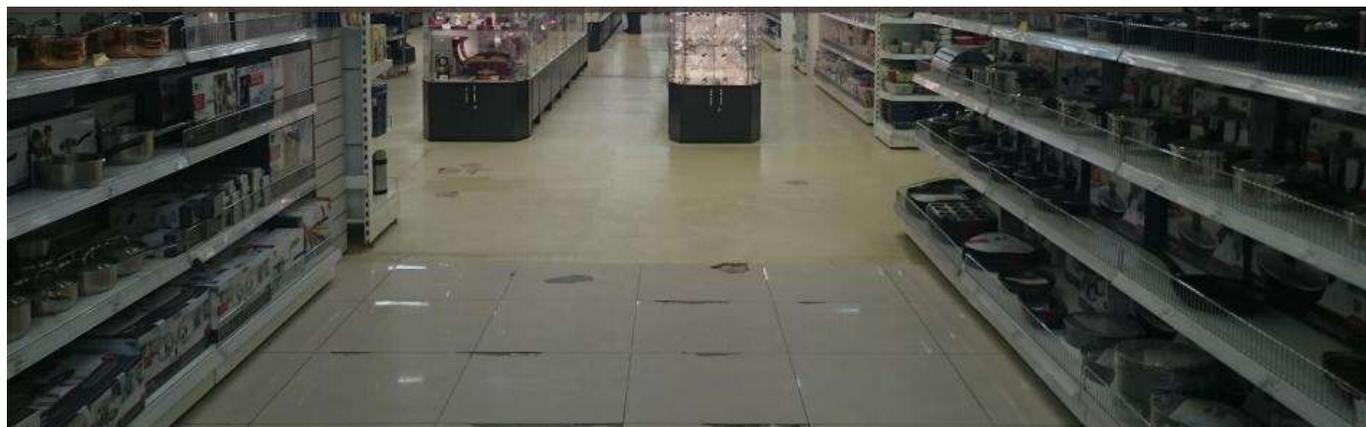


Рисунок 1.9. Пример общего состояния одного из магазинов сети «Наш дом»

Также стоит отметить разнообразное покрытие на полу – частично линолеум, частично керамическая плитка, которые еще больше усугубляют общее впечатление от состояния дел в торговых точках сети «Наш дом» (Рисунок 1.9.).

Использованные источники:

1. Оценка эффективности мероприятий мерчандайзинга. Сетевой ресурс: Business Consulting КОССЕ.NET. //http://kocce.net/content/ocenka-effektivnosti-meropriyatiy-merchandayzinga (дата обращения 20.05. 2016)
2. Методы оценки эффективности мерчандайзинга «Анализируй это» Кира и Рубен Канаян. Сетевой ресурс: Юнион-Стандарт Консалтинг. //http://www.usconsult.ru/b_091-merchandising-effectiveness.php (дата обращения 20.05. 2016)
3. Грамотный мерчандайзинг: анализ эффективности и способы воздействия на продажи. Интервью с Дмитрием Коссе. Сетевой журнал TradeMasterGroup.

- [//http://trademaster.ua/articles/1430](http://trademaster.ua/articles/1430) (дата обращения 21.05. 2016)
4. Шамилов Махмуд Шамилгаджиевич Формирование современных форм рекламной деятельности в платном секторе услуг. Автореферат. <http://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/a/2027/file/Shamilov.pdf> (дата обращения 21.05. 2016)
 5. Методика оценки эффективности мерчендайзинга. Сетевой ресурс: AdVesti. <http://www.advesti.ru/publish/merch/140309met/> (дата обращения 21.05. 2016)
 6. ABC анализ ассортимента. Сетевой ресурс: Юнион-Стандарт Консалтинг. [//http://www.usconsult.ru/abc-analysis.html](http://www.usconsult.ru/abc-analysis.html) (дата обращения 21.05. 2016)
 7. XYZ анализ ассортимента. Сетевой ресурс: Юнион-Стандарт Консалтинг. [//http://www.usconsult.ru/xyz-analysis.html](http://www.usconsult.ru/xyz-analysis.html) (дата обращения 21.05. 2016)
 8. Совмещенный ABC и XYZ анализ в Ритейле. Сетевой ресурс: Хабрахабр. <https://habrahabr.ru/company/datawiz/blog/269167/> (дата обращения 22.05. 2016)
 9. Оценка вовлеченности. Сетевой ресурс: 4SERVICE GROUP. [//http://4service-group.com/ru/evaluation-of-involvement](http://4service-group.com/ru/evaluation-of-involvement) (дата обращения 25.05. 2016)
 10. Что такое вовлеченность персонала и почему она так важна. Йон Хеллеви. Сетевой ресурс: Awara. [//http://www.awarablogs.com/ru/what-employee-engagement-is-and-why-it-matters/](http://www.awarablogs.com/ru/what-employee-engagement-is-and-why-it-matters/)(дата обращения 25.05. 2016)
 11. Организация системы мерчендайзинга в магазине. [//http://wm-help.net/lib/b/book/3061515169/66/](http://wm-help.net/lib/b/book/3061515169/66/) (дата обращения 25.05. 2016)
 12. Создание системы оценки мерчендайзинговой активности. Сетевой ресурс: маркетинг журнал 4P. [//http://www.4p.ru/main/theory/3070/](http://www.4p.ru/main/theory/3070/) (дата обращения 24.05. 2016)

Богданов В.В.
магистрант

Осипов В.А., доктор экономических наук
научный руководитель, профессор
ВГУЭС

Россия, г. Владивосток

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОЙ СРЕДЫ

В статье рассматриваются особенности развития российской банковской системы в контексте с современными тенденциями развития мировой финансовой среды. Современная финансовая среда создает сложности. Не способствующие развитию национальных экономик. Предлагается более пристальное внимание уделять реформе финансового регулирования. Автор рассматривает особенности и результаты внедрения стандартов банковского регулирования (Базель III)

Ключевые слова: *банковская система, финансовая среда, валютный курс, регулирование, достаточность капитала*

TRENDS OF THE RUSSIAN BANKING SYSTEM IN THE CURRENT CONDITIONS OF THE FINANCIAL ENVIRONMENT

The article discusses the features of the development of the Russian banking system in the context of the current trends of the global financial environment. Modern financial environment creates difficulties. Do not contribute to the development of national economies. It is proposed to pay more attention to the reform of financial regulation. The author examines the characteristics and results of the implementation of banking regulation standards (Basel III)

Keywords: *the banking system, the financial environment, the exchange rate adjustment, capital adequacy*

Есть определенное понимание того, что замедление экономического роста стран с формирующимся рынком может быть связано с ужесточением глобальных финансовых условий. Кроме того оно является результатом внутренних проблем, которые необходимо решать, чтобы поддержать высокий и сбалансированный рост. Существуют внешние условия, влияющие на рост экономики, и внутренние причины, которые известны, сформулированы, но ликвидировать полностью или хотя бы частично не удается.

Условиями, определяющими характер действия международной среды, являются цена на нефть, колебания курса доллара США и евро, волатильность внутреннего валютного рынка, ключевая ставка ЦБ РФ, размер инфляции, внешний долг. К негативному внешнему фактору относится закрытие западных рынков капитала для российских банков и компаний.

Банковский сектор в 2015 году продемонстрировал низкие результаты, которые заключались в следующем:

- нарастающий разрыв между потребностью в расширении объема банковских кредитов нефинансовому сектору и располагаемой внутренней ресурсной базой;
- сегментация банковской системы одновременно с уже накопленными высокими рисками, порождающими вероятность возникновения кризиса ликвидности и банкротств отдельных банков;
- низкий уровень развития системы рефинансирования и финансовых рынков;
- снижение качества кредитного портфеля и управления рисками.

Кризис на российских финансовых рынках характеризуется как «кризис доверия» и «рыночная истерика». Однако очевидно, что для подобного поведения должны существовать и фундаментальные причины:

1. Фактическое закрытие мировых рынков для российских заемщиков. К факторам нестабильности следует отнести отток капитала из России и резкое сокращение притока иностранного капитала в страну, что обуславливает сложности для многих банков и корпораций по рефинансированию прошлых долгов.

2. Высокая инфляция

3. Ужесточение денежной политики, результатами которого явились рост процентных ставок, что фактически привело к замораживанию кредитного рынка.

4. Низкий уровень управления рисками и рискованные стратегии отдельных банков, что вынуждало ЦБ массовым порядком отзываться лицензии.

Банковская система является составной частью финансовой системы. Финансовая среда – это та среда, которая определяет условия роста финансового рынка и влияет на решения, принимаемые банками, управляющими финансовыми корпорациями и инвесторами.

Важнейшими компонентами финансовой среды являются такие показатели финансового рынка, как валютный курс и паритет покупательной способности национальной валюты; емкость и доходность различных секторов финансовой среды, процентные ставки по депозитам, кредитам, ГКО; темпы инфляции и инфляционные ожидания. Финансовую среду также формируют денежно-кредитная политика Центрального банка, состояние платежного баланса и государственного бюджета.

Валютный курс выступает важнейшим фактором интеграции российской финансовой среды в мировую. Современный этап развития глобальной экономики характеризуется заметным повышением нестабильности мировой валютной системы. Нервозность, которая существует в мировой финансовой системе ведет к поиску безопасных активов для вложений. В настоящее время страны демонстрируют недоверие к резервным валютам. Отмечается увеличение спроса на золото со стороны регуляторов в ряде стран, в частности в России и Китае, которые за последний год масштабно увеличили свои золотые запасы. Официальные запасы золота в золотовалютных резервах России составили: 2014 г. – 1208 т., 2015 г. – 1414,6 т. Значительно увеличили запасы золота Китай: январь-май – 1054,1 т., июнь 2015 г. – 1658,1 т., резко увеличив количество буквально за один месяц.

Необходимо обратить внимание: динамика инвестиций, общей суммы активов центральных банков и финансовых рынков в четырех самых крупных развитых экономиках США, Великобритании, ЕС и Японии, т.е. стран, которые формируют валютную корзину СДР, за семь последних лет, показала, что общая сумма активов центральных банков этих стран выросла почти на 60%, рост фондовых рынков составил 90% за тот же период, а объем инвестиций в 2015 г. сохранялся приблизительно на том же уровне, что и в 2009 г.[1]. Финансовый сектор развивается сам по себе в отрыве от реального сектора экономики. Такие тенденции развития реального и финансового секторов являются предвестниками кризиса.

Существует проблема современного подхода к регулированию финансовых операций, которая заключается в том, что рынки самостоятельно не способны предупреждать возникновение избыточных рисков в деятельности финансовых организаций. В этой связи, необходимо уделять

более пристальное внимание реформе финансового регулирования, в том числе, ужесточению требований по капиталу (Базель III), что носит позитивный характер.

В целях обеспечения устойчивости банков при наступлении стрессовых ситуаций Базельским соглашением (Базель III, 2010) введены новые стандарты капитала, направленные на повышение его качества. Для реализации в Российской Федерации стандартов Базеля III Банк России ввел новые требования к качеству, структуре и достаточности капитала российских банков. В марте 2016 года Базельский комитет по банковскому надзору (БКБН) по итогам проведенной оценки в рамках Программы оценки соответствия регулирования стандартам БКБН (Regulatory Consistency Assessment Programme, RCAP) признал российское банковское регулирование соответствующим стандартам Базеля как в части регулирования достаточности капитала, так и ликвидности, включая организацию надзорного процесса и требования к раскрытию кредитными организациями информации о своей деятельности.

Согласно графику внедрения Базеля III с 2014 г. российские банки перешли на расчет величины и достаточности капитала в соответствии с международными стандартами капитала. Работа по осуществлению надзора и регулированию деятельности банков в целом строится исходя из необходимости обеспечения финансовой стабильности и рационального ограничения рисков. В рамках реализации подходов международных соглашений Базель III были приняты нормативные акты, в соответствии с которыми, в частности, уточнена методика определения величины собственных средств (капитала) кредитной организации, уточнены требования к расчету нормативов достаточности собственных средств (капитала) кредитных организаций (пересмотрены коэффициенты риска и требования к обеспечению)[2].

Установлены надбавки к нормативам достаточности собственных средств (капитала) для кредитных организаций и банковских групп: надбавка поддержания достаточности капитала, антициклическая надбавка и надбавка за системную значимость; – минимальные требования к значению норматива достаточности базового капитала (Н1.1) с 1 января 2016 года снижены с 5,0 до 4,5%, а норматива достаточности собственных средств (капитала) (Н1.0) – с 10,0 до 8,0%; – введены пониженные коэффициенты риска в отношении кредитных требований к субъектам малого бизнеса (75%) и в отношении ипотечных жилищных ссуд (35%) как для кредитных организаций, так и для банковских групп; – для системно значимых кредитных организаций, введено требование о соблюдении минимального значения норматива краткосрочной ликвидности (НКЛ) в размере 70% с 1 января 2016 года с последующим ежегодным повышением на 10 процентных пунктов до достижения 100% с 1 января 2019 года, а также установлены принципы управления риском ликвидности [3].

Надзорное реагирование Банка России в 2015 году было ориентировано

в первую очередь на применение надзорных мер с целью предотвращения развития негативных тенденций в деятельности кредитных организаций на ранних стадиях их выявления. В рамках процедур раннего реагирования руководству и (или) совету директоров (наблюдательному совету) 813 кредитных организаций направлена письменная информация о недостатках в деятельности организации и рекомендации по их исправлению.

В 2015 году Банком России в соответствии со статьей 74 Федерального закона №86-ФЗ и статьей 20 Федерального закона №395-1 отозваны лицензии у 93 кредитных организаций (в 2014 году – у 86 кредитных организаций).

Основаниями для отзыва лицензий на осуществление банковских операций явились: – неисполнение федеральных законов, регулирующих банковскую деятельность, а также нормативных актов Банка России.

На рубеже 2014—2015 гг. в российской экономике отчетливо проявились признаки кризиса [3].

- Объем ВВП в 2015 году по сравнению с предыдущим годом сократился на 3,7%
- В 2015 году по сравнению с 2014 годом реальная заработная плата сократилась на 9,3%
- Базовая инфляция составила 13,7% (в 2014 году – 11,2%)
- Валовое накопление основного капитала в 2015 году по сравнению с предыдущим годом сократилось на 7,6% (в 2014 году – на 2,6%)
- Объем выданных рублевых кредитов корпоративным заемщикам упал на 9,8%

Показатель рентабельности банковских активов снизился за 2015 год с 0,9 до 0,3%, рентабельности капитала – с 7,9 до 2,3%. Удельный вес прибыльных кредитных организаций за год уменьшился с 84,9 до 75,4%, их прибыль составила 736 млрд. рублей. При этом 180 кредитных организаций за 2015 год имели убытки в размере 544 млрд. рублей. За 2015 год собственные средства (капитал) кредитных организаций возросли на 13,6% (на 1,1 трлн. рублей), основной капитал – на 5% (на 284 млрд. рублей), базовый капитал – на 3,9% (на 220 млрд. рублей). Нарастили капитал 542 кредитные организации на общую сумму 1,7 трлн. рублей, у 191 кредитной организации собственные средства снизились на общую сумму 371 млрд. рублей. Количество кредитных организаций с капиталом свыше 10 млрд. рублей за 2015 год увеличилось с 85 до 86. Прирост собственных средств в 2015 году был обусловлен главным образом увеличением субординированных заимствований банков. Прирост капитала кредитных организаций за счет прибыли составил 351 млрд рублей (в 2014 году – 384 млрд. рублей). Основными факторами снижения капитала были убытки и вычеты из капитала, связанные с вложениями в акции (доли) финансовых организаций. Показатель достаточности собственных средств (капитала) банковского сектора (Н1.0) за 2015 год увеличился с 12,5 до 12,7%. Одновременно в связи с тем, что большая часть субординированного долга

учтена в источниках дополнительного капитала, показатель достаточности базового капитала (Н1.1) снизился с 8,9 до 8,2%, а основного капитала (Н1.2) – с 9,0 до 8,5% [4]. Следует отметить, что общий позитивный результат достигнут за счет крупных банков (топ-20), с удельным весом капитала этих банков в совокупном капитале банковского сектора России более 70%. В трудной ситуации оказались небольшие по капиталу, региональные банки, которые были лишены поддержки регулятора. Видимо, необходимо разработать меры государственной политики в отношении таких банков.

Использованные источники:

1. Ершов М.В. 2016 год: возрастают риски финансовых обвалов в мире. // Деньги и кредит. 2016. №2. С. 24-26.
2. Положение Банка России от 28.12.2012 № 395-П «О методике определения величины собственных средств (капитала) кредитных организаций («Базель III»»).
3. Обзор банковского сектора Российской Федерации №163, 2016 г. [Электронный ресурс] режим доступа - <http://www.cbr.ru>.
4. Отчет ЦБ России за 2015 год. [Электронный ресурс] режим доступа - <http://www.cbr.ru>.

*Богданова А.Г.
магистрант I курса
Институт экономики и управления
Деникаева Р.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы и кредит»
ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»
Россия, г. Ставрополь*

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ОТ ДРУГИХ ФОРМ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Аннотация: В данной статье затрагивается вопрос выбора способа финансового обеспечения инвестиционных проектов. Рассматриваются такие формы финансирования, как бюджетное, корпоративное и проектное.

Ключевые слова: инвестиционный проект; бюджетное финансирование; корпоративное финансирование; проектное финансирование.

DISTINCTIVE FEATURES OF THE PROJECT FINANCING FROM OTHER FORMS OF FINANCING INVESTMENT PROJECTS

Abstract: In this article addressed the issue of choice method of financial support of investment projects. Considered such forms of financing, such as budget, corporate and project.

Keywords: investment project; budgetary financing; corporate financing; project financing.

Успешность экономической деятельности предприятий в инновационной сфере в последнее время все теснее ставится в зависимость от степени привлечения кредитных ресурсов банковских учреждений к системе финансового обеспечения воспроизводственных процессов.

Одним из наиболее важных факторов возможности возникновения и эффективной реализации инвестиционного проекта является его способность привлекать требуемый объем финансовых ресурсов на оптимальных условиях и гарантировать их полное возвращение (кредиторам, акционерам, инвесторам) с нормой прибыли, которая будет адекватно соответствовать рискам проекта и имеющейся конъюнктуре.

Можно выделить 3 ключевых возможных способа финансирования инвестиционного проекта [1]: бюджетное, корпоративное, проектное.

В устойчиво развивающейся экономике все существующие государства устанавливают свои виды законодательных поступлений от физических и юридических лиц и привлекает зарубежные заемные средства, которые в дальнейшем перенаправляет в инвестиции в национальные проекты.

Но, с другой стороны, необходимо помнить, что в рыночных экономиках бюджетные средства в финансирование даже системно-значимых объектов имеют минимальный удельный вес. В основном данные бюджетные ассигнования используются для финансирования социально-значимых проектов или экологически необходимых, а также для достижения государственных целей и покрытия текущих расходов организаций, находящихся на полном или частичном государственном обеспечении.

В современной переходной российской экономике ситуация является неустойчивой. Государство пытается приумножить поступления в бюджет, но при этом не расширяет базу налогообложения, а лишь усиливает казенное давление на тех производителей, которые работают относительно стабильно и так выплачивают основные налоги [3]. Государство увеличивает перечень налоговых обязательств и сборов, в результате чего развивается инвестиционно-запретительный налоговый режим (низкий процент собранных налогов, высокая доля неоплаты).

Корпоративное финансирование может быть осуществлено посредством собственного капитала в комбинации с механизмами и инструментами рынка ценных бумаг (кредитного рынка, рынка облигаций, акций и других ценных бумаг). Подобная практика полностью соответствует общепринятому подходу к финансированию проектов, заключающемуся в том, что все риски и затраты должны нести в большей степени учредители проекта, которые, наравне с акционерами, обладают возможностью в будущем извлекать прибыль из этих проектов, в тот момент, как кредиторы смогут надеяться только лишь на своевременное взыскание кредита и процентов.,

Выделяют следующие разновидности инструментов корпоративного финансирования: инвестиционное кредитование, финансовый лизинг,

факторинг, финансирование оборотных средств, синдикация, реструктуризация долга, секьюритизация, размещение облигационных займов, акционирование, прямые инвестиции.

Данные способы финансирования инвестиционных проектов для большинства отечественных компаний еще нельзя считать достаточно безопасным для привлечения заемных средств и осуществления инвестиционных проектов. Отечественные предприниматели чаще всего имеют непрозрачную структуру и бухгалтерию, обременены долгами и судебными тяжбами, а перспективы их развития неоднозначны.

Основное отличие проектного финансирования от приведенных ранее способов финансирования состоит в том, что кредиторы, в зависимости от реализации проекта, будут рассчитывать на выручку будущих периодов как на основу покрытия всех издержек, выплату основного долга, гарантированное возмещение инвесторам их вложенных средств [2]. В случае если данные понятия выступают основными, можно с уверенностью говорить об использовании проектного финансирования.

В зарубежной практике под проектным финансированием принято понимать вид финансового обеспечения определенного инвестиционного проекта, который характеризуется специфической формой возврата денежных средств из результата предстоящей генерируемой проектом прибыли.

Особый механизм проектного финансирования содержит технико-экономическое обоснование проекта и оценку рисков, а обеспечением будут являться денежные потоки этого проекта, оставшиеся после покрытия всех издержек [2].

Характерной чертой данной формы финансового обеспечения считается вероятностное совмещение разных форм денежных средств: банковских, коммерческих, бюджетных, международных. Главное отличие такого финансирования от корпоративного и бюджетного состоит в том, что в данном случае ведется учет и пропорциональное разделение всех рисков между соучастниками проекта. Проектное финансирование не находится в зависимости от государственных дотаций и финансовых вложений других организаций.

Проектное финансирование чаще всего используется для крупных проектов. Его также называют финансовым обеспечением с определением регресса (обратное требование о возмещении займа). Выделяют три формы проектного финансирования: с полным регрессом на заемщика, без права регресса на заемщика, с ограниченным правом регресса.

Подводя итог, можно сравнить бюджетное, корпоративное и проектное финансирование и выделить следующие основные различия, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика бюджетного, корпоративного и проектного финансирования

Фактор	Бюджетное финансирование	Корпоративное финансирование	Проектное финансирование
Объект деятельности и	Государственные учреждения и социально значимые мероприятия	Определенный вид предпринимательской деятельности	Создание и дальнейшее использования совокупных активов
Продолжительность	Безграничное существование	Безграничное существование, без обозначенного срока	Продолжительное существование, но есть предварительный срок окончания проекта
Использование средств	Целевое, так как на каждое учреждение создается смета	Не всегда целевое, так как возможна диверсификация производства	Целевое, так как весь баланс полностью увязан с проектом
Оценка затрат	Может быть произведена в некоторых случаях	Не может быть в достаточной мере произведена на раннем этапе зарождения компании, так как использование средств не носит целевой характер и нет срока действия	Может быть произведена детально, так как средства целевого назначения и у проекта есть срок реализации
Обеспечение финансирования	Возможно дополнительное обеспечение из государственных резервов	Возможно дополнительное обеспечение за счет диверсификации производства	Обеспечивают активы, созданные данным проектом
Назначение	Многоцелевое назначение	Универсальное назначение	Узкоспециализированное/ проектное назначение
Форма формирования капитала	С неограниченным горизонтом	Постоянная с неограниченным горизонтом формирования капитала	Ограниченный срок, который соответствует сроку реализации проекта
Дивидендная политика и решения о принятии решений	Управление согласованно принимает все решения	Управление принимает все решения независимо от остальных участников (инвесторов и кредиторов)	Жесткая дивидендная политика
Инвестиционные решения	Полностью прозрачны	В достаточной степени закрыты для кредиторов	Абсолютно кристальны для кредиторов
Структура финансирования	Стандартные структуры и уникальные для некоторых проектов	Стандартные структуры, которые наиболее часто используются	Неповторимая структура для каждого проекта
Транзакции	В зависимости от	Относительно низкие:	Высокие: сложность и

нне издержки	вида учреждения или проекта могут быть низкими, средними или высокими	процедуры и инструменты стандартны, конкурентный рынок, короткий срок организации и предоставления финансового обеспечения	длительный срок организации и предоставления финансового обеспечения
Размер финансиров ания	Достаточно гибкий	Гибкий, почти любой объем средств	Рационально лишь при крупных объемах финансирования
Активы	Являются частью баланса	Являются частью баланса и могут быть в качестве залога	Всегда в залоге

На практике, обычно сочетаются признаки чистого корпоративного и проектного финансирования. При корпоративном финансировании риски по привлеченным денежным средствам полностью возлагаются на заемщика, который обеспечивает их своими активами, а при использовании проектного финансирования все риски должны быть разделены между организаторами проекта, кредиторами и другими участниками.

Подводя итог, хочется сказать, что выделяют разнообразные способы финансирования, и у каждого из них есть собственный набор требований к инвестиционным проектам. Но для реализации крупных инвестиционных проектов ни бюджетное, ни корпоративное финансирование на данный момент не может быть использовано достаточно эффективно в широких масштабах, поэтому вопрос применения проектного финансирования как способа финансового обеспечения инвестиционных проектов является достаточно актуальным [4].

На основе всего выше сказанного, проектное финансирование можно считать перспективным и развивающимся направлением финансирования. Именно проектное финансирование может помочь России привлечь дополнительный поток инвестиций для реализации широкомасштабных, долгосрочных, капиталоемких проектов.

Использованные источники:

- 1 Finnerty, John D. Project financing: asset-based financial engineering /John D. Finnerty. – Hoboken N.J: John Wiley&Sons, 2007. – 498с.
- 2 Проектное финансирование в России. Проблемы и направления развития / И.А. Никонова, А.Л. Смирнов. – М.: Издательство «Консалтбанкир», 2016. – 216 с.
- 3 Сыроева, А.А. Проблемы и перспективы развития банковского проектного финансирования // Вестник Финансового университета. – 2015. – №3(87). – С. 149-154
- 4 Кравцова А.Э., Деникаева Р.Н. Финансовые источники инвестиционного потенциала России // Экономика и управление: проблемы, решения. 2015. № 11. С. 114-117.

*Богданова А.О.
студент 4 курса
факультет «Инженерно-экономический»
Меницикова А.Ю.
студент 4 курса
факультет «Инженерно-экономический»
Беларусь, г. Минск*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ RATER И SERVQUAL

В статье рассматриваются модели оценки качества обслуживания клиентов RATER И SERVQUAL. Выделяются основные показатели по оценке качества обслуживания. Проводится сравнительный анализ моделей RATER И SERVQUAL. Модель RATER как составляющая модели SERVQUAL.

Ключевые слова: оценка качества обслуживания, критерии оценки, ожидание клиента, ощущение, полученное от сервиса, модели RATER и SERVQUAL.

Для поддержания качественного обслуживания в своей сфере деятельности компаниям необходимо проводить контроль качества обслуживания клиентов.

Основную роль в обслуживании клиентов играет не руководитель компании, а обслуживающий персонал: консультанты, продавцы, которых необходимо стимулировать к достижению долгосрочных отношений с клиентом. Можно отметить, что услугу нельзя заменить на стадии эксплуатации, как это можно делать с товарами.

Существует немало способов оценки качества обслуживания клиентов. Можно проводить анкетирование, собирать фокус-группы, изучать отзывы в книге жалоб и пожеланий, однако существуют и разработанные модели оценки качества обслуживания клиентов [1].

Модель SERVQUAL широко используется при оценке качества сервиса, которая сравнивает ожидание клиента до получения сервиса и их ощущение после получения услуги. Качества сервиса определяется как разница между ожиданием клиента и ощущением/восприятием от использованного сервиса.

Если ожидание выше, чем предоставляемый сервис и предоставляемый уровень сервиса, ниже, чем уровень удовлетворения – следовательно, клиент не удовлетворён уровнем качества обслуживания.

SERVQUAL может быть адаптирована под любую сервисную компанию. Информация, полученная в результате исследования, помогает управленцам анализировать, на каких стадиях процесса имеются недостатки, которые можно в дальнейшем улучшить. Так же полученная в результате исследования информация, позволяет расставить приоритеты по улучшению качества сервиса.

В ходе поискового исследования, проведенного учеными в 1985 году, было выявлено, что потребители используют один и тот же набор критериев для оценки качества различных услуг. Каждый из критериев, названных участниками фокус-групп, был отнесен учеными к одной из десяти категорий:

1.Осязаемые элементы (tangibles): внешний вид помещений, оборудования, персонала и рекламных материалов привлекателен;

2.Надежность (reliability): услуга соответствует заявленному уровню качества, предоставляется точно в установленное время, в процессе предоставления услуги ошибки не допускаются;

3.Расторопность (responsiveness): персонал готов помогать потребителям и предоставляет услуги своевременно (быстро);

4.Компетентность (competence): персонал обладает знаниями и навыками, необходимыми для предоставления услуги;

5.Обходительность (courtesy): персонал вежлив, дружелюбен и относится к потребителям уважительно;

6.Доверие (credibility): компания открыта, честна, имеет хорошую репутацию, заслуживает доверие;

7.Безопасность (security): в сознании потребителей компания и ее услуги не связаны с опасностью, риском, сомнениями;

8.Доступность (access): потребители не сталкиваются с препятствиями при установлении контактов с компанией;

9.Коммуникации (communication): компания предоставляет потребителям необходимые сведения на том языке, который им понятен, компания готова и способна выслушать и понять потребителей;

10.Понимание/знание потребителя (understanding/knowing the customer): компания стремится к осознанию запросов потребителей [2].

Однако анализ данных, полученных в ходе эмпирического исследования, проведенного учеными позднее — в 1988 году, показал, что между некоторыми из названных ими ранее десяти критериев качества услуг существует значительная корреляция. Первоначальная модель SERVQUAL считается сложной, субъективной и статистически ненадежной.

К пяти показателям относятся:

- 1) Осязаемость;
- 2) Надежность;
- 3) Ответственность;
- 4) Уверенность;
- 5) Сочувствие.

В результате использования модели, мы понимаем:

- какие параметры услуги наиболее важны для потребителей;
- каково представление клиентов об идеальной компании;
- насколько ваша компания соответствует данному представлению.

Модель RATER была создана профессорами Парасураманом, Валари Зайтамл, Леонардом Берри и опубликована в книге 1990 года, «Обеспечение качественного обслуживания». Модель подчеркивает пять областей, которые клиенты обычно считают важным и на которые необходимо ориентироваться при обслуживании клиентов. К ним можно отнести: надежность, обеспечение, материальное имущество, эмпатию и отзывчивость.

- Надежность (Reliability) – способность предоставляемые услуги

надежно, аккуратно и точно в срок.

– Обеспечение (Assurance) – знания, навыки, и доверие персонала и их способность использовать этот опыт, чтобы внушать доверие и уверенность.

– Материальное имущество (Tangibles) – вещественные доказательства качества предоставляемых услуг: внешний вид сотрудников, помещений, информационных материалов, оборудования.

– Эмпатия (Empathy)– отношения между сотрудниками и клиентами. Обеспечение индивидуального внимания к каждому покупателю.

– Отзывчивость (Responsiveness) – стремление персонала помочь покупателям и обеспечить быстрый и качественный сервис для ваших клиентов.

При использовании модели проводится анализ проблемных зон в каждом из пяти пунктов. Это дает оценку между желаемыми и действительными показателями и степень важности критерия для клиента, позволяя сфокусировать ресурсы компании. Так же исходя из полученных результатов, можно планировать и улучшать качество обслуживания клиентов. А так же персонал получает подробное описание выявленных проблем и в дальнейшем вырабатывается план, как работать над их разрешением. Успех проведенной работы будет зависеть не от процесса проведения анализа, а от выявления эффективных решений и их внедрения в деятельность компании [5].

Таким образом, можно сказать, что на современном этапе модель RATER является модифицированной моделью SERVQUAL. После двух десятилетий использования, модель SERVQUAL была оценена как самая эффективная модель оценки ожидания и восприятия клиента.

Использованные источники

1. [Электронный ресурс]
http://dis.ru/library/forum/?FID=2&PAGE_NAME=read&TID=79478
Издательская группа «Дело и сервис» – Интернет-библиотека
2. [Электронный ресурс]
<http://subscribe.ru/archive/marketing.supersales/201003/03102111.html> журнал
«Управление сбытом»
3. [Электронный ресурс]
http://www.12manage.com/methods_zeithaml_servqual_ru.html ANAGE,
SERVQUAL (Berry Zeithaml Parasuraman)
4. [Электронный ресурс] <http://www.makemanagement.ru/mages-158-1.html>
5. М.И. Муратова (Алматы Менеджмент университет (AlmaU) Республика Казахстан, Алматы) оценка качества обслуживания сервиса страховых услуг (SERVQUAL модель)

*Богданова А.О.
студент 4 курса
факультет «Инженерно-экономический»
Меницикова А.Ю.
студент 4 курса
факультет «Инженерно-экономический»
Беларусь, г. Минск*

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В МЕРЧЕНДАЙЗИНГЕ

В статье рассматривается понятие мерчендайзинга в современном мире. Выделяют мерчендайзинговые приемы представления товара. Описывается понятие визуального мерчендайзинга и приведены примеры мировых брендов..

Ключевые слова: мерчендайзинг, приемы представления товара, визуальный мерчендайзинг, оформление витрины, представление товара.

В современном понимании мерчендайзинг – это набор мероприятий по продвижению и сбыту товаров в розничной торговле [1]. Это способ создания оптимальных условий для контакта потребителя с продвигаемым товаром, с помощью визуального или иного способа привлечения внимания к товару.

К целям мерчендайзинга можно отнести:

- побуждение потенциального покупателя приобрести товары компании;
- формирование лояльность покупателей к торговой марке, к точке продаж и к самому производителю;
- продвижение продукции в розничной торговле для новых торговых марок или брендов;
- увеличение объемов продаж.

Одним из ключевых направлений в мерчендайзинге является эффективное представление продвигаемых товаров.

Мерчендайзинг начинается тогда, когда в поле зрения покупателя попадает магазин и его витрины и заканчивается когда покупатель уходит из магазина, совершив покупки.

Целью визуального мерчендайзинга является создание пространственного окружения, которое стимулирует спонтанную, эмоциональную покупку.

Мерчендайзинг представляет собой уникальное сочетание творчества и психологии, соединение торгового дизайна с психологией поведения. Это зрительная консультация, которая дается покупателю символами и средствами языка иллюстраций.

В формировании принципов мерчендайзинга большое значение имеют рефлекс, внимание, информация.

POS – point of sales – точка продажи;

POP – point of purchase – точка покупки

К основным принципам мерчендайзинга относятся:

- товар должен быть доступен для покупателя;

- импульсные продукты должны располагаться на видном месте и привлекать внимание покупателей;
- быстрее всего распродаются товары на полках, которые находятся на уровне глаз;
- в горячих точках торгового зала располагается реклама и товар для привлечения внимания покупателей;
- для привлечения внимания покупателей к товару используется специальная, нестандартно оформленная выкладка [2].

Способ представления товара зависит от множества факторов. Различные источники подтверждают, что варианты представления товара зависят от планировки магазина, природы товара, упаковки, прибыли от товара, имиджа магазина и множества других факторов. Например, в специализированных магазинах с высоким уровнем цен, которые ассоциируются с модным имиджем, представляемые товары часто комбинируют по стилям и цветам.

В магазинах с «упорядоченным» имиджем и средним ценовым диапазоном товары группируются по размерам. В магазинах с низкими ценами (типа «секонд-хэнд») товары могут просто находиться в контейнерах. Исходя из природы товара торты, например, должны быть выложены так, чтобы покупатель мог рассмотреть каждый, в то время как пачки с сахаром могут лежать друг на друге.

Выделяют следующие мерчендайзинговые приемы представления товара:

- Коллекционность. Весь товар, представленный в магазине, оформляется коллекционно (к примеру, если это магазин спортивной одежды, то по видам спорта). Смешение стилей не допускается. Между собой коллекции разделяются баннерами. Для того чтобы оказать сильное воздействие на покупателя, необходимо представлять коллекции в полном объеме (одежда вместе с обувью и аксессуарами).

- Баланс. Если оформляемую стену делят пополам, то две части должны являть собой зеркальное отображение друг друга, т.е. находиться в равновесии. Хорошо, если все приспособления (полки, подставки и т.д.) будут расположены одинаково с каждой из сторон, создавая эффект зеркального равновесия. Такой баланс называют зеркальным (формальным). Допускается также неформальный баланс, когда две части коллекции занимают одинаковую площадь, но оформлены по-разному. На всех типах стен товары должны смотреться сбалансированно.

Точка фокуса. Когда человек смотрит на стену, его взгляд обычно фокусируется на ее середине. Это место называется точкой фокуса. Начинать оформлять стену необходимо именно с этой точки. Здесь размещают объект, определяющий тему оформляемой коллекции. Точка фокуса должна привлечь внимание покупателя; в качестве такой точки могут выступать логотип, название коллекции, выделяющийся дисплей, товар [3].

Одним из современных подходов является визуальный мерчендайзинг.

Сейчас визуальный мерчендайзинг – одна из важнейших составляющих маркетинговых коммуникаций, и за рубежом давно оценили ее роль.

Иначе говоря, визуальный мерчендайзинг отвечает на вопрос: как представить продукт в лучшем свете – как расположить его на витрине так, чтобы его сразу захотелось купить.

Однако по данным исследований до сих пор лишь незначительная часть ритейлеров в полной мере использует возможности визуального мерчендайзинга. У фирм – продавцов одежды и обуви – визуальный мерчендайзинг развит лучше, чем у представителей других отраслей торговли, но и из них лишь 20% задействуют внешние витрины для привлечения внимания покупателей. А продавцы товаров длительного пользования почти не имеют такой практики.

Одной из компаний, которая активно использует визуальный маркетинг, является Reebok. Объем инвестиций в визуальный мерчендайзинг составляет 25% всех средств, затрачиваемых на рекламу. Результаты проведенных тестирований показали, что с точки зрения увеличения объема продаж визуальный мерчендайзинг в 3 раза эффективнее наружной рекламы.

Возможности визуального мерчендайзинга и инструментарий его представителей весьма богаты. Особое сочетание различных цветовых оттенков, подсветка, использование высокотехнологичных средств (ЖК-дисплеи, интерактивные устройства), творческая презентация товара – все это помогает заинтересовать покупателей.

Примером может послужить авангардная выкладка товара в магазинах джинсовой одежды различных брендов.

Levi's развешивают джинсы рядами от потолка до пола. Barneys построили из джинсов громадную лестницу. Diesel на витрине магазина разложили забавные фигурки из джинсовых вещей. В этом же сегменте встречаются такие неортодоксальные идеи, как прибить джинсы гвоздями к стендам или развесить их в качестве занавеса в кабинке для переодевания. Поверьте, это нельзя обойти вниманием.

Использованные источники:

1. [Электронный ресурс] <http://www.nauteh-journal.ru/index.php/---ep13-12/1073> Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики» – Мерчендайзинг в торговом предприятии современного формата.
2. И.А. Рамазанов «Мерчендайзинг в розничном торговом бизнесе», изд. Деловая литература, 2002 – 112 с.
3. [Электронный ресурс] <http://www.elitarium.ru/vykladka-tovarov-merchendaizing-prilavok-magazin-prodazhi-pokupatel-factory-pribyl-jeffektivnost/> Статья: Мерчендайзинговый подход к выкладке товаров. Т. Н. Парамонова
4. [Электронный ресурс] <http://center-yf.ru/data/Marketologu/Merchandaizing.php> Статья: Мерчендайзинг

Богданова А.О.
студент 4 курса
факультет «Инженерно-экономический»
Меницикова А.Ю.
студент 4 курса
факультет «Инженерно-экономический»
Беларусь, г. Минск

МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПОРТФЕЛЯ ЗАКАЗОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматриваются методы прогнозирования портфеля заказов предприятия. В частности, математические методы. Математические методы позволяют наиболее точно изучить свойства планируемых процессов, отразив наиболее значимые критерии. Описывается применение методов математического программирования при планировании портфеля заказов.

Ключевые слова: метод наименьших квадратов, множественная регрессия, метод скользящей средней, прогноз, метод экспоненциального сглаживания.

Важнейшим условием успешной работы предприятия является обеспечение производства заказами потребителей, которые формируются за счет поддержания постоянных связей с потребителями и на основе маркетинговых исследований [1, с. 363]. Процесс формирования портфеля заказов может осуществляться специалистом интуитивно на основе его опыта, однако наиболее рациональным путем осуществления этой деятельности является применение методов планирования, одними из которых являются экономико-математические методы.

На планирование портфеля заказов оказывают влияние определенные факторы. Связь между этими факторами можно оценить с помощью регрессионного анализа. Так как на формирование портфеля заказов влияют не один, а несколько факторов, то необходимо рассматривать модель множественной линейной регрессии.

Уравнение множественной регрессии может быть представлено в виде:

$$Y = f(\beta, X) + \varepsilon,$$

где $X = (X_1, X_2, \dots, X_m)$ – вектор независимых (объединяющих) переменных;

β – вектор параметров (подлежащих определению);

ε – случайная ошибка (отклонение);

Y – зависимая (объясняемая) переменная [2, с.140].

Для оценки параметров множественной линейной регрессии используется метод наименьших квадратов (МНК), который позволяет получить такие оценки параметров, при которых сумма квадратов отклонений фактических значений результативного признака y от расчетных \hat{y} минимальна:

$$\sum_i (y_i - \hat{y}_{x_i})^2 \rightarrow \min. [3, \text{с. 46}]$$

Система уравнений для определения параметров линейной регрессии имеет вид:

$$\begin{cases} nb_0 + b_1 \sum_{i=1}^n x_i = \sum_{i=1}^n y_i; \\ b_0 \sum_{i=1}^n x_i + b_1 \sum_{i=1}^n x_i^2 = \sum_{i=1}^n x_i y_i. \end{cases}$$

Коэффициент b_1 показывает, на сколько единиц в среднем изменяется переменная Y при увеличении переменной X на одну единицу.

Таким образом, можно отметить, что использование метода наименьших квадратов позволяет спрогнозировать портфель заказов предприятия в зависимости от поставленных критериев.

Спрогнозировать объем портфеля заказов можно также с помощью метода скользящей средней. Данный метод является одним из широко известных методов сглаживания временных рядов. Применяя метод скользящей средней, можно исключить случайные колебания и получить значения, соответствующие влиянию главных факторов.

Метод скользящей средней предполагает замену исходного ряда теоретическим, уровни которого рассчитываются по формуле скользящей средней.

При нечетном периоде сглаживания полученное среднее значение уровня \hat{y}_i закрепляется за серединой расчетного интервала. При $\alpha=3$ формула имеет вид:

$$\hat{y}_i = \frac{y_{i-1} + y_i + y_{i+1}}{3}, i = 2, n - 1. [4]$$

Прогнозируемый показатель можно рассчитать по формуле:

$$y_{t+1} = m_{t-1} + \frac{1}{n}(y_t - y_{t-1}),$$

где $t + 1$ – прогнозный период;

t – период, предшествующий прогнозируемому;

m_{t-1} – скользящая средняя за 2 периода до прогнозируемого;

n – число уровней, входящих в интервал сглаживания;

y_t – фактическое значение исследуемого явления за предшествующий период;

y_{t-1} – фактическое значение исследуемого явления за 2 периода, предшествующих прогнозируемому.

Данный метод используется при краткосрочном прогнозировании.

Еще одним методом, с помощью которого можно спланировать портфель заказов, является метод экспоненциального сглаживания.

Метод является эффективным при разработке среднесрочных прогнозов. Для расчета прогноза с помощью метода экспоненциального

сглаживания используется следующая формула:

$$\hat{Y}_{t+1} = k * Y_t + (1 - k) * \hat{Y}_t,$$

где \hat{Y}_{t+1} – прогноз на следующий период;

Y_t – значения, применяемые для прогноза за текущий период t ;

k – коэффициент сглаживания ряда ($0 < k < 1$);

\hat{Y}_t – значение прогноза на текущий период t .

Коэффициент сглаживания ряда можно определить по формуле:

$$k = \frac{2}{n + 1},$$

где n – число наблюдений, входящих в интервал сглаживания.

В качестве \hat{Y}_t используют исходное первое значение базы прогноза.

Можно отметить, что метод экспоненциального сглаживания позволяет определить прогнозное значение объема портфеля заказов на один период вперед.

Таким образом, планирование портфеля заказов может осуществляться с помощью методов эконометрики. Данные методы дают возможность наиболее точно изучить свойства планируемых процессов, отразив взаимосвязь между критериями. Также с помощью методов эконометрики можно отследить закономерные связи и на основе прошлых данных сделать план на будущее.

Использованные источники:

1. Волкова О.И., Девяткина О.В. Экономика предприятия (фирмы). – М.: ИНФРА-М, 2007. – 601 с.
2. Бородич С.А. Эконометрика. – Мн.: БГУ, 2000. – 354 с.
3. Шалабанов А.К., Роганов Д.А. Эконометрика. – Казань: Академия Управления «ТИСБИ», 2008. – 203 с.
4. Сизова Т.М. Статистика. – СПб: СПб ГУИТМО, 2005. – 190 с.

Богданова А.О.

студент 4 курса

факультет «Инженерно-экономический»

Менщикова А.Ю.

студент 4 курса

факультет «Инженерно-экономический»

Беларусь, г. Минск

ПРЯМОЙ КАНАЛ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРОВ

В статье рассматриваются критерии для выбора прямого канала распределения. Выделяются преимущества и недостатки распределения товаров посредством прямого канала. Рассматривается фирменная торговля, как один из видов реализации распределения товаров с помощью прямого канала. Выделяются ключевые особенности фирменной торговли.

Ключевые слова: каналы распределения, предпосылки выбора канала распределения, прямой канал распределения, фирменная торговля,

фирменный магазин.

Каналы распределения – это совокупность предприятий или предпринимателей, которые принимают на себя или помогают передать кому-либо право собственности на конкретные товары или услуги при движении его от производителя к потребителю. Производитель передает часть работы по сбыту посредникам, и в какой-то мере, теряет контроль над тем, как и кому, продается товар. Но посредники выгодны для предприятий.

Критериями эффективности каналов распределения являются:

- 1) управляемость – возможность реализации волевого решения;
- 2) обеспечение гарантий;
- 3) качество обслуживания покупателей;
- 4) консультации;
- 5) разрешение конфликтов;
- 6) гибкость – возможность быстрого создания и изменения канала;
- 7) доступность и хорошее расположение продукта;
- 8) готовность к поставкам и время поставок;
- 9) близость клиентов и надежность распределения [1].

Прямой канал распределения – канал распределения, обеспечивающие доведение производителем своих товаров и услуг до потребителей без участия посредников.

Каждый производитель, принимая решение об использовании прямых каналов распределения, исходит из наличия предпосылок, которые определяют целесообразность использования именно таких каналов.

К основным предпосылкам следует отнести:

- соотношение объемов прямых продаж и затрат на организацию продаж и прибыли, которую получит предприятие;
- концентрация потребителей в определенных географических ареалах и определение доли товаров, которые предназначены для них;
- динамика изменения цены на рынке товаров;
- узкоспециализированность товара, приводящая к тому, что необходимы прямые связи с потребителями этой продукции;
- сложность оборудования, приводящая к тому, что это монтаж необходимо осуществлять непосредственно у конечного потребителя;
- производство продукции под заказ [2].

При реализации товара по прямому каналу распределения компания может нести следующие издержки:

- 1) издержки на рекламу;
- 2) приобретение или аренда транспорта на доставку;
- 3) издержки на оплату телефонных переговоров;
- 4) издержки, связанные с покупкой или арендой магазина;
- 5) охрана розничной точки;
- 6) издержки на организацию склада и его функционирование.

Преимущества распределения по прямому каналу заключаются в следующем:

1. использование непосредственных контактов с потребителями;
2. возможность сохранить полный контроль над ведением торговых операций;
3. нет необходимости оплачивать услуги посредников.

В качестве недостатков можно выделить:

1. высокие затраты на создание собственной сбытовой сети;
2. отсутствие возможности проникновения на отдельные рынки;
3. высокие складские и транспортные расходы.

Рассмотрим осуществление распределения товара по прямому каналу, которое осуществляется путем продажи в фирменных магазинах, что стало на данный момент одним из прогрессивных и перспективных направлений развития торговли.

Фирменный магазин – это розничный торговый объект, учредителем которого является компания. В настоящее время основная роль фирменной торговли заключается в том, что она помогает компании приспособиться к рыночным условиям хозяйствования и успешно реализовывать свою продукцию на рынке. Фирменный магазин организует образцовую торговлю и сервисное обслуживание товаров своей номенклатуры. Он должен иметь фирменное наименование, фирменный знак, фирменную упаковку для продаваемых товаров, фирменную одежду для своих работников, выполненную в едином стиле с рекламным оформлением учредителей или коммерческой организации, структурным подразделением которой магазин является. Фирменный магазин может быть открыт предприятием-изготовителем как по месту нахождения учредителя, так и в других регионах страны, а также за её пределами.

Цель фирменной торговли – способствовать формированию и росту численности лояльных потребителей, которые будут стремиться регулярно приобретать продукты под фирменной торговой маркой.

К основным функциям и задачам фирменного магазина относятся:

- изучение и формирование спроса населения на продукцию компании;
- активное воздействие на проводимую компаниями работу по обновлению и улучшению ассортимента товаров и улучшению их качества, проведение консультаций и оказание других услуг;
- осуществление мероприятий по рекламе товаров;
- широкое применение прогрессивных форм продажи товаров (самообслуживание, по образцам, предварительным заказам);
- обеспечение высокого уровня торгового обслуживания.

Важная роль в фирменной торговле принадлежит персоналу магазина. Персонал фирменных магазинов должен быть компетентным, адекватно реагировать на вопросы потребителей, консультировать по ассортименту товаров, при отсутствии необходимого товара предлагать альтернативный, ответственно относиться к работе.

Можно также отметить, что сеть фирменных магазинов должна быть выдержана в одном стиле и соответствовать фирменному стилю компании.

Примерами белорусских компаний, осуществляющих продажи через фирменные магазины могут быть: Белита Витекс, Атлант, Марко, Керамин, Кристал, Коммунарка, Милавица, Элема.

Фирменная торговля позволяет уменьшить степень коммерческого риска, связанного с выходом нового товара на рынок, предпринять необходимые меры для расширения производства или замены продукции на другую, нужную покупателям.

Таким образом, важное назначение фирменных магазинов – изучение спроса на продукцию и оперативное получение информации о нём. Имея непосредственный контакт с различными покупателями и прямые связи с предприятиями, фирменные магазины могут оперативно реагировать на происходящие изменения конъюнктуры рынка и своевременно ставить в известность об этом производителей товаров.

Использованные источники:

1. Е.Г. Непомнящий Экономика и управление предприятием – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1997 – 374 с.
5. Шишло, С.В. Распределение товаров – Минск: БГТУ, 2014 – 94 с.

Богданова А.О.

студент 4 курса

факультет «Инженерно-экономический»

Менищикова А.Ю.

студент 4 курса

факультет «Инженерно-экономический»

Беларусь, г. Минск

БАРТЕР КАК ЭЛЕМЕНТ ВСТРЕЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В статье рассматриваются особенности бартерных сделок. Выделяются преимущества и недостатки бартера. Рассматриваются виды бартерных сделок. Выделяются особенности в установлении ценовых соотношений по обмениваемым товарам при совершении бартера.

Ключевые слова: бартерные сделки, обмен, рынки сбыта, импорт, конкурентоспособность.

Бартерные сделки – это сделки, совершаемые при осуществлении внешнеторговой деятельности и предусматривающие обмен эквивалентными по стоимости товарами, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности [1].

Основными целями заключения бартерных сделок являются:

- смягчение проблемы инвалютного финансирования;
- упрощение импорта;
- упрощение порядка расчетов;
- расширение возможности внедрения на рынки других стран;
- возможность получения импортного оборудования в обмен на товар, сбыт которого затруднен на обычных коммерческих условиях.

Как правило, бартерные сделки осуществляются путем заключения

двустороннего договора мены. Договор должен иметь дату и номер, в договоре должны быть определены номенклатура, количество, качество, цена товара по каждой товарной позиции, сроки и условия экспорта, импорта товаров. Также следует отметить, что договор оформляется в виде одного документа, за исключением сделок, заключаемых в счет выполнения международных соглашений.

Существует два вида бартера: прямой (двусторонний) и опосредованный (многосторонний). Двусторонний бартер подразумевает совершение сделки в виде «товар за товар». Такая сделка завершается приобретением каждым контрагентом необходимого ему товара. При многостороннем бартере первая операция предполагает другие сделки с участием различных субъектов. Они продолжаются до того момента, пока каждый из этих субъектов не получит необходимый ему товар, что будет обозначать завершение многостороннего бартера.

Среди особенностей бартера следует выделить разовый характер сделки, определение окончательной спецификации и объема сделки до подписания контракта, сравнительно короткий срок исполнения сделки (не более двух лет).

Следует отметить, что бартер в некоторой степени можно рассматривать как элемент, замещающий компаниям кредиты. Однако по сравнению с кредитом, бартерные сделки имеют определенные преимущества. Бартерные сделки позволяют погашать долги путем прямой передачи товаров, что устраняет риск неплатежей, возникающий при коммерческом кредитовании одной компании другой. Также при осуществлении бартера возникает возможность избежать потери реальной ценности кредитов вследствие высокой инфляции.

Необходимо выделить следующие преимущества бартерных сделок:

- упрощение выхода на новые рынки сбыта;
- осуществление сбора информации и налаживания рыночных контактов;
- упрощение условий для проникновения западных компаний на рынки менее развитых стран, которые имеют потребность в оборудовании, но испытывают нехватку финансовых средств;
- возможность преодоления нетарифных барьеров и ограничений с целью повышения конкурентоспособности фирм на конкретных рынках сбыта экспортной продукции;
- снижение складских и транспортных расходов.

Среди недостатков можно выделить:

- несоответствие принципам недискриминации и многосторонности торгового обмена;
- сложность учета потребностей партнеров, которые компания продавца должна выявить у потенциального покупателя (связано с дополнительными трудностями и издержками);
- искажение в системе номинальных цен, что ведет к неточной оценке

платежеспособности предприятий.

Следует отметить, что при осуществлении бартерных сделок возникает сложность при расчете цены обмена товаров. Установление ценовых соотношений по обмениваемым товарам трудоемко и многовариантно – для осуществления обмена 10 товаров на рынке необходимо установить 45 разновидностей цен в товарном эквиваленте. При этом используется формула:

$$КЦ = T * (T - 1) / 2,$$

где КЦ – количество разновидностей цен в товарном эквиваленте при бартерном обмене;

T – количество разновидностей товаров, участвующих в бартере [2].

Таким образом, использование бартерных сделок свидетельствует о проблемах с конкурентоспособностью продукции компании либо отсутствием спроса на нее, а также о неэффективной работе служб маркетинга и сбыта. Как правило, бартер приводит к возникновению «серого» рынка, на котором продукция компании продается дешевле отпускной цены. В результате проблема продаж за наличные деньги еще более усугубляется, вследствие чего компания может оказаться на «бартерной игле».

Использованные источники:

1. Балабанов И.Т., Балабанов А.И.. Внешнеэкономические связи – М.: Финансы и статистика, 2000 – 512 с.
2. Шишло С.В. Распределение товаров – Минск: БГТУ, 2014 – 94 с.

Богданович М.А.

студент магистратуры, 2 курс

факультет «Экономики и управления»

Уральский институт управления

Российская академия народного хозяйства и государственной

службы при Президенте Российской Федерации

Россия, г. Екатеринбург

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ИНВЕСТИЦИЙ

Статья посвящена краткому рассмотрению основных видов инвестиций. Автор дает определение инвестициям, рассматривает понятия основных видов инвестиций с его авторской точки зрения.

Ключевые слова: инвестиции, виды инвестиций, капитальные вложения.

Инвестиции представляют из себя крайне сложное и многогранное понятие, которое может разительно отличаться от сферы их применения. Автор приводит одно из классических понятий инвестиций: «Инвестиции — денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта». [1]

Различают два вида инвестиций с учетом объектов вложения – реальные

и портфельные инвестиции.

Как правило под реальными инвестициями понимается вложение в различные материальные и нематериальные активы. Сюда следует относить основной капитал организации, её оборотный капитал и интеллектуальную собственность. Данный вид инвестиций обычно известен тем, что используется на долгосрочную перспективу на создание или обновление основных фондов (средств).

Автор выделяет следующие виды реальных инвестиций, сведенных в таблицу 1.

Таблица 1 – Виды реальных инвестиций

Виды	Определения
Инвестиции предназначенные для наращивания потенциала фирмы	Данные инвестиции обычно представляют собой то, что они направлены на снижение затрат на перестройку различных основных средств предприятия в том числе и их модернизацию.
Инвестиции направленные на расширение потенциала фирмы/расширение производства	Инвестиции данного типа характеризуется тем, что они направляются уже в существующее предприятие, а их цель это повышение количества выпускаемой продукции на рынке.
Инвестиции в создание нового направления/производства	Сущность данных инвестиций это прежде всего создание каких-либо новейших направлений в организаций, создание новой продукции фирмы.
Инвестиции государственных заказов или проектов	Данные инвестиции понимаются как вложения в чужие организации в том числе и государственные, также к данному понятию автор относит и создание различных инвестиционных проектов.
Инвестиции направленные на различные стандарты	Эти инвестиции подразумеваются как совершенствование продукции по определенным стандартам и создание оптимальных условий для производства продукции.

Далее автор статьи рассматривает понятие таких видов как портфельные инвестиции, также многие авторы называют их финансовыми инвестициями. Эти инвестиции обычно представляют из себя вложение в различные инструменты рынка: валюта, акции, облигации, драгоценные металлы и прочее.

Также немаловажной классификацией инвестиций по мнению автора данной статьи являются инвестиции в зависимости от характера участия. Такие инвестиции разделяются на косвенные и прямые. При прямых инвестициях инвестор напрямую участвует в управлении, сам подбирает те объекты, в которые он желает инвестировать свои собственные средства.

Косвенные инвестиции отличаются от прямых тем, что в данном случае понимается под собой инвестирование не желанием инвестора вложить средства в проект, а уже фондом либо специализированным инвестиционным консультантом.

Различия инвестиций от срока вложения автор приводит в таблице 2.

Таблица 2 – Виды инвестиций по срокам вложения

Виды	Определения
Инвестирование на непродолжительный срок	Вложение инвестиций на срок не более одного года.
Инвестирование на средний срок	Вложение инвестиций на срок от трех до пяти лет.
Инвестирование на длительный срок	Вложение на пять и более лет.

Далее автор рассматривает инвестиции по типу от их доходности в таблице 3.

Таблица 3 – Виды инвестиций по доходности

Виды	Определения
Инвестиции с высоким доходом	Данные инвестиции обладают свойством получения повышенного дохода относительно других инвестиционных вливаний на рынке в настоящий момент времени.
Инвестиции со средним доходом	Данные инвестиции как правило имеют среднестатистический прирост прибыли на рынке среди конкурентов.
Инвестиции с низким доходом	Инвестиции с низким доходом соответственно обладают пониженной прибылью относительно инвестиций с высоким и средним доходом.
Инвестиции не приносящие доходности	Такие виды инвестиций направлены не на получение прибыли при вложении средств, а для различных эффектов (социальные и пр.)

Также в рыночной экономике не следует забывать и про риски, ведь каждый инвестор желает получить максимум прибыли от минимальных вливаний, и старается найти наиболее благоприятные проекты для инвестирования, какие в этом случае бывают инвестиции рассмотрено в таблице ниже.

Таблица 4 – Виды инвестиций в зависимости от их риска на рынке

Виды инвестиций	Определения
Нет риска	В данном случае имеется 100% вероятность, того что инвестор получит доход, а моментов с рисками в данном проекте не наблюдается.
Низкая степень риска	Данные инвестиции характеризуются тем, что имеют кардинально ниже процент риска при вложении относительно рынку.

Средняя степень риска	Среднерисковые вливания имеют нормальный (средний) процент риска по рынку.
Высокая степень риска	Такой вид рисков обуславливается крайне высокой вероятностью потерей прибыли при инвестировании, но в данном случае инвестор ожидает максимальный доход при участии в инвестиционном проекте.

В современном мире также немаловажным аспектом инвестиционной деятельности является ликвидность вложенных средств.

Ликвидность – потенциальная возможность инвестиций в короткий срок и без значительных потерь переформироваться в денежные средства. [2]

Оценка ликвидности вложенных средств осуществляется тогда, когда необходимо реализовать на рынке какой – либо объект вложения.

Уровни ликвидности инвестиций имеет следующие типы, приведенные в таблице ниже.

Таблица 5 – Ликвидность инвестиций

Виды инвестиций	Определения
Инвестиции с высокой ликвидностью	Инвестирование в инструменты как правило, имеющие возможность очень быстро трансформироваться в денежное выражение без потери стоимости вообще.
Инвестиции со средней ликвидностью	Вложения имеющие средние показатели по рынку, но также обусловлены тем, что они имеют свойство конвертации от одного до шести месяцев, также без потери в своей стоимости.
Инвестиции с низкой ликвидностью	Данные инвестиции имеют трансформацию в денежные средства уже на срок более шести месяцев, это акции небольших фирм, проекты с низкой актуальностью и пр.
Неликвидные инвестиции	Данные неликвидные инвестиции невозможно воссоздать в денежное выражение самому инвестору, обычно такой тип инвестиций требует конвертации в каком либо комплексе.

Также вложения имеют такой вид как использование капитала и имеют следующие типы:

1) Первичные – те инвестиции, которые применяются в каком-либо капитале преимущественно за счет собственных или заемных средств.

2) Реинвестирование – размещение капиталов, созданных за счет прибыли от поступления именно первичных инвестиций.

3) Дезинвестирование – это изъятие ранее инвестированных капиталов из оборота без последующего его применения в виде инвестиций.

Вложения в объекты также отличаются и по формам собственности, данные определения сведены в таблицу 6.

Таблица 6 – Инвестиции по формам собственности

Виды инвестиций	Определения
Частные	Инвестирование от частных компаний либо граждан.
Государственные	Инвестирование предприятиями (унитарные, местные власти), за счет различных источников таких как: бюджетных и заемных средств.
Смешанные	Инвестирование от различных фирм, юридических лиц и пр.

Иностранные	Вложение от иностранных граждан, фирм и государств.
Совместные	Данные инвестиции формируются сразу несколькими державами (государствами).

Автор статьи также подчёркивает важность инвестиционных вливаний в зависимости от территории, их виды подразделяются обычно на внешние и внутренние.

Внутренними инвестициями принято считать те вложения, которые создаются внутри страны, региона, области.

Внешними инвестициями называют как правило те вложения, которые создаются именно за границей (иностранные государства, объекты, фирмы и пр.)

Необходимо подчеркнуть, что фирма обязана инвестировать в свои капиталы и проекты для достижения конкурентоспособных свойств на рынке. Отсюда инвесторы выделяет два типа инвестирования:

- 1) Активные вложения
- 2) Пассивные вложения

Активные вложения помогают фирме держаться на вершине рынка, повышать свои позиции среди конкурентов и соответственно наращивать прибыль организации.

Пассивные вложения в компании помогают держать конкурентоспособность на прежнем уровне, тем самым помогают удержать себя на рынке, но не повышают конкурентоспособность. [3]

В настоящее время инвестиции стали значительно распространяться как явление на рынке и началась тенденция создания отдельных направлений, представленных в таблице 7.

Таблица 7 – Новые направления инвестиций

Виды инвестиций	Определения
Инвестиции для создания	Инвестиции направление на зарождение различных финансовых групп.
Инвестиции для поглощения	Это те типы инвестиции, которые направлены на объединение различных организаций в одну большую, либо при тех случаях когда осуществляется поглощение компаний.
Инвестиции направлены на различные инструменты	Вложения, как правило вливаемые в различные сложные финансовые инструменты.

В настоящее время всё чаще употребляется стоимость инвестиций во времени, такие инвестиции используются, например, в недвижимости, чтобы узнать, как будет меняться цена недвижимого объекта в будущем. Тем самым выделяются аннуитетные платежи, это платежи, вложенные равными частями, которые направлены на то, чтобы приносить инвестору прибыль в определенные промежутки времени. Помимо недвижимого имущества автора выделяет и то, что данный вид инвестиций также может называться как

страховой и пенсионный фонды.

Автор подчеркивает, что при определении понятий инвестиции следует внимательно различать между собой такие понятия как «инвестирование» и «финансирование».

Финансирование является капиталом, который прежде всего используется для создания различных имущественных отношений, а в свою очередь инвестирование — это трансформация средств в имущество.

Также немаловажно понимать, что «инвестирование» и «капитальные вложения» также имеют под собой некоторые отличия, капитальные вложения — это более узконаправленное направление чем инвестиции и их целью является создание различных фондов их реорганизация и пр. А сами инвестиции обладают намного более обширными свойствами и имеют множество понятий, то есть это вклады в различные активы, в гудвилл, различные финансовые инструменты. Это означает, что капитальные вложения следует относить к инвестициям, к одному из их составных частей. [4]

В заключении автор подчеркивает, что в настоящее время инвестиции имеют тенденцию создания новых направлений, их актуальность всё чаще обсуждается даже в маленьких организациях, ведь инвестиции являются по сути двигателем конкурентоспособности и одним из важнейших инструментов для главной задачи любой коммерческой компании — повышение прибыли.

Использованные источники:

1. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25 февраля 1999 г. // Российская газета. 2 февраля 2015. № 25.
2. Аверчев И.В 1000 примеров применения // МСФО.-М.: Рид групп, 2014. с 124 – 127
3. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш. Современный экономический словарь // Экономика и образование.2013. с 29-34
4. Игорь Забута. Гудвилл: методы расчета и обесценение // Издание-ЭКМО. 2015. с 12-18
5. Словарь бизнес-терминов [Электронный ресурс]. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/business/20376> (дата обращения: 04.03.2016)

Болтаев Р.О.
студент 3 курса
факультет «Экономика»
Солодовникова У.Н.
доцент
кафедра экономики

Югорский государственный университет
Россия, г. Ханты-Мансийск

РОЛЬ КОСВЕННЫХ НАЛОГОВ В ФОРМИРОВАНИИ БЮДЖЕТОВ НА ПРИМЕРЕ ХМАО

Аннотация. В статье проанализирована роль косвенных налогов в РФ на примере ХМАО. Дана оценка структуры косвенных налогов.

Annotation. The article analyzes the role of indirect taxes in the Russian Federation as an example KhMAO. The estimation of the structure of indirect taxes.

Ключевые слова: косвенные налоги, НДС, акциз.

Key words: indirect taxes, VAT, excise tax.

Косвенное налогообложение имеет многовековую историю. Уже с X века в Древней Руси оно существовало в различных формах. Косвенным налогам должно уделяться большее внимание со стороны государства и общества, так как соотношение между прямыми и косвенными налогами будет определять налоговую систему и налоговую политику государства. Косвенные налоги наименее зависимы от циклов экономического развития, поэтому во время кризисных явлений внимание на них со стороны государства должно усиливаться, перед которым стоит задача обеспечения бездефицитности бюджета.

Для анализа роли косвенных налогов в формировании бюджетов и определения налоговой политики РФ, необходимо проанализировать соотношение прямых и косвенных налогов в РФ.

Таблица 1
 Анализ структуры налоговых доходов РФ и ХМАО за 2013-2015г.
 (тыс.руб.)

Показатели	2013г.		2014г.		2015г.		Отклонение (2015г./2013г.)	
	сумма	%	сумма	%	сумма	%	Абсолютное, сумма	Относительное, %
Налоговые доходы	1132161 6514	100	1260634 2016	100	1372035 3254	100	2398736 740	121,19
в т.ч. ХМАО	1707573 028	100	1925421 248	100	1987924 746	100	2803517 18	116,42
Прямые налоги РФ	8392047 625	74, 12	9306709 076	73, 83	1011587 3234	73, 73	1723825 609	120,54

в т.ч. ХМАО	1488370 619	87, 16	1689415 274	87, 74	1766953 048	88, 88	2785824 29	118,72
Косвенные налоги РФ	2929568 889	25, 88	3299632 940	26, 17	3604480 020	26, 27	6749111 31	123,04
в т.ч. ХМАО	2192024 09	12, 84	2360059 74	12, 26	2209716 98	11, 12	1769289	100,81

Источник: Федеральная налоговая служба

Из таблицы 1 видно, что удельный вес косвенных налогов по РФ увеличивается, по ХМАО уменьшается. Как говорилось ранее, косвенным налогам в кризисные явления, необходимо уделять особое внимание, поэтому необходимо проанализировать причины снижения доходов от косвенных налогов по ХМАО.

Можно сделать вывод о том, что косвенные налоги занимают особое место в налоговой политики РФ, поэтому необходимо рассмотреть удельный вес косвенных налогов в бюджетах различных уровней в таблице 2.

Таблица 2

Анализ динамики удельного веса косвенных налогов
в бюджетах различных уровней за 2013-2015г. (%)

Показатель	2013г.	2014г.	2015г.	Отклонение (2015г./2013г.)
Удельный вес косвенных налогов в федеральном бюджете РФ	45,454	45,860	45,755	0,301
Удельный вес косвенных налогов в консолидированном бюджете субъектов РФ	8,249	7,408	7,045	-1,204
Удельный вес косвенных налогов в местных бюджетах	0,014	0,006	0,009	-0,005

Источник: Федеральная налоговая служба

Видно, что ФБ формируется наполовину за счет косвенных налогов. Следовательно, косвенные налоги играют важную роль в формировании федерального бюджета РФ. Значимую долю косвенные налоги также занимают и в консолидированном бюджете субъектов РФ. Менее значима роль косвенных налогов в местных бюджетах.

В таблице 1 и 2 мы видим, что роль косвенных налогов растет в ФБ и падает в консолидированном бюджете субъектов РФ именно в 2014г. Для этого необходимо рассмотреть поступления косвенных налогов в бюджеты.

Таблица 3

Анализ динамики пропорции поступлений косвенных налогов
в бюджетную систему РФ за 2013-2015г. (%)

Показатели	2013г.		2014г.		2015г.		Отклонение (2015г./2014г.)	
	в ФБ	в бюджет ы субъект ов РФ	в ФБ	в бюджет ы субъект ов РФ	в ФБ	в бюджет ы субъект ов РФ	в ФБ	в бюджеты субъектов РФ
Косвенные налоги	83,23	16,77	85,51	14,49	86,50	13,50	3,28	-3,28
Налоги на товары (работы, услуги), реализуемые на территории РФ	82,58	17,42	84,97	15,03	85,95	14,05	3,37	-3,37
в том числе								
НДС	100,00	-	100,00	-	100,00	-	0,00	-
Акцизы	48,41	51,59	52,14	47,86	52,04	47,96	3,63	-3,63
Налоги на товары (работы, услуги), ввозимые на территорию РФ	100,00	-	100,00	-	100,00	-	0,00	-
в том числе								
НДС	100,00	-	100,00	-	100,00	-	0,00	-
Акцизы	100,00	-	100,00	-	100,00	-	0,00	-

Источник: Федеральная налоговая служба

Из таблицы 3 видно, что в целом за анализируемый период косвенные налоги почти полностью поступают в федеральный бюджет. При этом централизация косвенных налогов усиливается. Все налоги на товары, ввозимые на территорию РФ, полностью поступают в ФБ. В консолидированный бюджет субъектов РФ поступают лишь около 15% косвенных налогов.

Для изучения роли косвенных налогов необходимо также рассмотреть

их структуру. В таблице 4 приведена структура косвенных налогов.

Таблица 4

Анализ динамики структуры косвенных налогов по РФ и ХМАО (%)

Показатели	2013г.		2014г.		2015г.		Абсолютное отклонение (2015г./2014г.)	
	РФ	ХМАО	РФ	ХМАО	РФ	ХМАО	РФ	ХМАО
Налоги на товары (работы, услуги), реализуемые на территории РФ	96,07	99,84	96,05	99,87	95,89	99,82	-0,18	-0,01
в том числе								
НДС	66,23	89,70	68,59	96,54	70,71	94,61	4,47	4,91
Акцизы	33,77	10,30	31,41	3,46	29,29	5,39	-4,47	-4,91
Налоги на товары (работы, услуги), ввозимые на территорию РФ	3,93	0,16	3,95	0,13	4,11	0,18	0,18	0,01
в том числе								
НДС	94,40	100,00	91,26	99,74	95,61	99,27	1,20	-0,73
Акцизы	5,60	0,00	8,74	0,26	4,39	0,73	-1,20	0,73
Косвенные налоги	100	100	100	100	100	100	-	-

Источник: Федеральная налоговая служба

Первое что мы видим, это то, что удельный вес налогов на товары, реализуемые на территории РФ, уменьшается 0,18%, в то время как на товары, ввозимые на территорию РФ, увеличиваются. Второе, это что удельный вес НДС растет по РФ и ХМАО в целом, в то время, как удельный вес акциз падает.

Выявим причины данного явления, на примере ХМАО. Для этого рассмотрим производство основных видов продукции по ХМАО-ЮГРЕ за последние пять лет.

Таблица 5

Производство основных видов продукции по ХМАО-ЮГРЕ

Производство важнейших видов промышленной продукции	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	Отклонение (2014г./2010г.), %
Добыча нефти, включая газовый конденсат млн.тонн	266	263,2	260,6	254,2	250,2	94,06
Добыча газа природного и попутного, млрд. куб.м	31,4	31,4	32,3	33	32,2	102,55
Материалы строительные нерудные, тыс.куб.м.	28350,1	24085,5	27964,2	24348,6	23802,5	83,96
Электроэнергия, млн. В. час	80186,6	85189,8	84696,3	88465,4	91226,4	113,77

Теплоэнергия, тыс. Гкал	24316,9	22180,7	22035,4	22069,1	22931,4	94,30
Первичная переработка нефти, тыс. тонн	5277,3	5664,5	9649,9	9903,9	9897,4	187,55
Бензин автомобильный, тыс.тонн	1202,2	1389,6	1400	Скрыты	Скрыты	-
Производство дизельного топлива, тыс.тонн.	1049,1	1000,5	1314,7	1409	1429,5	136,26
Древесина необработанная и пиломатериалы, тыс.плотных куб.м	1812,6	1712,1	1647,2	1690,6	1553,8	85,72
Дверные и оконные блоки, тыс. м. кв.	50,2	46,1	49,7	39,9	Скрыты	-
Конструкции и детали сборные железобетонные, тыс. куб. м	411,6	413,1	430,1	455,5	414,2	100,63
Кирпич строительный, млн. шт. условных кирпичей	3,9	4,2	0,1	0	0	0,00
Производство столов и шкафов, шт.	3171	3708	3094	3158	1941	61,21
Производство костюмов, спецодежды, платьев и блузок, тыс. шт.	88,2	96,2	88,7	93,7	97,8	110,88
Производство рыбы, тыс. тонн	14707,8	14126	13888,6	13664	13884,61	94,40
Производство пива и безалкогольных напитков, тыс. дкл.	1153,3	1061,7	976	852,6	858,3	74,42
Производство мяса, тонн	25682,9	24423,7	23615,8	22996,6	20469,2	79,70
Производство хлебобулочных, макаронных, кондитерских изделий, цельномолочной продукции и сливочного масла, тонн	65801,4	66575,5	67850	69437,8	71025,1	107,94

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по ХМАО-ЮГРЕ

Электроэнергетика и топливная промышленность: в регионе активно развивается нефтегазовая отрасль. Добыча газа, производство электроэнергии, переработка нефти, производство дизельного топлива и бензина имеет тенденцию к росту. Добыча нефти за период 2010-2014г. снизилась на 5,94%, что связано с ценами на нефть. С другой стороны добыча газа по региону увеличилась на 2,55%. Также, несмотря на снижение объемов добычи нефти, ее переработка за последние 5 лет увеличилась на 87,55%.

Лесная промышленность: в лесной промышленности ХМАО-ЮГРЫ наблюдается регресс за последние 5 лет. Производство древесины снизилось на 15,28%, производство строительных материалов снизилось на 16,04%, производство пиломатериалов снизилось на 9,51%. Производство столов уменьшилось на 22,85%, производство шкафов уменьшилось на 44,83%.

Промышленность строительных материалов: имеет спад за в период 2010-2014г. Данные по производству блоков дверных и блоков оконных не публикуются с 2014г., однако до 2014г. производство дверных блоков уменьшилось на 14,33%, а производство оконных блоков уменьшилось на 31,49%. Производство конструкций и деталей сборных железобетонных увеличилось на 0,63%. Производство кирпичей с 2012 года прекращено.

Легкая промышленность: имеет неоднозначную ситуацию по ХМАО-ЮГРЕ, с одной стороны некоторые показатели растут, с другой – падают. Производство постельного белья увеличилось на 64,71%, трикотажных изделий увеличилось на 427,78%, спецодежды на 13,77%. Производство костюмов уменьшилось на 92,86%, производство платьев уменьшилось на 83,33%, производство блузок уменьшилось на 80%.

Пищевая промышленность:

– Рыбная промышленность: имеет спад. Производство рыбы живой, свежей и охлажденной уменьшилось на 2,67, производство рыбы и продуктов рыбных переработанных и консервированных уменьшилось на 7,49%;

– Производство напитков: имеет спад. Производство пива уменьшилось на 22,32%, производство воды минеральной и газированной неподслащенной и неароматизированной уменьшилось на 27,26%, производство безалкогольных напитков уменьшилось на 27,56%;

– Мясная промышленность: с одной стороны производство мяса по региону увеличилось на 288,56%, с другой же стороны, производство колбасных изделий уменьшилось на 27,67%, производство полуфабрикатов мясных уменьшилось на 39,3%;

– Хлебобулочная промышленность: производство хлеба и хлебобулочных изделий выросло на 5,57%;

– Кондитерская промышленность: имеет спад. Производство кондитерских изделий уменьшилось на 17,33%;

– Макаaronная промышленность: имеет рост. Производство макаронных изделий увеличилось на 108,2%;

– Молочная промышленность: имеет рост. Производство цельномолочной продукции увеличилось на 31,04%. Производство масла сливочного увеличилось на 106,81%.

В целом по региону мы видим спад в производстве, следовательно, поступления от косвенных налогов (НДС и акцизы) падают по ХМАО, что мы видим в таблице 1. Производство пива, алкоголя и так далее имеют спад от 30%, что уменьшают поступления от акцизов.

Из таблицы 5 видно, что в целом по ХМАО наблюдается негативная картина. Уровень производства по многим отраслям снижается. Следовательно, налоговые поступления снижаются. Для значимости ХМАО среди всех субъектов РФ необходимо дать рейтинговую оценку субъектов РФ по доходам от косвенных налогов.

Таблица 6

Рейтинг по косвенному налогу по субъектам РФ на 2015г. (%)

Место	Регион	Доля косвенных налогов от РФ в целом	Доход косвенного налога от суммы налоговых доходов РФ
-	РФ, тыс. руб.	3610991588	26,32
1	город Москва	24,01	6,32
2	город Санкт-Петербург	9,15	2,41
3	Московская область	6,41	1,69
4	ХМАО-ЮГРА	6,12	1,61
5	Ямало-Ненецкий АО	4,01	1,06
35	Тюменская область	0,49	0,13

Источник: Федеральная налоговая служба

Среди 85 субъектов РФ ХМАО-ЮГРА занимает почетное 4 место. Она формирует 6,12% всех косвенных налогов по РФ. Также нельзя не отметить, что ХМАО-ЮГРА формирует 24,91% доходов ФБ (для сравнения Москва 15,79%) на 2015г. ХМАО-ЮГРА в формировании ФБ занимает 1-е место.

Исходя из всего анализа, можно сделать следующие выводы:

1) ХМАО-ЮГРА является одним из важнейших источников пополнения ФБ;

2) Доходы от косвенных налогов по ХМАО-ЮГРЕ падают, следовательно, учитывая, что косвенные налоги на 86,5% поступают в ФБ, доходы ФБ падают;

3) Структура налогов изменяется в пользу прямых;

Нефть уничтожает производство по ХМАО, что в свою очередь уменьшает поступления от налоговых доходов, в частности, косвенных налогов. На сегодняшний день, в РФ присутствуют кризисные явления, поэтому государство должно уделять особое внимание косвенным налогам. Для этого необходимо развивать производство в регионах. Активно поддерживать лесную, пищевую, легкую и т.п. промышленности. Все это будет способствовать увеличению налоговых поступлений.

Использованные источники:

1. Карл М., Энгельс Ф. Собрание сочинений. Том 16 / Карл М, Энгельс Ф. - М.: Государственное издательство политической литературы. - 1960. - 829 с.
2. Ивлиева М.Ф. Правовые аспекты косвенного налогообложения: теория и практика / Ивлиева М.Ф. - М. Волтерс Клувер, - 2010. - 262 с.
3. Бурбело О.А., Малаева Т.В. Налоговое право. Структурно-логические схемы. Часть 1 / Бурбело О.А., Малаева Т.В. - М. Альфа. 2011. - .72 с.
4. Налоговый Кодекс Российской Федерации: часть первая // СПС КонсультантПлюс // <http://www.consultant.ru>

Болтаев Р.О.
студент 3 курса
факультет «Экономика»
Костина О.В., к.э.н.
доцент
кафедра «ФБД»

Югорский государственный университет
Россия, г. Ханты-Мансийск

ПРОБЛЕМЫ ПЕНСИОННОГО ФОНДА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. В статье проанализированы основные экономические показатели Пенсионного фонда России, изучены основные положения законодательства РФ о ПФР и публичная отчетность ПФР за последние пять лет, рассмотрена социально-экономическая и демографическая ситуация в стране.

Annotation. The article analyzes the main economic indicators of the Pension Fund of Russia, studied the basic provisions of the Russian legislation on public reporting and the PFR over the past five years, reviewed the socio-economic and demographic situation in the country.

Ключевые слова: ПФР, пенсионеры, пенсия.

Key words: PFR, pensioners, the pension.

Актуальность работы. Каждого из нас беспокоит жизнь в будущем, а именно его старость, и мы пытаемся каким-то образом обеспечить себя, чтобы не остаться без средств существования в пенсионном возрасте. На сегодняшний день создан Пенсионный фонд Российской Федерации, целью которого является пенсионное обеспечение граждан РФ. К сожалению, Пенсионный фонд РФ не способен в полной мере обеспечить потребности человека. Это связано с глубоким кризисом системы государственного пенсионного обеспечения, которое требует тщательного исследования проблемы.

Цель статьи – проанализировать основные экономические показатели Пенсионного фонда РФ и выявить основные проблемы пенсионного обеспечения.

Изложение основного материала. Среди всех субъектов пенсионного страхования ведущее место принадлежит Пенсионному фонду РФ.

Пенсионный фонд РФ – самостоятельное финансово-кредитное учреждение, осуществляющие государственное управление финансами пенсионного обеспечения в стране в соответствии с законодательством РФ.

Пенсионный фонд РФ был образован Постановлением Верховного Совета РСФСР от 22.12.1990г. в целях государственного управления финансами пенсионного обеспечения в РФ. Пенсионный фонд РФ подконтролен и подотчетен Государственной Думе Российской Федерации, которая утверждает и годовой бюджет Пенсионного фонда РФ, и отчет о его исполнении.

ПФР РФ обеспечивает:

–целевой сбор и накопление страховых взносов, а также финансирование расходов;

–организацию работы по взысканию с работодателей и граждан, виновных в причинении вреда здоровью работников и других граждан, сумм государственных пенсий по инвалидности вследствие трудового увечья, профессионального заболевания или по случаю потери кормильца;

–капитализацию средств ПФР, а также привлечение в него добровольных взносов (в том числе валютных ценностей) физических и юридических лиц;

– контроль с участием налоговых органов за своевременным и полным поступлением в ПФР страховых взносов, а также контроль за правильным и рациональным расходованием его средств;

–и другие пункты в соответствии с законодательством РФ.

Формирование источников средств ПФР РФ и их расходования по направлениям представлено наглядно на рисунке 1.

Проанализировав положение о Пенсионном фонде РФ можно выявить одну из проблем – количество выполняемых Пенсионным фондом функций.

Наблюдается тенденция расширения функционала ПФР, выходящие, по нашему мнению, за пределы компетенции института, который является страховщиком в системе государственного пенсионного страхования.

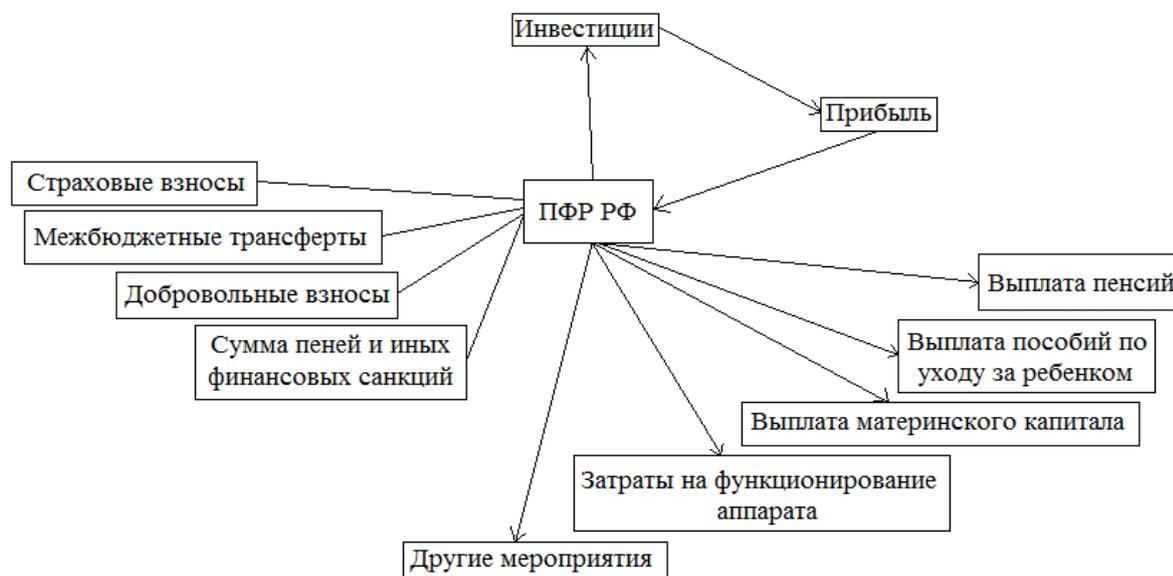


Рисунок 1 – Источники формирования и расходование средств ПФР РФ

Функции назначения и осуществления социальных выплат и доплат отдельным категориям граждан, ведения регистра лиц, имеющих право на получение государственной помощи, выдачи сертификатов и выплаты материнского капитала, администрирования страховых средств, поступающих по обязательному медицинскому страхованию – это можно

отнести к дополнительным функциям ПФР, не связанных с основной целью данного фонда. Расширение функционала требует дополнительных ресурсов, как человеческих, так и материальных.

Рассмотрим основные экономические показатели Пенсионного фонда РФ в динамике за пять лет в таблице 1.

Анализируя данную таблицу, мы еще раз можем убедиться в том, что расширенный функционал Пенсионного фонда требует дополнительного финансирования. Расходы, связанные с пенсионным обеспечением за анализируемый период снизились на 4% и составляют в 2015г. 79% от всех расходов. При этом расходы на другие цели в 2015г. достигают 15% в структуре расходов. Анализ таблицы 1, позволяет сделать вывод о том, что расширение функций ПФР требует дополнительного финансирования.

Таблица 1 – Основные экономические показатели ПФР

Наименование	2011г.		2012г.		2013г.		2014г.		2015г.		Отклонения (+,-)	
	сумма, млрд. руб.	уд. вес. %	абс. млрд. руб.	относ. %								
Доходы:												
Межбюджетные трансферты	2400	46	2800	48	2840	44	2410	39	3004	42	604	125
Страховые взносы	2819,4	54	3032,6	51	3459	54	3694	60	4075	57	1256	146
Другое	36,2	1	57,8	1	89	1	55	1	67,81	1	32	187
Всего	5255,6	100	5890,4	100	6388	100	6159	100	7146,8	100	1891	136
Расходы:												
Пенсионное обеспечение	4081,2	83	4524	83	5250	82	5406	87	6145,8	79	2065	151
Социальное обеспечение	311,9	6	325,4	6	422	7	411	7	489,47	6	178	157
Другое	529	11	571,8	10	707	11	373	6	1134,49	15	605	214
Всего	4922,1	100	5451,2	100	6379	100	6190	100	7769,8	100	2848	158
Профицит/дефицит	333,5	-	439,2	-	9	-	-31	-	-622,98		-	-

Также, анализируя таблицу 1, можно выявить следующую проблему Пенсионного фонда РФ – существенный дефицит бюджета. Рассмотрим долю межбюджетного трансферта из федерального бюджета в ПФР более наглядно на рисунке 2.

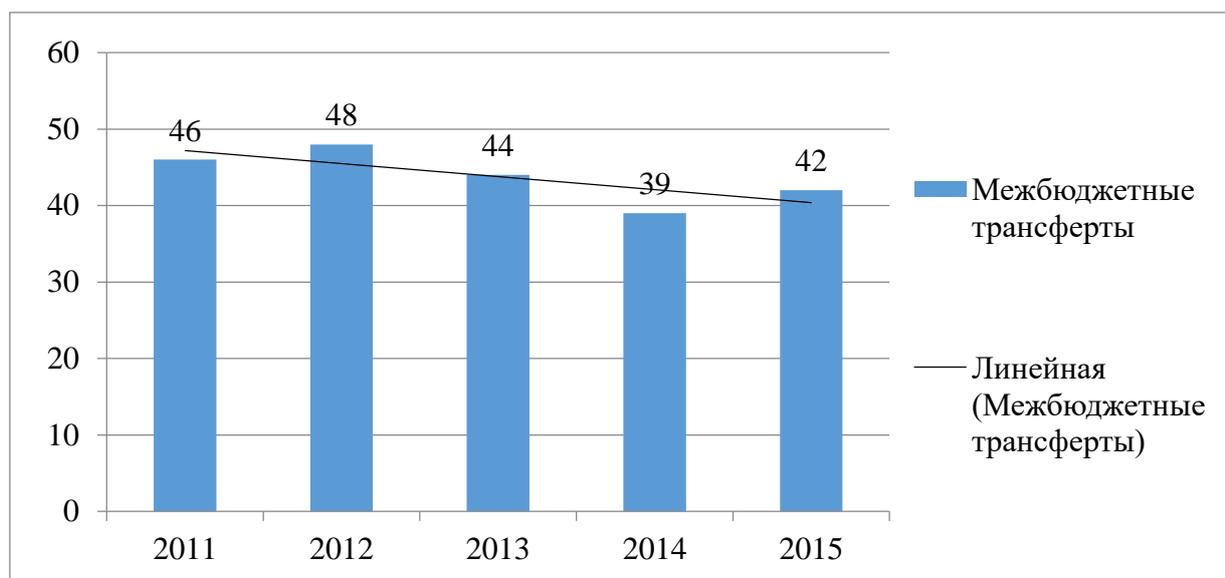


Рисунок 2 – Доля межбюджетных трансфертов в ПФР

Анализ рисунка 2 позволяет сделать вывод о том, что за анализируемый период в среднем уровень межбюджетных трансфертов из федерального бюджета в ПФР составляет 43,8%. Наибольшее значение наблюдалось в 2012г., наименьшее в 2014г. Нельзя не отметить, что линия тренда имеет тенденцию к снижению, значит, доля трансфертов в динамике уменьшается, однако, остается на достаточно высоком уровне.

Таким образом, ПФР имеет существенную зависимость от федеральных бюджетных ассигнований. Следовательно, возможность организации пенсионного обеспечения только лишь за счет поступающих взносов и иных доходов ПФР РФ отсутствует.

Рассмотрим демографическую ситуацию в стране в таблице 2.

Анализ таблицы 2 позволил выявить проблемы ПФР РФ, связанные с демографической ситуацией в стране. На одного пенсионера в Российской Федерации приходится в среднем 1,75 занятого в экономике населения. Тогда как в США на одного пенсионера приходится 3,4 занятого в экономике населения. В связи с этим доля страховых взносов в структуре доходов ПФР мала. В период с 2011г. по 2015г. количество пенсионеров увеличилось на 1,5 млн. человек, а численность занятого населения увеличилось на 2,04 млн. человек. При этом соотношение численности занятого в экономике населения к количеству пенсионеров уменьшилось на 0,01.

Таблица 2 – Соотношение занятого населения и количества пенсионеров

Показатели	2011	2012	2013	2014	2015
Численность занятого в экономике населения, млн. чел.	70,86	71,55	71,39	71,17	72,9
Количество пенсионеров, млн. чел.	40,2	40,6	41,1	41,46	41,7
Количество занятых на 1 пенсионера	1,76	1,76	1,74	1,72	1,75

Проанализируем коэффициент рождаемости, смертности и естественный прирост в таблице 3.

Таблица 3 – Анализ рождаемости, смертности, естественного прироста на 1000 человек населения.

Период	Родившихся, чел.	Умерших, чел.	Естественный прирост, чел.
2011г.	12,6	13,5	-0,9
2012г.	13,3	13,3	0,0
2013г.	13,2	13,0	0,2
2014г.	13,3	13,1	0,2
2015г.	13,3	13,1	0,2

Из таблицы 3 видно, что в 2011г.наблюдалось уменьшение естественного прироста на 0,9 человек. В 2012г. естественный прирост населения не изменился. В последующие годы естественный прирост населения сохраняет свой уровень – на 10000 человек населения рождается 132, а умирает 131 человек.

Проанализировав социальные и экономические показатели, мы пришли к выводу, что основными проблемами Пенсионного фонда РФ являются:

- расширенный функционал;
- зависимость от бюджетных ассигнований из ФБ;
- демографическая ситуация.

Для решения данной проблемы выдвигаются следующие рекомендации:

- не выплачивать пенсию работающим пенсионерам, чей доход превышает прожиточный минимум;
- повысить прожиточный минимум;
- рационально инвестировать свободные денежные средства;
- расширить перечень льгот и сумму выплат по ним по случаю рождения ребенка;

В заключение можно отметить, что работа Пенсионного фонда Российской Федерации имеет довольно сложную и разветвленную систему, но, к сожалению, не всегда эффективную, и еще не один год потребуется, чтобы сбалансировать данную систему и привести ее в равновесие.

Использованные источники:

1. Постановление ВС РФ от 27.12.1991 № 2122-1 (ред. от 05.08.2000) «Положение о ПФ РФ»// СПС «Консультант Плюс»: Законодательство
2. Федеральный закон от 15.12.2001 №167-ФЗ (ред. от 14.12.2015) «Об обязательном пенсионном страховании в РФ»// СПС «Консультант Плюс»: Законодательство
3. Федеральный закон от 17.12.2001 № 173 – ФЗ (ред. от 28.12.2013, с изм. от 19.11.2015) «О трудовых пенсиях в РФ»// СПС «Консультант Плюс»: Законодательство
4. «Бюджетный кодекс РФ» от 31.07.1998 № 145 – ФЗ (ред. от 15.02.2016)// СПС «Консультант Плюс»: Законодательство
5. «Годовой отчет ПФ РФ» за 2011,2012,2013,2014,2015г.
6. «Отчет департамента занятости населения» за 2011,2012,2013,2014,2015г.

*Борисенко А.А.
студент 4-го курса
факультет «Институт Экономики и Управления»
Якунина Ю.С., к.э.н.
доцент
Кузбасский государственный технический
университет им. Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово*

ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ ВО ВНЕШНЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация: Данная статья посвящена изучению особенностей делового общения во внешней экономической деятельности предприятия.

Ключевые слова: Общение, деловая, ВЭД, протокол, переговоры.

Деловое общение - это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т. е. обязательное исполнение принятых правил, которые основаны на национальном и культурном наследиях, профессиональными этическими принципами.

Деловое общение – одно из важных составляющих пространства общественных отношений особенно в среде бизнеса. Знание научной школы общения, этикета, умение искусно владеть словом является основополагающей в сфере внешнеэкономической деятельности (ВЭД). ВЭД – это свод функций организационных, экономических, производственных, хозяйственных, коммерческих деятельности предприятия с целью выхода на мировой рынок с учетом соблюдения внешнеэкономических интересов, стратегических задач, умения их реализации и взаимодействия с партнерами зарубежных стран. В настоящее время для успешного ведения внешнеэкономической деятельности специалистам этого направления следует повышать свой уровень коммуникативной компетентности.

Только активное деловое общение в сфере внешнеэкономической деятельности позволит создать круг партнеров как физических, так и юридических лиц в различных отраслях мировой экономики готовых к сотрудничеству, заключению сделок, подписанию договоров и контрактов.

Формы делового общения весьма разнообразны - это могут быть телефонные переговоры, переписка, как на бумажном носителе, так и в электронном виде, беседы при личной встрече, но могут быть при использовании современных коммуникативных средств, не исключено и общение в неформальной обстановке.

Общение по телефону давний и распространенный вид взаимодействия имеет определенные правила общения. Прежде чем позвонить партнеру следует обдумать ход разговора, возможно, составить его план, в котором предусмотреть все интересующие вопросы, а также что нужно узнать у

собеседника. При этом следует помнить, что разговор не должен быть затянут, должна четко и ясно прослеживаться тема разговора. Разговор начинается с того, что называешь свою фамилию, имя, должность и фирму, от лица которой ведешь разговор. Следует поинтересоваться, с кем начат разговор, если собеседник не представился. Собеседника слушают внимательно не перебивая, но в то же время долго молчать нельзя и подтверждают свое участие в разговоре. При достижении определенной договоренности во время телефонного разговора по его окончанию следует направить собеседнику подтверждение, о договоренности используя телекс, факс, письмо.

Деловая переписка-это официальное деловое письмо, как правило, на бланке, который является визитной карточкой фирмы.

Деловая корреспонденция должна быть посвящена одному вопросу и путям его решению, кроме того должна быть точной и лаконичной, доступной, логичной и последовательной, уважительной и корректной, интересной адресату, в ней следует показать выгоду взаимных партнерских отношений либо рациональность в их разрыве.

Деловая беседа предполагает взаимный обмен данными, сведениями, мнениями по определенному кругу вопросов и предваряет переговоры, но не предполагает принятие решений. При подготовке беседы следует использовать основные условия: четко определить предмет беседы. Важно не только определить проблему, но и глубоко, всесторонне ее изучить, а так же уяснить интересы партнеров; для результативной деловой беседы следует разработать несколько вариантов ее планов и программ, определить место, дату и время проведения. При этом помнить, что беседу лучше проводить на своей территории, но не исключена возможность встречи и на территории собеседника. Во время беседы партнеры должны быть внимательными, вежливыми, владеть хорошими манерами, психологическая уравновешенность является хорошим тоном во время беседы. Умение выслушать собеседника, прислушаться к его аргументации, стремление понять его точку зрения, продемонстрировать уважительное отношение к мнению партнера и его замечаниям все это позволит укрепить контакт с партнером, а компромиссы позволяют заключать взаимовыгодные сделки.

Деловой протокол - это свод определенных наработанных многими поколениями правил и норм делового общения принятого всем мировым сообществом. Содержание протокола многообразно по спектру вопросов: организация и подготовка приема делегаций, их сопровождение, разработка и подписание официальных документов, культурная программа, проведение обедов, делового общения в неформальной обстановке.

Деловые переговоры проводятся в соответствии с протоколом и являются основополагающей частью делового общения. Переговоры проводятся с партнерами, которые имеют ряд вопросов касающихся интересов обеих сторон. В процессе переговоров проходят обсуждения для достижения конкретной цели и принятия взаимовыгодных решений, заключения сделки, международного контракта, согласовать и подписать

документы о сотрудничестве, заключить договоры с посредниками, другими организациями, способствующие осуществлению внешнеэкономической деятельности, рассмотреть и урегулировать разногласия.

Переговоры выполняют ряд функций:

- подготовка новых связей, ее цель обмен информацией для изучения партнера его интересов и возможностей, как правило, это происходит во время переговоров

- обмен взглядами, точками зрения, информацией характерен для ситуации, когда стороны не готовы к совместным решениям, переговоры носят предварительный информационный характер,

- преодоление разногласий сторон, сближение позиций с целью достижения соглашений на основе взаимных уступок для заключения договора.

- регулирование, контроль, упорядочение действий. Корректировка достигнутых договоренностей при возникновении отклонений путем новых переговоров для урегулирования возникших разногласий с целью повышения эффективности деятельности.

Для проведения деловых переговоров требуется интенсивная плановая подготовительная работа, которая заключается в:

- изучение темы предстоящих переговоров, сложившейся ситуации на рынке по данной теме, досье на фирму и ее представителей, участвующих в переговорах, всю переписку с партнером;

- подготовке несколько вариантов рабочих проектов протоколов, соглашений, договоров, контрактов, договорных цен, возможные варианты колебаний этих цен, программу пребывания делегации;

- согласование возможных компромиссных решений для урегулирования разногласий;

- определение места, времени проведения переговоров, состава участников переговоров.

В процессе подготовки переговоров могут проводиться предварительные консультации и личные встречи разных специалистов по направлениям и руководящей значимости с целью изучения точек зрения и занимающих позиций партнеров, обсуждения и глубокого и детального обоснования той или иной позиций, а так же их согласование и выработка предварительных договоренностей.

Процесс переговоров из-за разных точек зрения можно разделить по своему видению на два противоположных стиля: партнерский и конфронтационный.

Для партнерского стиля переговоры – это средство совместного изучения проблемы для ее решения. Достижение в положительном решении разногласий при таком подходе рассматривается как устранение противоречий и возможность учесть интересы обоих партнеров. Конфронтационный стиль- переговоры это борьба, победа в ней главная цель переговоров для максимального достижения собственных интересов любой

ценой, а уже отсюда — завышенные требования, торги и т.д.

Переговоры ведутся для достижения определенной выгоды и прибыли для своего предприятия. Во многом от умения и опыта вести переговоры зависит их результат. Но в любом случае они должны быть полезными для всех партнеров по переговорам.

Для проведения успешных переговоров следует придерживаться основных постулатов:

- инициативность - для создания предпосылок в получении определенных коммерческих выгод;
 - рациональность-это эмоциональная сдержанность;
 - понимание - это внимательное отношение к точке зрения партнера, что позволит принять взаимоприемлемые решения;
 - достоверность. Правдивые данные и прозрачность сведений является сильной стороной при ведении переговоров;
 - точность. Дисциплина по времени ведения переговоров обсудить интересующие вопросы с большей эффективностью для переговоров;
 - способность идти на взаимные уступки.
- целеустремленность при решении главной задачи.

По итогам переговоров заключаются договоры, контракты.

Грамотное, деловое ведение переговоров связанных с внешнеэкономической деятельностью способствует повышению ее результативности, в этом играет значительную роль деловое общение.

От подготовленности участников ВЭД в части владения наукой и искусством делового общения, знанием норм и правил, умением вести встречи, переговоры, деловые беседы, соблюдения делового протокола в большой степени зависит эффективность ВЭД

В данной статье сделан обзор некоторых форм делового общения во ВЭД. Вкратце проанализировано ведение деловых бесед, переговоров, затронуто изучение делового протокола. В итоге можно сказать, что соблюдение всех правил, норм, этикета, четкое грамотное ведение делового общения на встречах любого ранга, в том числе и международного, будет всегда иметь достаточно высокую оценку в профессионализме и способствовать успеху во всех деловых встречах внешнеэкономической деятельности. Данная статья-это обзор некоторых вопросов в изучении делового общения в ВЭД, которая может позволить более детально и глубоко изучить данное направление делового общения.

Использованные источники:

1. Дегтярева О.И., Полянови Т.Н., Саркисов С.В. Внешнеэкономическая
2. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: [9]экономика и управление - Соркин С.Л. - Учебное пособие. М.:Дело,2006

*Борисова Е.Ф.
студент 3-го курса
Голубева Т.А.
студент 3-го курса
Синева Н.Л., к.п.н.
доцент*

*кафедра инновационных технологий менеджмента
Нижегородский государственный
педагогический университет им. К. Минина
Россия, г. Нижний Новгород*

СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА: ОПЫТ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация: В рамках данной статьи рассмотрена система стимулирования персонала к труду. В результате исследования был выделен опыт отечественных и зарубежных предприятий. В данной статье была рассмотрена система стимулирования персоналом в некоторых компаниях.

Ключевые слова: стимулирование, персонал, эволюция менеджмента.

STAFF INCENTIVES: THE EXPERIENCE OF DOMESTIC AND FOREIGN ENTERPRISES

Abstract: This article considers the system of staff incentives to work. The study was highlighted the experience of domestic and foreign enterprises. In this paper, we have considered a system of incentives for staff in some companies.

Keywords: Incentives, personnel, evolution of management.

Стимулирование персонала к труду на предприятии занимает одно из главных мест в управлении рабочими и сотрудниками, поскольку она выступает непосредственно причиной их поведения. Главной задачей руководства персоналом является ориентация работников на достижение целей в компании.

Можно определить, что одной из главных целей стимулирование персонала к труду это интерес к труду воспитание сопричастности к общей работе в коллективе.

Стимулирование работника к труду является самой главной составляющей персонала. Без организации системы стимулирования персонала невозможен рост прибыли компании и его конкурентоспособности на рынке. Для работодателя самым важным считается создать такие условия, при которых активный труд, дающий определенные заранее зафиксированный результат является необходимым и достаточным условием для удовлетворения самых важных потребностей персонала.

Стимулирование персонала на сегодняшний день в западных странах рассматривается как часть единой системы работы с сотрудниками, которая неразрывно связана с нею и со всеми другими частями системы.

Данный подход предполагает, что человеческий фактор становится наиболее важным из определяющих в успехе предприятия и условий конкурентоспособной борьбы на рынке. Кроме определения форм и методов

стимулирования персонала в программу работы с ним входит еще планирование кадрового состава, высококачественная подготовка сотрудников, формирование показателей оценки, как рабочего места, так и результат труда, тренинги по специальности и по менеджменту для руководящих кадров и другие направления работы с сотрудниками предприятия.

Вот, например, в крупной китайской организации «Great wall» направление работы «персонал» стоит на втором месте, а на первом месте у них направление «финансы». В направление «персонал» входят такие программы как определение зарплаты, формирование систем ключевых производственных показателей, развитие систем оценки данных показателей.

Таким образом, разработке методов стимулирования персонала и работе с персоналом уделяется большое внимание по сравнению с финансами и прочими первоочередными направлениями работы. Компании получили свободу в решении поставленных вопросов оплаты труда сотрудников и организации производства только с помощью развития предпринимательской деятельности. В решении данных вопросов, с целью предоставления широких полномочий организации, является создание предпосылок для увеличения производительности труда, улучшение качества товара и совершенствование механизмов оплаты труда, которое бы позволило заинтересовать работника в результате их труда.

На самом же деле произошло так, что устаревшая система стимулирования персонала прекратила свое существование как единая система, а ожидаемая реформа по оплате труда так и не произошла, что привело ее во многом к утрате зарплаты стимулирующей функции. Поэтому решение проблемы роста производительности отечественного товара, повышение его качества невозможно в отрыве от решения вопросов стимулирования и оценки труда работника.

Поддерживание предприятиями уровня занятости, завышенного по сравнению с требованиями рыночной ситуации является самой важной проблемой современного рынка труда в России. Исходя из этого, следует, что стратегия стимулирования персонала в российских организациях имеет два измерения:

1. стимулирование персонала (или трудовых усилий);
2. стимулирование занятости (удержание экономически «излишней» численности работников).

К утечке квалифицированных кадров во многих организациях ведет отсутствие приемлемого механизма стимулирования труда персонала. Материальное стимулирование за профессиональные успехи должен носить систематический характер и должен основываться на ясных объективных критериях. Ведь даже благополучные организации испытывают постоянно трудности, которые связаны с уходом грамотных и инициативных специалистов. Это свидетельствует о недостаточной проработке методики стимулирования их профессионализма. Данная проблема является не

актуальным для организаций с низким уровнем специализации труда, так как замена ушедшему специалисту может быть подготовлена в самые маленькие сроки, то для инновационных и других развитых предприятий с высоким уровнем специализации решение этой проблемы имеет огромное значение. Для таких компаний утечка квалифицированных кадров является настоящей катастрофой.

Например, уход из компании «Вессо – Линк» значительной части менеджеров в ноябре 1996 года на несколько недель встало и все производство. Кроме того компания понесла огромные расходы, которые связаны с поспешным набором новых сотрудников и предоставление клиентам бесплатного обслуживания в течении месяца в качестве компенсации временных неудобств. В высокоинтеллектуальном бизнесе менеджер, как и владелец, становится почти таким же основным производственным ресурсом.

Для Российского отделения IBM (International Business Machines) очень неприятным сюрпризом стал переход руководителя С. Карелова. Его команда смогла увеличить объем производства в 40 раз за 4 года, он перешел в компанию Silycon Graphicks, а для компании Mars уход в 1993 году ряда российских менеджеров, обеспечивавших компании прорыв на российский рынок в 1991-1992 годах. Таким образом, около 50% местных лидирующих компаний теряют своих менеджеров в связи с переходом их в другие организации и 80% западных предприятий, которые действуют на российском рынке.

Использованные источники:

1. Петрова Е. А. Система дополнительного вознаграждения в международной компании // Справочник по управлению персоналом. 2012. №6.
2. Синева Н.Л. Роль системы кадрового менеджмента инновационной организации в управлении развитием персонала// Экономика, управление, финансы. Пермь. – 2011, С. 101-103
3. Яшкова Е.В., Синева Н.Л. Актуализация инновационной маркетинговой технологии HR-брендинга в системе управления персоналом // Интернет-журнал «Науковедение», 2015, Том 7, №1 [Электронный ресурс] – М.: Науковедение, 2015. – Режим доступа: [http://naukovedenie.ru/sbornik_1\(26\)/pdf](http://naukovedenie.ru/sbornik_1(26)/pdf), свободный. – Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.
4. Яшкова Е.В., Синева Н.Л. Разработка внутрифирменных социальных программ в системе управления персоналом Современные научные исследования и инновации. 2015. № 3 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/03/49061>

Бочков П.В., к.э.н.

Яшин А.А., к.э.н.

доцент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный
педагогический университет»

Россия, г. Екатеринбург

ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ КОМПАНИЙ

Аннотация. В настоящей статье авторы рассматривают конкурентоспособность российских компаний в железнодорожных перевозках. Обозначены внутренние и внешние факторы влияющие на степень логистического риска, все это позволяет повысить функции, эффективность логистических компаний на внутреннем рынке.

Ключевые слова. Перевозки, затраты, издержки, конкурентоспособность.

EFFECT OF COMPETITIVENESS FOR LOGISTICS ACTIVITIES OF RAILWAY COMPANIES

Abstract. In this article the authors examine the competitiveness of Russian companies in the rail transport. Marked internal and external factors affecting the degree of risk of the logistics, all this improves the function, the efficiency of logistics companies in the domestic market.

Keywords. Traffic, expenses, costs, competitiveness.

В целях повышения конкурентоспособности железнодорожного транспорта, развития международной деятельности в сфере контейнерных транспортно-логистических перевозок планируется:

- развитие международных транспортных коридоров;
- создание транспортно-логистических центров за рубежом;
- реализация с международными транспортными компаниями совместных логистических проектов по управлению контейнерными перевозками;
- строительство железнодорожной инфраструктуры совместно с зарубежными странами.

Эффективное развитие международных транспортно-логистических коридоров способствует:

- проведению согласованной тарифной политики, обоснованию снижения транспортных затрат;
- развитию транспортно-логистической и информационной инфраструктуры.

Повышение конкурентоспособности контейнерных перевозок на российских железных дорогах в системе международно-транспортных коридоров возможно в следующих случаях:

- внедрение автоматизированной системы управления контейнерными

перевозками;

-унификация товаро-сопроводительных документов по международным стандартам;

-развитие инфраструктуры интермодальных перевозок;

-увеличение пропускных и провозных способностей магистральных линий железных дорог.

Развитие международных контейнерных перевозок невозможно без создания логистико-провайдерской сети, обеспечивающей «сквозной» сервис по транспортировке грузов на рынке евроазиатских перевозок, что способствует динамичному развитию интермодальных перевозок. Транзитные контейнерные перевозки должны осуществляться через Транссибирскую железнодорожную магистраль, обеспечивающую транспортную связь России с Европой и Азией. Для ускорения движения контейнеров следует применять информационные технологии, упростить порядок декларирования перевозимых грузов в контейнерах, что позволит сократить простой контейнеров на границе. Несмотря на планируемый рост транзитных перевозок по коридору «Восток-Запад» Транссибирской железнодорожной магистрали необходимо выделить ряд проблем:

-неготовность большинства транспортных компаний предоставить «сквозную» услугу высокого качества со «сквозным» тарифом;

-неготовность грузоотправителей к хорошо отлаженной логистической схеме с участием морского транспорта;

-формирование альтернативных интермодальных маршрутов с применением железнодорожного транспорта других стран.

Развитие контейнерных перевозок напрямую зависит от уровня внедрения логистических технологий. Логистическое управление международными интермодальными контейнерными перевозками позволяет получить комплексный эффект, обеспечивая взаимодействие пользователей транспортных услуг, перевозчиков и государственных органов. Перспективным следует считать развитие международного транспортного коридора «Север-Юг», позволяющего создать крупные железнодорожные сообщения по западной ветви коридора, повысить конкурентоспособность железнодорожного транспорта по отношению к морским перевозчикам [3].

Необходимо в процессе транспортно-логистической деятельности учитывать множество рисков, формирование которых из-за специфики деятельности отрасли может носить непредсказуемый характер.

Факторы, вызывающие логистические риски, можно условно разделить на две группы.

Первую группу рисков можно объединить по объективным факторам. К ним относятся качество активных ресурсов и качество ситуации. Первая подгруппа – качество активных ресурсов, т.е. всё, что потребуется предприятию для обеспечения планируемой деятельности (качество привлекаемых собственных и заёмных финансово-экономических и материальных ресурсов). Вторая подгруппа – обстоятельства экономической,

политической и социальной обстановки в стране, где находится предприятие, или в тех государствах, в которых оно хозяйствует. Немаловажными факторами являются также качество работающего персонала, добросовестность партнеров и т.д.

Вторую группу условно можно назвать субъективными факторами. К ней относятся детальные характеристики работников, работающих на предприятии. Важно учитывать внешние и внутренние факторы.

К внешним факторам мы можем отнести те условия, которые не подлежат изменению, но должны учитываться, поскольку они могут оказать влияние на конечный результат. Их также условно можно подразделить на две подгруппы:

-факторы прямого воздействия, к которым относятся действующее законодательство, регламентирующее деятельность предприятия, а также властные действия государственных и местных органов власти, действующая налоговая система, взаимоотношения между партнерами и наличие жёсткой конкуренции на рынке продукции;

-другая группа факторов оказывает косвенное воздействие, и к ним относятся политическая и экономическая ситуация в стране и за рубежом, различные международные санкции и действия, затрудняющие деятельность предприятия, стихийные бедствия и др.[2].

Эти группы факторов тесно взаимосвязаны друг с другом, и изменения в одной из них могут вызвать изменения в других. Основной тенденцией в настоящее время является увеличение количества внешних факторов, которые оказывают влияние на уровень риска и которые необходимо учитывать в производственно-хозяйственной деятельности (падение перевозок грузов, падение спроса на данную группу товаров на мировом рынке и экономические неурядицы).

Вторую группу составляют внутренние факторы. К ним относятся стратегия предприятия, принципы и методы управления им, ресурсы и уровень их использования, маркетинговая деятельность, качество продукции и т.д.

Методика управления рисками в системе логистики предполагает прогнозирование и планирование финансовых потоков предприятий, использование и оценку финансовых рисков.

Процесс управления рисками характеризуется потребностью железнодорожного предприятия не только в выявлении и оценке рисков, но и в выработке оптимизационных мер, направленных на их минимизацию[1].

Таким образом, на предприятиях железнодорожного транспорта при разработке системы логистики необходимо создание системы риск-менеджмента, позволяющей эффективно управлять финансовыми ресурсами и финансовыми потерями, возникающими вследствие воздействия рисков.

Использованные источники:

1. Бочков П.В., Семина Н.А. Управление транспортно-логистическими рисками в региональной экономике // Агропродовольственная политика

России. – 2014. – № 4. – С. 70-73

2. Бочков П.В., Гладков А.П. Факторы транспортно-логистических рисков в региональной экономике// Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития: материалы XIV Международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2014. С. 70-72

3. Логистические транспортно-грузовые системы : учебник для студентов вузов / под ред. В. М. Николашина. М.: Академия, 2010.

*Бочков П.В., к.э.н.
доцент*

*ФГБОУ ВО «Уральский государственный
педагогический университет»
Россия, г. Екатеринбург*

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. В настоящей статье автор рассматривает специфику развития транспортной логистики в условиях жесткой конкуренции. Автор особое внимание уделяет вопросам эффективности взаимодействия всех видов транспорта, в том числе железнодорожного в реализации транспортной стратегии.

Ключевые слова. Логистика, конкуренция, контейнерные перевозки, экономика.

IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF TRANSPORT LOGISTICS IN MARKET ECONOMY

Abstract. In this article the author examines the specifics of the development of transport logistics in the fierce competition. The author pays special attention to the effectiveness of the interaction of all modes of transport, including rail transport in the implementation of the strategy.

Keywords. Logistics, competition, container shipping, economy.

Развитие транспортной логистики предполагает строительство терминально-логистических центров в наиболее крупных транспортных узлах страны. Создание контейнерных логистических центров позволяет сформировать единый технологический комплекс по переработке, складированию, таможенной очистке грузов и контейнеров, концентрации всех видов транспорта и крупных грузовладельцев.

В целях повышения конкурентоспособности железнодорожного транспорта, развития международной деятельности в сфере контейнерных транспортно-логистических перевозок планируется:

- развитие международных транспортных коридоров;
- создание транспортно-логистических центров за рубежом;

-реализация с международными транспортными компаниями совместных логистических проектов по управлению контейнерными перевозками;

-строительство железнодорожной инфраструктуры совместно с зарубежными странами.

Эффективное развитие международных транспортно-логистических коридоров способствует:

-проведению согласованной тарифной политики, обоснованию снижения транспортных затрат;

-развитию транспортно-логистической и информационной инфраструктуры.

Повышение конкурентоспособности контейнерных перевозок на российских железных дорогах в системе международно-транспортных коридоров возможно в следующих случаях:

-внедрение автоматизированной системы управления контейнерными перевозками;

-унификация товаро-сопроводительных документов по международным стандартам;

-развитие инфраструктуры интермодальных перевозок;

-увеличение пропускных и провозных способностей магистральных линий железных дорог.

Развитие международных контейнерных перевозок невозможно без создания логистико-провайдерской сети, обеспечивающей «сквозной» сервис по транспортировке грузов на рынке евроазиатских перевозок, что способствует динамичному развитию интермодальных перевозок. Транзитные контейнерные перевозки должны осуществляться через Транссибирскую железнодорожную магистраль, обеспечивающую транспортную связь России с Европой и Азией. Для ускорения движения контейнеров следует применять информационные технологии, упростить порядок декларирования перевозимых грузов в контейнерах, что позволит сократить простой контейнеров на границе. Несмотря на планируемый рост транзитных перевозок по коридору «Восток-Запад» Транссибирской железнодорожной магистрали необходимо выделить ряд проблем:

-неготовность большинства транспортных компаний предоставить «сквозную» услугу высокого качества со «сквозным» тарифом;

-неготовность грузоотправителей к хорошо отлаженной логистической схеме с участием морского транспорта;

-формирование альтернативных интермодальных маршрутов с применением железнодорожного транспорта других стран.

Развитие контейнерных перевозок напрямую зависит от уровня внедрения логистических технологий. Логистическое управление международными интермодальными контейнерными перевозками позволяет получить комплексный эффект, обеспечивая взаимодействие пользователей транспортных услуг, перевозчиков и государственных органов.

Перспективным следует считать развитие международного транспортного коридора «Север-Юг», позволяющего создать крупные железнодорожные сообщения по западной ветви коридора, повысить конкурентоспособность железнодорожного транспорта по отношению к морским перевозчикам [3].

Практика показывает, что эффективность интеграции различных участников товародвижения может быть достигнута в рамках кластеров. Кластеры – это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков товаров и услуг, фирм в смежных отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (университетов, торговых объединений) в определённых областях, конкурирующих, но при этом ведущих совместную работу. Обеспечивая основу конкурентного успеха в отдельных секторах бизнеса, кластеры являются особенностью любой национальной региональной экономики. Преобладание в экономике кластеров, а не изолированных фирм и отраслей – важное условие конкуренции [2].

Идея кластера «Транспортная логистика» представляет собой новый подход к ведению логистического бизнеса, указывает на новые роли компаний, правительств и других организаций, стремящихся к повышению конкурентоспособности. Кластер «Транспортная логистика» формирует новые системы стратегического и тактического управления, необходимость в которых резко возрастает. Логистические компании и корпорации играют заметную роль в формировании бизнес-климата в местах их расположения. Компании в целях эффективной деятельности объединяются в отраслевые организации. Кластер «Транспортная логистика» – это движущая сила в увеличении экспорта транспортных услуг и привлечении иностранных инвестиций [1].

Развитие кластера «Транспортная логистика» невозможно без участия железнодорожного транспорта. Повышение конкурентоспособности транспортной системы Уральского региона, развитие международных транспортных коридоров, проходящих через его территорию, в большой степени зависит от чёткости взаимодействия различных видов транспорта и участников товародвижения на основе современных логистических технологий. В кластер «Транспортная логистика» вовлечены отрасли, связанные с производством различных видов товаров и изделий, а также виды производства, которые могут дополнять друг друга. Кластер «Транспортная логистика» может функционировать внутри любого производства. Данный кластер включает ряд сопутствующих отраслей, обеспечивающих поддержку как по обеспечению спроса на логистические услуги, так и по сохранению устойчивости в условиях имеющейся тенденции глобализации. Предоставление логистических услуг в кластере «Транспортная логистика» тесно связано с крупными соседствующими кластерами. В сфере логистических услуг наиболее важными для кластера являются связи с индустрией сырьевого сектора экономики. Определение границ кластера зачастую носит сложный поэтапный характер и включает в себя процесс

выявления наиболее важных связей разных отраслей организации. Соответственно, к кластеру следует относить логистические, экспедиторские услуги, операторскую деятельность, управление цепями поставок. Компании, включённые в состав кластера «Транспортная логистика», получают от государства поддержку в виде налоговых льгот или кредиты с низкой процентной ставкой. Взамен компании обязаны производить товары и оказывать услуги высокого качества, создавать новые рабочие места, вести здоровую конкуренцию. Применение инновационных бизнес-технологий невозможно без создания логистических корпораций, которые являются системообразующими элементами кластера «Транспортная логистика».

Использованные источники:

1. Бочков П.В. Особенности логистических систем различных видов транспорта // Экономика. Теория и практика: материалы II Международной научно-практической конференции. – Саратов: Издательство ЦПМ «Академия Бизнеса», 2014. – С. 36-40
2. Бочков П.В. Функционирование региональных логистических транспортных систем в условиях экономического кризиса // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 8 ч.2 (61-2). – С. 1144-1152
3. Логистические транспортно-грузовые системы: учебник для студентов вузов / под ред. В. М. Николашина. М.: Академия, 2010.

*Брилль В.Е.
студент*

*РАНХиГС, Уральский институт управления - филиал
Россия, г. Екатеринбург*

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА СО СПЕЦИАЛИЗАЦИЕЙ НА АТОМНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ Г. ОЗЁРСКА (ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛ.)

В статье рассмотрены и проанализированы особенности и проблемы городов, которые имеют статус моногорода и закрытого административно-территориального образования, на примере города Озёрска.

Ключевые слова: моногород, закрытое административно-территориальное образование (ЗАО), атомная промышленность, социально-экономическое развитие моногорода, градообразующее предприятие, Озёрск, ФГУП "ПО"МАЯК".

This article describes features and problems of monotowns and closed cities by way of Ozersk as an example.

Keywords: monotown, closed city, nuclear industry, socio-economic progress of the city, dominant employer, Ozersk, Mayak.

В нашем мире, в этой непростой сложившейся ситуации в экономике

страны проблема социально-экономического развития встает очень остро. Данная проблема касается не только регионов, но и отдельных городов, в особенности городов с моноориентированной экономикой - моногородов.

Как известно, под моногородом следует понимать муниципальное образование, определяющую роль в котором играет градообразующее предприятие; это такой город, в котором все сферы жизнедеятельности населения зависят от функционирования одного крупного предприятия и не менее 50% производимой продукции относится к одной отрасли. Так как проблемы данных муниципальных образований держались в тайне и не имели огласку, - они не были известны обществу. Но сейчас, когда многие имеют представление о моногородах, основная информация по ним является общедоступной, можно обсудить проблемы, особенности социально-экономического развития таких муниципальных образований.

Город Озёрск-город России, являющийся административным центром Озёрского городского округа в Челябинской области. Озёрск носит статус ЗАТО и моногорода, так как специализируется на атомной промышленности. Градообразующим предприятием города является ФГУП "ПО "Маяк".

В состав территории городского округа входят населенные пункты: город Озерск, поселок Новогорный, поселок Метлино, поселок Бижеляк, поселок Татыш, деревня Новая Теча, деревня Селезни.

На 01.01.2015 **количество проживающих** в г. Озёрске составило 80017 человек [1].

Возникновение города тесно связано с Атомным проектом СССР. В рамках его выполнения в городе стало создаваться первое в стране предприятие атомной промышленности. Челябинск-65(такое название носил город с 1966г. до 1994г.) строился под грифом "совершенно секретно": строящийся в городе объект был отнесен к особорежимным предприятиям, а территория вокруг- к режимной зоне. Так, в стране было положено начало возникновения закрытых городов. Лишь с 1 апреля 1994 года название Озёрск стало использоваться официально и открыто.

Сегодня Озёрск - один из крупнейших закрытых городов России. Он входит в Ассоциацию закрытых административно-территориальных образований системы "Росатом". Территория Озёрска - энергонезависима. Она обладает своими источниками тепло- и электроэнергии, а также имеет автономную систему транспортного и жилищно-коммунального обеспечения населения.

Особый статус Озёрска, его специализация, географическое положение и обстоятельства "появления на свет" обуславливают его уникальные особенности социально-экономического развития, которые выделяют Озёрск среди других городов России, в том числе и среди ЗАТО.

1. Наличие статуса закрытого административно-территориального образования, а также зоны с пропускным режимом, где проживает 88,2% всего населения округа.

Экономика ЗАТО является достаточно закрытой. Можно проследить

это на примере рынка труда: граждане, не проживающие на территории г. Озёрска, не имеют возможности трудиться на данной территории. Проблемы существуют и на потребительском рынке, ведь спрос могут формировать также только жители Озёрска, поэтому предприниматели нередко терпят убытки. Также закрытый характер экономики отражается и на инвестиционной активности.

2. Монопрофильный характер экономики с преобладающим в ее структуре производством ядерных материалов, что обусловлено специализацией города

Исторически город Озёрск создавался для проживания в нем работников закрытых атомных предприятий.

Сегодня ФГУП "ПО "Маяк" - одно из крупнейших предприятий атомной промышленности, обладающее уникальными наукоемкими технологиями производства.

В связи с реорганизацией производства, среднесписочная численность работающих на комбинате сокращается. В 2015 году численность работников ФГУП "ПО "МАЯК" продолжает сокращаться и на момент написания данной работы составила 11,689 тыс. человек (в 2011 году численность составляла 12,365 тыс. человек). Число работников комбината составляет примерно 22% от всего числа населения, находящегося в трудоспособном возрасте и проживающего на территории Озёрского городского округа.

Сокращение численности занятых на градообразующем предприятии никак не влияет на его важность для Озёрска. ФГУП "ПО "МАЯК" продолжает играть решающую роль в экономике города.

3. Отрицательная демографическая ситуация в городе.

В связи со спецификой города, тяжелым производством, которое оказывает губительное влияние на здоровье работников ФГУП "ПО "МАЯК", к сожалению, с каждым годом число умерших продолжает увеличиваться.

Так, в 2013 году количество умерших составило 1226 чел.[3], в 2014г.- 1181[2], а в 2015г.-1240 человек[1].

Число родившихся в 2013 году составило 1003 чел.[3], в 2014г.- 1093 чел.[2], в 2015г.- 1019 человек[1].

На 2015 год число пенсионеров составило 30293 человека[1] (30092 в 2014г.[2], 29913 в 2013г.[3]).

Эти данные свидетельствуют о том, что на 2015 год существует естественная убыль населения (-221 человек), а также можно говорить об увеличении числа пенсионеров в ОГО.

Также в связи с тем, что нынешняя молодежь в большинстве своем предпочитает проживать и получать образование в крупных городах России, в Озёрске наблюдается снижение числа экономически активного населения. В 2013 году данный показатель составил 55029 человек[3], в 2014г.-54283 чел.[2], а в 2015 году-53320 человек[1].

4. Наличие внутригородских территорий, входящих в состав ОГО

Город Озёрск является административным центром Озерского

городского округа. В состав ОГО, помимо Озёрска, входят также близлежащие территории, такие как поселок Новогорный, поселок Метлино, поселок Бижеляк, поселок Татыш, деревня Новая Теча, деревня Селезни.

Интересно, что г. Озёрск носит статус ЗАТО, что не распространяется на территории, входящие в ОГО. То есть любой желающий может посетить вышеперечисленные поселки и деревни, не имея для этого специальных документов.

Сравнительный анализ Озерского городского округа с другими ЗАТО, входящих в систему ЗАТО госкорпорации "Росатом", показал, что по общим характеристикам уровня жизни населения, степени развития малого и среднего предпринимательства и уровня инвестиционной привлекательности Озёрск имеет средние значения показателей.

Были рассмотрены такие показатели, как обеспеченность объемами социальной инфраструктуры, объемы бюджетных расходов на одного пользователя услуг, удовлетворенность населения качеством предоставляемых услуг. Значения всех этих показателей также определяют Озёрск на среднем уровне.

Стоит отметить и тот факт, что бюджет ОГО предполагает более высокую долю расходов на оплату труда, чем в других ЗАТО, а вот доля расходов на бюджетные инвестиции на увеличение стоимости основных средств - более низкая. Уровень оплаты труда в муниципальных учреждениях ОГО можно также отнести к среднему среди рассмотренных ЗАТО.

За последние несколько лет социально-экономическое положение Озёрского городского округа характеризовалось как положительными, так и отрицательными тенденциями.

Демография

Увеличение уровня смертности, снижение количества рождаемости приводит к естественной убыли населения округа. К сожалению, можно предположить, что такая тенденция будет сохраняться в среднесрочной перспективе. Если в более ранние годы естественная убыль населения компенсировалась положительным миграционным приростом, то сейчас можно говорить о том, что в 2015 году 1682 человека приехало в ОГО на постоянное место жительства, а 2170 человек уехало[1]. Миграционная убыль составила 488 человек. Причем уезжают из города экономически активное население, а приезжает, в основном, люди пенсионного возраста.

Занятость и безработица

На рынке труда в Озерском городском округе наблюдается сокращение работников, занятых на градообразующем предприятии - ФГУП "ПО "МАЯК". Это связано с реорганизацией и реструктуризацией производства, его частичной автоматизацией. Данные преобразования понижают долю работающих на обрабатывающих производствах в структуре занятости Озерского городского округа.

Уровень регистрируемой безработицы в Озерском городском округе, повысившийся в 2009 году в связи со сложной экономической ситуацией в

стране, к концу 2014 года снизился до 1,7%, а на 1 августа 2015 года составил всего 1,6%. Численность занятого населения в округе составляет 39,3[1] тысяч человек. По состоянию на 1 августа 2015г. напряженность на местном рынке труда составила 0,4 человека на вакансию. Данный факт может говорить о положительной динамике рынка труда в ОГО, так как, например, в конце 2010 года данный показатель составлял 3%.

На протяжении нескольких лет и до сих пор в ОГО существует структурная безработица. Число официально зарегистрированных безработных все еще высоко. Данный показатель на 1 августа 2015г. составил 656 человек. Наиболее остро проблема безработицы стоит для деревень и поселков, которые также входят в состав ОГО.

Уровень жизни.

Последние несколько лет уровень среднемесячных заработных плат в Озерском городском округе выше, чем в основном по Челябинской области. Данный факт связан с достаточно высокими заработными платами на градообразующем предприятии - ФГУП "ПО "МАЯК". Среднемесячная начисленная заработная плата в крупных и средних организациях в ОГО составляла на 2015 год 36048 рублей[1].

Экология

По результатам мониторинга экологическую ситуацию в Озерском городском округе можно оценить как удовлетворительную.

Анализ данных показал, что в Озёрске радиационная обстановка не ухудшается и на протяжении многих лет остается стабильной. Средняя индивидуальная доза от техногенного облучения составила 0,12 мЗ в/год.

Также хотелось бы сказать, что Озерский городской округ является участником и реализует программу реабилитации радиационно-загрязненных участков территории Челябинской области на 2010 – 2015 годы.

Экономическое развитие

Доминирующую роль в структуре экономики Озерского городского округа играет градообразующее предприятие - ФГУП "ПО "МАЯК". Предприятие рентабельно, его финансовое состояние имеет тенденцию к росту. ФГУП "ПО "МАЯК" является крупнейшим налогоплательщиком как ОГО, так и Челябинской области в целом.

От работы и функционирования градообразующего предприятия зависят многие компании, которые осуществляют заказы ФГУП "ПО "МАЯК". Значимой является доля следующих видов деятельности:

- производство и распределение электроэнергии, газа и воды;
- обрабатывающие производства, в том числе нестандартное машиностроение;
- строительство;
- оптовая и розничная торговля;
- операции с недвижимым имуществом
- аренда;

– предоставление услуг.

К сожалению, рынок товаров и услуг в Озерском городском округе по объемам и качеству отстает как от среднероссийских показателей, так и от средних показателей по Челябинской области. Это связано с особым статусом ЗАТО, накладывающим ограничение на использование земли и ограничивающим доступ к услугам потребителям, которые не являются жителями ОГО. Малое и среднее предпринимательство в основном сосредоточено на торговле и оказании услуг населению.

Проанализировав количественные и качественные данные социально-экономического развития Озерского городского округа, можно выделить следующие ключевые проблемы развития города, на решения которых должны быть направлены все силы органов местного самоуправления:

1. Монопрофильность экономики.

Зависимость жизни населения от функционирования одного крупного предприятия. Данный факт порождает неустойчивость социально-экономического развития города, так как даже незначительные колебания мировой конъюнктуры на рынках продукции атомной промышленности могут привести к серьезным проблемам в экономическом развитии города.

2. Статус ЗАТО г. Озёрска.

В силу закрытости города осложняется его равноправное участие в экономике региона. Закрытость Озёрска является препятствием для привлечения новых видов деятельности, новых ресурсов, новых потоков человеческого капитала. Потоки капитала носят однонаправленный характер, что создает риски для устойчивого развития города.

3. Вывоз капитала за границы города.

К сожалению, молодые люди стремятся покинуть родной город и уезжать на постоянное место жительства в другие более крупные города, так как там они находят для себя больше перспектив и способов самореализации. Для социально-экономического положения города данная ситуация является неутешительной, так как более 10% трудоспособного населения живут и платят налоги не в Озёрске. Данная ситуация также удручает тем фактом, что квалифицированные кадры уезжают работать на благо чужих городов, а не города, в котором они родились, и который также нуждается в развитии.

4. Социальный пессимизм.

Стоит признать тот факт, что в основном жители города находятся в некой депрессии, считая, что город не дает им возможности для развития, в городе нечем заняться, нет ничего интересного. Горожане скучают по прошлой жизни в городе, по тем временам, когда город был только построен и в нем начинала закипать жизнь.

Итак, стоит сказать, что Озёрский городской округ имеет ряд проблем, связанных, прежде всего, с особыми статусами города. Трудности существуют, но многие из них можно решить. Начать следует с агитации молодого поколения оставаться в городе, предоставления им социальных гарантий и перспектив развития. Если молодые квалифицированные кадры

будут оставаться в Озерске, а не уезжать на "большую землю", то это будет решением как минимум двух проблем: проблемы утечки налогов и человеческого ресурса. Таким образом можно решить многие проблемы - органам местного самоуправления стоит всего-то начать действовать. Ведь никогда не поздно начать все менять к лучшему: раз горожане скучают по "старому" Озёрску, значит они знают, каким город может быть, а значит есть все шансы на создание "нового" города Озёрска, в который всегда хотелось бы возвращаться и никогда не хотелось бы уезжать.

Использованные источники:

1. Паспорт Озёрского городского округа на 01.01.2015. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ozerskadm.ru/upload/04_2015/pasport_01012015.doc (дата обращения: 25.12.2015)
2. Паспорт Озёрского городского округа на 01.01.2014. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ozerskadm.ru/upload/pasport_ogo_2013.zip (дата обращения: 25.12.2015)
3. Паспорт Озёрского городского округа на 01.01.2013. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ozerskadm.ru/upload/iblock/4cd/pasport_ozersk_01012013_pos714_15032013.doc (дата обращения: 25.12.2015)
4. Отчет о социально-экономическом развитии Озерского городского округа за 2014 год. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ozerskadm.ru/upload/iblock/31b/otchet_economika_2014.doc (дата обращения: 25.12.2015)
5. Программа комплексного социально-экономического развития Озерского городского округа (Челябинская область) на 2012-2016 годы. [Электронный ресурс]. URL: http://192.168.13.12/uploads/downloads/PSER_Ozersk.doc (дата обращения: 25.12.2015)
6. А.А. Гундарев "Моногорода Челябинской области: актуальные проблемы, потенциал и перспективы развития". [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/monogoroda-chelyabinskoj-oblasti-aktualnye-problemy-potentsial-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 24.12.2015)
7. А. Соколов "Закрытые города: вчера, сегодня и завтра". [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rosinform.ru/predpriyatiya/339821-zakrytye-goroda-vchera-segodnya-i-zavtra/> (дата обращения: 24.12.2015)
8. В.И. Сморгачев, С.Н. Сильвестров "Развитие моногородов России". [Электронный ресурс]. URL: http://elib.fa.ru/fbook/Molodcov_mon.pdf/download/Molodcov_mon.pdf (дата обращения: 24.12.2015)

Бричеева Н.Н.
старший преподаватель
Татаров С.В.
студент 3-го курса
кафедра менеджмента и инновационных технологий
ИУЭС ИТА ЮФУ
Россия, г. Таганрог

ОПЕРАЦИИ РЕПО И ВАЛЮТНЫЙ СВОП КАК ИНСТРУМЕНТЫ КУРСОВОЙ ПОЛИТИКИ БАНКА РОССИИ

В статье дается развернутое описание и современное представление о критериях формирования и организации курсовой политики государства. Переход к плавающему курсу национальной валюты – рубля предопределил изменение набора инструментов курсовой политики Банка России. Посредством таких инструментов денежного рынка, как операции РЕПО и «валютный своп», регулируется уровень ликвидности банковского сектора в соответствующем направлении, что выражается в изменении уровня корреспондентских счетов кредитных организаций в Банке России.

Ключевые слова: курсовая политика, Банк России, операции РЕПО, валютный своп, Московская биржа.

The article gives a detailed description and a modern representation of the criteria for the formation and organization of the exchange rate policy of state-udarstva. The transition to a floating exchange rate of the national currency - the ruble predestined to change the exchange rate policy toolkit Awards of Russia. By means of such money market instruments such as repos and "currency swap" is governed by the level of liquidity of the banking sector, in the appropriate direction, that expression-pressed in changing the level of correspondent accounts credit the Organization in the Bank of Russia.

Keywords: exchange rate policy, the Bank of Russia, the operation PE-PO, currency swaps, the Moscow Stock Exchange.

Цель исследований состоит в рассмотрении направлений курсовой политики государства и операций РЕПО и «валютный своп» как ее инструментов.

В 2014 году Банк России при реализации денежно-кредитной политики столкнулся с рядом глобальных вызовов⁸⁰. К особенностям экономической ситуации следует отнести двусторонние санкции и масштабное ослабление курса рубля, в результате чего инфляция оказалась выше целевого уровня, установленного в соответствии с основными направлениями денежно-кредитной политики ЦБ РФ. С 18 августа 2014 г. ширина допустимых колебаний рублевой стоимости бивалютной корзины была увеличена до 9

⁸⁰ Горбатенко И.А. Финансовые рынки современной России: особенности регулирования и тенденции развития // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 8-1. – С. 120-123.

рублей.⁸¹

Для стабилизации курса рубля и инфляционных ожиданий Банк России повышал ключевую ставку процента с 5,5% в январе до 17% в декабре 2014 года. 10 ноября 2014 года Банк России упразднил действовавший механизм курсовой политики и перешел к плавающему валютному курсу, тем не менее оставив за собой право противодействовать угрозам финансовой стабильности, проводя операции на внутреннем валютном рынке.

Введение режима плавающего валютного курса означает отказ от проведения Банком России регулярных валютных интервенций в целях воздействия на курс рубля. Политика Центрального банка при плавающем курсе состоит в том, чтобы в нормальных условиях не вмешиваться в рыночные процессы и позволить курсу рубля выполнять свою роль «встроенного стабилизатора». Однако Банк России продолжает внимательно следить за ситуацией на валютном рынке и может проводить *операции с иностранной валютой* (в том числе на возвратной основе) *в целях поддержания финансовой стабильности*.

В 2011 году произошла тихая информационная революция. Банк России заключил соглашение об информационном сотрудничестве с ФСФР, а также налабил регулярную поставку торговой статистики от ММВБ-РТС⁸².

В январе 2015 года Банк России приступил к проведению операций по предоставлению кредитным организациям кредитов в иностранной валюте, обеспеченных залогом прав требования по кредитам крупнейшим компаниям-экспортерам в иностранной валюте, что обеспечило дополнительный канал предоставления иностранной валюты кредитным организациям (табл. 1). Это способствовало активизации рынка «валютный своп» и росту объема открытых позиций. На этом фоне доля рынка МБК в структуре денежного рынка к концу I квартала 2015 года снизилась.

Во II квартале 2015 года при спаде волатильности финансовых рынков продолжался умеренный рост открытых позиций в сегментах «валютный своп» и Межбанковского Кредитования (МБК)⁸³ (рис.1).

⁸¹ Вишнякова Е.А. Новые инструменты Центрального Банка Российской Федерации // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ», – Том 7, – №5 (2015) [Электронный доступ] – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/122EVN515.pdf>.

⁸² Рынок РЕПО как на ладони / Банковское обозрение [Электронный доступ] – Режим доступа: <http://bosfera.ru/bo/rynok-repo-na-ladoni>

⁸³ Обзор денежного рынка. №2. II квартал. [Электронный ресурс] – Электронные данные – Режим доступа: http://www.cbr.ru/analytics/fin_stab/mmr_15q2.pdf.

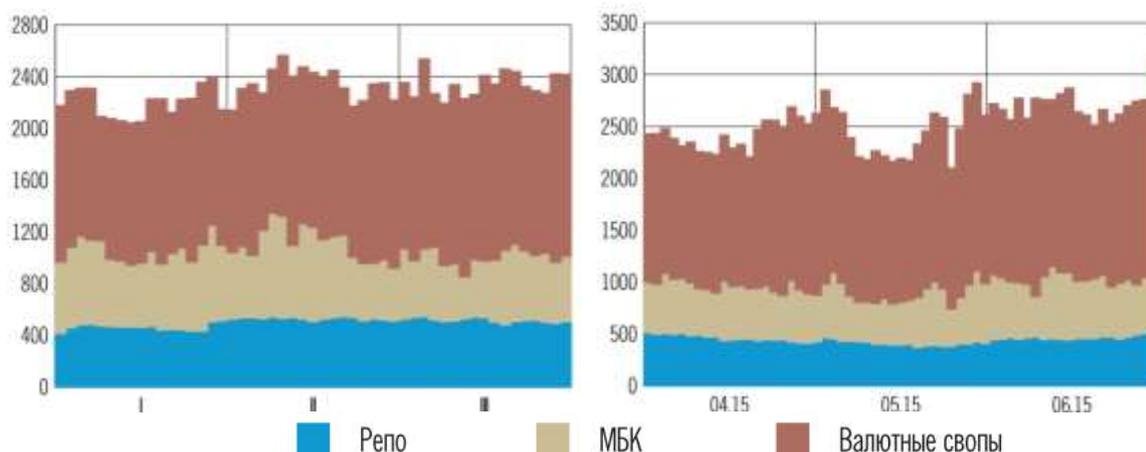


Рис.1. Объемы открытых позиций на рублевом денежном рынке срочностью до 7 дней в I и II кварталах 2015 года (млрд руб.)

Источник – Банк России

Таблица 1

Операции Банка России по предоставлению иностранной валюты в 2015-2016 годах

Инструмент	Срок	Частота	Требования Банка России, млн долл. США					
			на 1.01.15	на 1.04.15	на 1.07.15	на 1.10.15	на 1.01.16	на 1.03.16
Аукционы репоз	1 неделя	еже-недельно	209,8	1556,1	18,3	1,7	100,1	7,5
	28 дней		14900,8	9287,3	6623,6	3410,3	5016,7	10245,8
	12 месяцев		4737,3	17035,8	23479,2	20423,0	15550,0	8625,9
Кредитные аукционы	28 дней	еже-месячно	-	0,0	441,0	444,0	-	0,0
	365 дней		-	2526,8	2526,8	2507,2	1494,7	530,0
Сделки "валютный своп" по продаже долл. США за рубли	1 день	ежедневно	1600,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Источник – Банк России

На фоне падения цен на нефть и общей переоценки рисков растущих рынков глобальными инвестора в III квартале 2015 года и в условиях существенного повышения волатильности финансовых рынков продолжилось уменьшение структурного дефицита ликвидности, наблюдающееся с начала 2015 года ⁸⁴.

В декабре 2015 года в целях анализа распределения ликвидности в банковской системе Банк России провел опрос 36 крупнейших кредитных организаций обоим лимитах на контрагентов на денежном рынке.

Банки отмечают, что приток средств по каналу бюджетных расходов

⁸⁴ Обзор денежного рынка. №3. I квартал. [Электронный ресурс] – Электронные данные – Режим доступа: http://www.cbr.ru/analytics/fin_stab/mmr_15q3.pdf.

в 2016 году позволит крупнейшим кредитным организациям уменьшить объемы заимствований у Банка России и Министерства финансов РФ, что в свою очередь может привести к снижению стоимости привлечения рублей для банков за пределами списка топ-30. В этом случае, по мнению большинства участников опроса, наиболее востребованными инструментами денежного рынка станут операции с обеспечением – РЕПО и своп (особенно сделки с ЦК)⁸⁵.

Использование инструмента «валютный своп» Банка России предоставляет банкам дополнительные возможности по управлению собственной рублевой и валютной ликвидностью, а также расширяет возможности Банка России по предоставлению ликвидности банковскому сектору в случае недостаточности других видов обеспечения для привлечения средств по операциям Банка России.

Сделки «валютный своп» Банка России являются инструментом рефинансирования постоянного действия, средства по которому предоставляются Банком России на условиях «овернайт» по фиксированной процентной ставке под обеспечение иностранной валютой. Согласно характеристикам, данным самим центральным банком, данный вид инструмента рассматривается больше, как вспомогательный и не является для Банка России основным и использовать данный инструмент в рамках не крупных, для финансовой системы, операций.

На российском рынке свопов банки открывают в основном валютные позиции, в то время как открытые позиции по процентным и другим инструментам, незначительны по объему и доле. Это послужило причиной развития в России практически исключительно валютообменных свопов и их суррогатов.

Механизм предоставления кредитным организациям ликвидности с использованием сделок «валютный своп» введен Банком России в действие с 26 сентября 2002 года. Первоначально заключение сделок осуществлялось по инструменту «рубль-доллар США», а с 3 октября 2005 года — также по инструменту «рубль-евро».

Проводимая в 2015 г. ЦБ РФ политика постепенного снижения ключевой ставки и высокий уровень процентов по банковским кредитам в рублях подталкивают к проведению длинных заимствований в обязательства с плавающей ставкой с помощью IRS (interest rate swap)⁸⁶. Ведь при снижении ставок каждый новый процентный платеж для компаний меньше. Только вот сейчас волатильность валютного рынка растет, и процесс нормализации процентных ставок может затянуться, а это должно отразиться на котировках свопов.

⁸⁵ Обзор денежного рынка. №4. II квартал. [Электронный ресурс] – Электронные данные – Режим доступа: http://www.cbr.ru/analytics/fin_stab/mmr_15q4.pdf.

⁸⁶ Лосев А. Зачем компаниям производные финансовые инструменты / finanzen.net GmbH [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.finanz.ru/novosti/valyuty/zachem-kompaniyam-proizvodnye-finansovye-instrumenty-1000754284>

Сделки «валютный своп» заключаются Банком России на Единой торговой сессии ОАО ММВБ-РТС с российскими кредитными организациями, имеющими доступ к биржевым торгам, либо на внебиржевом рынке с кредитными организациями, являющимися контрагентами Банка России по сделкам купли-продажи иностранной валюты на внутреннем валютном рынке.

На валютном рынке Московской биржи в настоящее время торгуются свопы на доллар США, евро, китайский юань, гонконгский доллар, британский фунт, белорусский рубль за российские рубли и также на евро за доллар США. Свопы на сроки более одного дня или «длинные свопы» торгуются только на доллар США, евро и китайский юань.

С 1 декабря 2014 г. запущены (табл. 1)⁸⁷:

- торги на условиях частичного депонирования инструментами ТОД и ТОМ, а также O/N свопами новой валютной пары — британский фунт/российский рубль (GBP/RUB);
- торги на условиях частичного депонирования инструментами ТОД и ТОМ, а также O/N свопами новой валютной пары — гонконгский доллар/российский рубль (HKD/RUB);
- новые инструменты ТОМ и O/N свопы по паре BYR/RUB с переходом на частичное депонирование в торгах белорусским рублем.
- продление торгов инструментом UANRUB_TOД до 15:00.

В первой половине IV квартала 2015 года денежный рынок в иностранной валюте не демонстрировал выраженной тенденции, но, начиная с декабря банки увеличили спрос на валютную ликвидность, поскольку:

- в декабре достиг своего локального пика объем погашения внешнего долга;
- 16 декабря 2015 г. произошло погашение задолженности банков по годовому валютному РЕПО с Банком России.

Во второй половине IV квартала банки увеличили привлечение валюты через операции биржевого РЕПО и «валютный своп» (рис. 2). Основные объемы привлечения совершались на рынках валютных свопов и валютного МБК. Возросший спрос банков на валютную ликвидность привел к изменениям конъюнктуры валютного денежного рынка. В IV квартале расширился спред между ставкой по МБК и рублевой ставкой по свопам.

⁸⁷ Московская биржа 2016 // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://moex.com/a2624>.

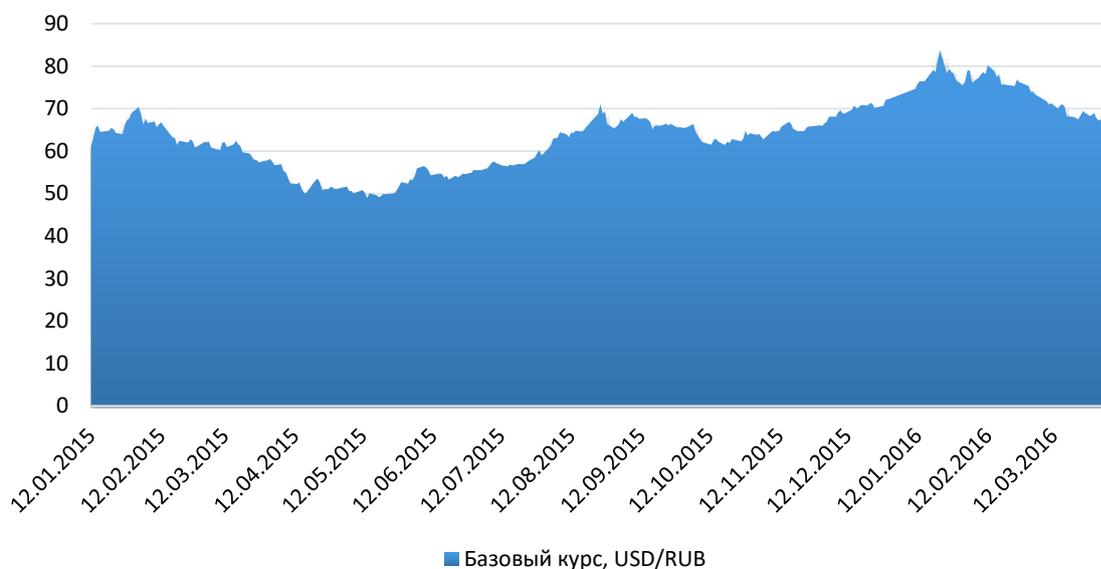


Рис. 2. Условия заключения сделок валютный своп по покупке и продаже долларов США и евро за рубли, 2015-2016 гг.

Однако это значение существенно меньше аналогичных значений I квартала 2015 г., что наряду со снижением общего объема задолженности кредитных организаций перед Банком России по операциям валютного РЕПО (с 33 млрд долл. США в мае 2015 г. до 20 млрд долл. США в конце IV квартала) свидетельствует о том, что повышение спроса на валюту со стороны банков было локальным и не привело к риску дефицита валютной ликвидности⁸⁸.

Когда результатов от применения «валютного свопа» не достаточно стабилизации финансовой системы, и она по-прежнему испытывает недостаток ликвидности, тогда вполне возможным может быть проведение сделок валютных РЕПО⁸⁹.

В октябре 1996 г. Банк России впервые в новейшей истории провел на Московской межбанковской валютной бирже (ММВБ) сделки РЕПО, которые были заключены между Банком России и коммерческими банками, являвшимися участниками рынка государственных краткосрочных облигаций и облигаций федерального займа (ГКО-ОФЗ). Такой вид операций РЕПО был нацелен на рефинансирование участников рынка ГКО-ОФЗ со стороны Банка России, и его использование была продиктовано стремительным развитием рынка ГЦБ, становлением которого занимался Центральный Банк России с 1992 г. ⁹⁰

В настоящее время сделка РЕПО в иностранной валюте между

⁸⁸ Обзор денежного рынка. №4. II квартал. [Электронный ресурс] – Электронные данные – Режим доступа: http://www.cbr.ru/analytics/fin_stab/mmr_15q4.pdf.

⁸⁹ КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2015 год и период 2016 и 2017 годов. – Электронные данные – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, свободный.

⁹⁰ Ромашевский, А. Биржевые операции РЕПО: современное состояние и новшества / А. Ромашевский // Биржевое обозрение. - 2007 - № 10. – С. 13-15.

кредитными предприятиями и ЦБ может быть проведена на Московской бирже, на Санкт-Петербургской бирже, в рамках структуры Bloomberg. Чтобы иметь право участвовать в торгах, финансовые заведения должны соответствовать ряду критериев, которые установлены указанием ЦБ.

При заключении сделок РЕПО с Банком России на Санкт-Петербургской валютной бирже, а также не на организованных торгах с использованием информационной системы Bloomberg с расчетами, клирингом и управлением обеспечением в НКО ЗАО НРД существует возможность подавать заявки на заключение сделок без указания конкретных выпусков ценных бумаг. При этом в качестве обеспечения принимаются любые ценные бумаги, входящие в корзину ценных бумаг, которые участник предоставит для проведения расчетов.

При заключении сделок РЕПО с Банком России не на организованных торгах с использованием информационной системы Bloomberg с расчетами, клирингом и управлением обеспечением в НКО ЗАО НРД существует возможность замены обеспечения по открытым сделкам РЕПО в течение срока РЕПО⁹¹.

ЦБ РФ предоставляет средства на РЕПО сроком 1 и 7 дней, 3 и 12 месяцев, но последние два вида сделок реализуются по индивидуальному решению ЦБ⁹². То есть операции РЕПО являются краткосрочным источником ликвидности.

Участники аукционов РЕПО с Банком России могут подавать только конкурентные заявки (с указанием ставки РЕПО). На основе оценки текущей ситуации на российском денежном рынке и тенденций в динамике факторов формирования ликвидности банковского сектора Банком России устанавливается максимальный объем предоставляемых на аукционе средств, а также минимальная процентная ставка (на уровне не ниже установленной Советом директоров Банка России величины).

При принятии решения о ставке отсечения на аукционе РЕПО с Банком России на срок 1 день заявки, поданные по ставке, большей либо равной ставке РЕПО на фиксированных условиях, не учитываются в максимальном объеме предоставляемых средств на данный аукцион и удовлетворяются в полном объеме. Параметры и итоги аукционов РЕПО с Банком России ежедневно публикуются на сайте Банка России⁹³.

Анализ срочной структуры открытых позиций показывает, что преобладающий объем сделок совершается на срок свыше 180 дней как по рублевым, так и по валютным операциям. Причем доля открытых позиций срочностью свыше 180 дней больше на рынке внебиржевого валютного РЕПО из-за доминирующего объема долгосрочных сделок небанковских

⁹¹ Операции РЕПО Банка России / Банк России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru/press/pr.aspx?file=25122015_130620if2015-12-25T13_05_57.htm.

⁹² Воеводскова Е.Е. Валютная сделка РЕПО в РФ // International scientific review. – 2015. – № 2 (3). – С. 48-50.

⁹³ Операции РЕПО Банка России / Банк России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru/press/pr.aspx?file=25122015_130620if2015-12-25T13_05_57.htm.

финансовых организаций.

В обеспечение по операциям РЕПО с Банком России принимаются ценные бумаги, которые входят в Ломбардный список Банка. Для каждой категории бумаг ЦБ РФ, отталкиваясь от продолжительности РЕПО, устанавливает первичный, максимальный и минимальный ценовые уровни, дисконты.

Денежный рынок с центральным контрагентом (рынок валютных свопов и рынок РЕПО), на котором осуществляются операции по перераспределению рублевых средств через НКЦ, в течение 2015 г. демонстрировал тенденцию к росту объемов открытых позиций.

В декабре 2015 г. средневзвешенный объем операций на рынке РЕПО с ЦК (444,6 млрд руб.) достиг максимальных значений с момента запуска торгов в феврале 2013 года (рис. 3., рис. 4).

На увеличение объема торгов и открытых позиций на рынке РЕПО с ЦК оказал влияние также допуск новых инструментов к операциям. С 17 декабря 2015 г. к обращению на рынке РЕПО с ЦК на условиях частичного обеспечения допущено девять новых выпусков корпоративных облигаций, совокупный объем торгов которыми составил 4,9 млрд руб., а средневзвешенный объем открытых позиций – 0,7 млрд рублей.



Рис. 3. Общий объем заключенных сделок РЕПО (7 дней) в 2015-2016 гг.



Рис. 4. Общий объем заключенных сделок РЕПО по фиксированной ставке (1 день) в 2015-2016 гг.

Использованные источники:

1. Воеводскова Е.Е. Валютная сделка РЕПО в РФ // International scientific review. – 2015. – № 2 (3). – С. 48-50.
2. Горбатенко И.А. Финансовые рынки современной России: особенности регулирования и тенденции развития // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 8-1.– С. 120-123.
3. Ромашевский, А. Биржевые операции РЕПО: современное состояние и новшества / А. Ромашевский // Биржевое обозрение. - 2007 - № 10. – С. 13-15.
4. Вишнякова Е.А. Новые инструменты Центрального Банка Российской Федерации // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ», – Том 7, – №5 (2015) [Электронный доступ] – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/122EVN515.pdf>.
5. Лосев А. Зачем компаниям производные финансовые инструменты / finanzen.net GmbH [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.finanz.ru/novosti/valyuty/zachem-kompaniyam-proizvodnye-finansovye-instrumenty-1000754284>
6. Московская биржа 2016 // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://moex.com/a2624>.
7. Обзор денежного рынка. №3. I квартал. [Электронный ресурс] – Электронные данные – Режим доступа: http://www.cbr.ru/analytics/fin_stab/mmr_15q3.pdf.
8. Обзор денежного рынка. №2. II квартал. [Электронный ресурс] – Электронные данные – Режим доступа: http://www.cbr.ru/analytics/fin_stab/mmr_15q2.pdf.
9. Операции РЕПО Банка России / Банк России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru/press/pr.aspx?file=25122015_130620if2015-12-25T13_05_57.htm.

10. Рынок РЕПО как на ладони / Банковское обозрение [Электронный доступ] – Режим доступа: <http://bosfera.ru/bo/rynok-repo-na-ladoni>.

Бричеева Н.Н.
старший преподаватель
Татаров С.В.
старший преподаватель
кафедра менеджмента и инновационных технологий
ИУЭС ИТА ЮФУ
Россия, г. Таганрог

ПРОБЛЕМНЫЙ АНАЛИЗ ДЕНЕЖНОЙ СФЕРЫ В РОССИИ

В статье анализируются динамика объем и динамика денежной базы и денежной массы. Рассмотрены современные механизмы влияния изменения денежных агрегатов на инфляцию в России. Выполнена оценка влияния на нее монетарных и немонетарных факторов и особенности их использования Банком России.

Ключевые слова: денежная масса, денежная база, денежные агрегаты, инфляция, Банк России.

The article analyzes the dynamics of the volume and dynamics of the monetary base and the money supply. Discusses the mechanisms of the impact of changes in monetary aggregates on inflation in Russia. Performed estimation of the influence of monetary and non-monetary factors, and especially their use by the Bank of Russia.

Key words: money supply, monetary base, monetary aggregates, inflation, the Bank of Russia.

Объем и динамика денежной массы

Для количественной оценки объема денег в экономике используется две группы показателей – *денежных агрегатов*. Первая группа характеризует денежное предложение, основным показателем которой является *денежная база (ДБ)* – наличная валюта в обращении и все обязательства Банка России перед кредитными организациями⁹⁴.

Денежная база в узком определении включает выпущенные в обращение Банком России наличные деньги и остатки на счетах обязательных резервов по привлеченным кредитными организациями средствам в национальной валюте, депонируемых в Банке России. За 2015 год денежная база РФ в узком определении сократилась на 4,3% до 8745,9 млрд. руб. на 1 января 2015 года (рис. 1), а на 1 мая 2016 года составила 8482,4 млрд руб.⁹⁵

⁹⁴ Третьякова С.Н., Третьяков М.М. Количественная характеристика денег: взаимосвязь денежных и кредитных агрегатов // Вестник Тихоокеанского государственного университета. - 2014. - № 3 (34). - С. 147-156.

⁹⁵ Денежная база РФ к январю выросла на 803,4 млрд рублей // Экономика и жизнь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.eg-online.ru/news/301646/>

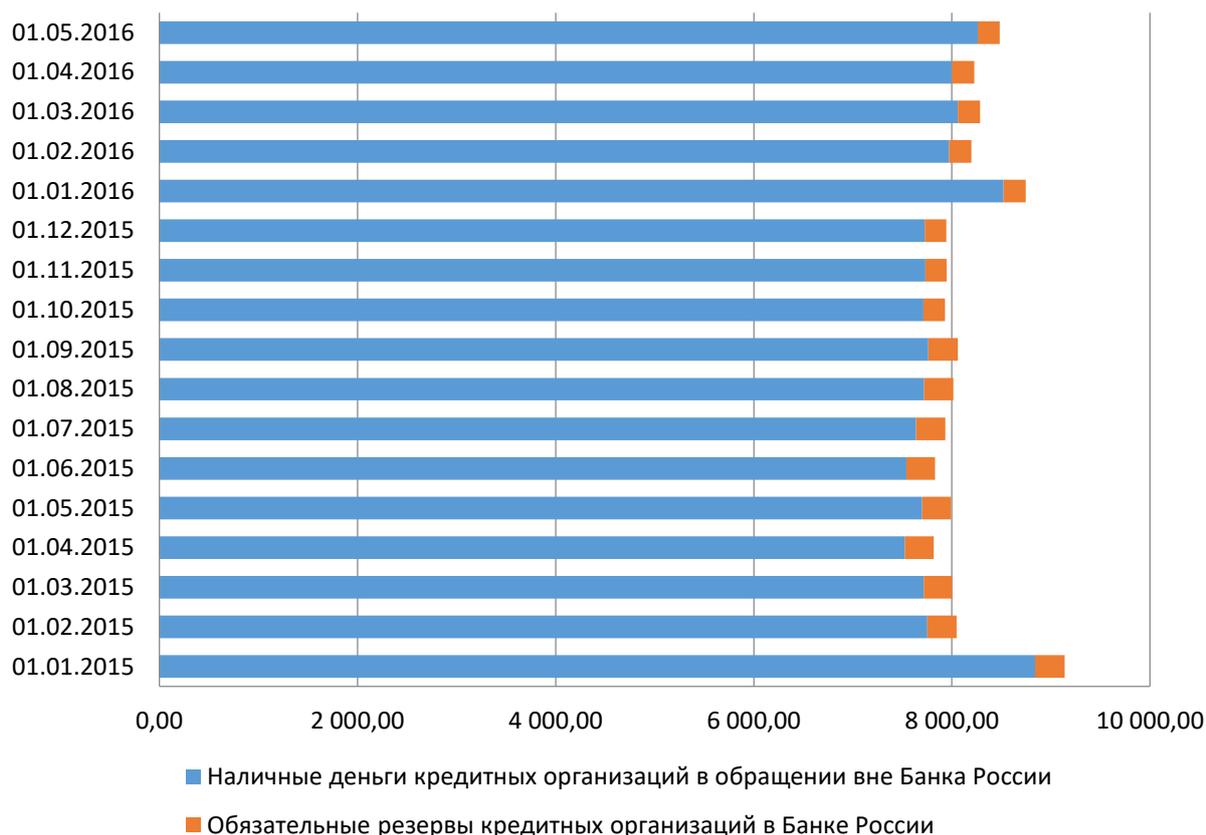


Рис. 1. Денежная база в узком определении, 2015-2016 гг., млрд

Денежная база в широком определении – обязательства Банка России, которые обеспечивают рост денежной массы, представленные суммой наличных денег и средств на счетах обязательных резервов (ФОР), средств на корсчетах и депозитах кредитных организаций в Банке России, вложений кредитных организаций в облигации Банка России. Согласно принятой Банком России монетаристской денежной теории через регулирование денежного предложения (ДБ) можно управлять объемом денежной массы в стране. Вообще отношение массы к денежной базе очень важный индикатор – *денежный мультипликатор*. Современная банковская система устроена таким образом, что увеличение денежной массы производится за счет кредитования, то есть по сути деньги создаются за счет долгов.

Денежная база РФ в широком определении на 1 января 2016 г. была оценена ЦБ в 11043,8 млрд руб., снизившись за год на 288,2 млрд руб. (рис. 2)⁹⁶, а

⁹⁶ Там же.

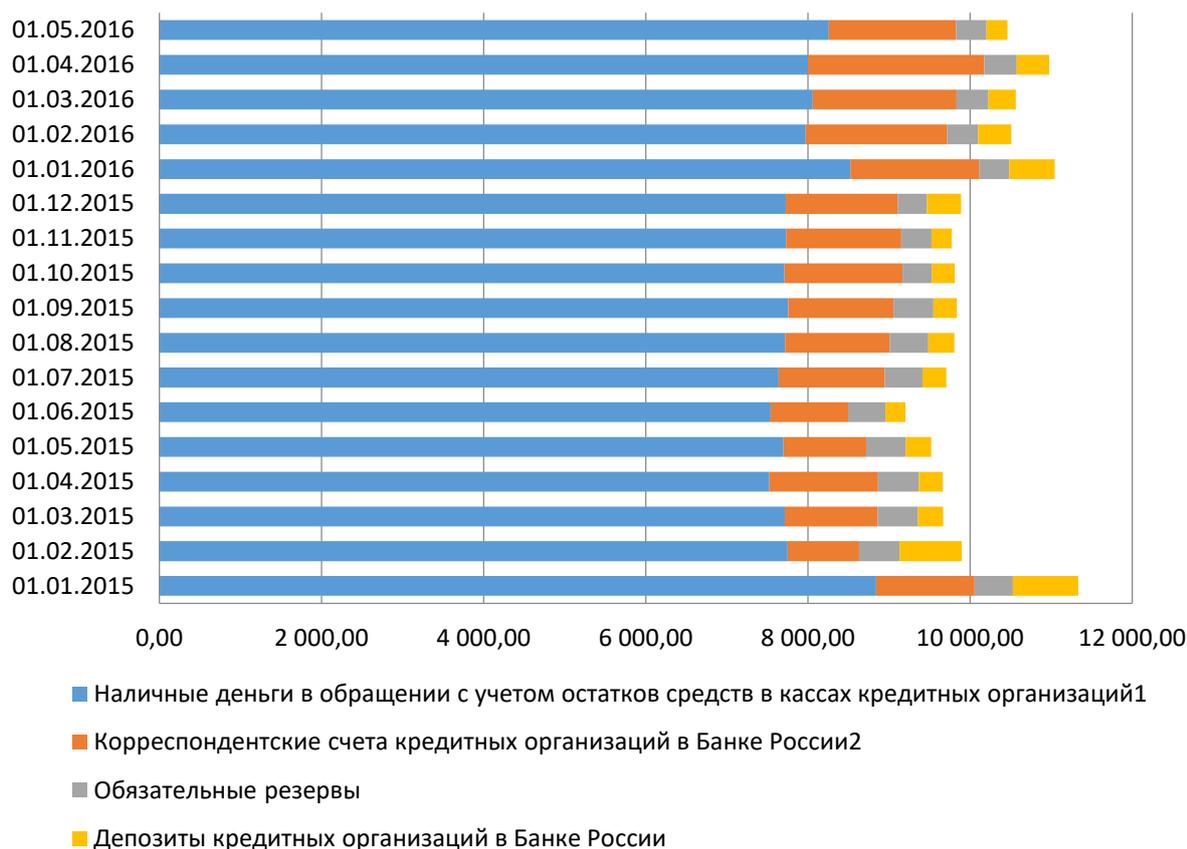


Рис. 2. Денежная база в широком определении, 2015-2016 гг., млрд руб.

Вторая группа денежных агрегатов характеризует спрос на деньги со стороны субъектов экономики и населения. Основным показателем этой группы является денежная масса (ДМ), которая по степени ликвидности включает в себя ряд агрегатов⁹⁷:

1. *Денежный агрегат M0* – наличные деньги (банкноты и монеты) в обращении. Это наиболее ликвидная часть денежной массы.
2. *Денежный агрегат M1* – сумма наличных денег в обращении (M0) и остатков средств на расчетных и текущих счетах до востребования в валюте Российской Федерации.
3. *Денежный агрегат M2* (денежная масса в узком определении) – сумма наличных денег в обращении, остатков средств на расчетных и текущих счетах до востребования (M1) и остатков на срочных депозитах и других привлеченных на срок средств в валюте Российской Федерации.
4. *Денежный агрегат M2Ш* (денежная масса в широком определении) – это денежная масса в узком определении (M2) и банковские депозиты в иностранной валюте.

В 2015 году наблюдалась слабая кредитная активность, сдерживающая

⁹⁷ Третьякова С.Н., Третьяков М.М. Количественная характеристика денег: взаимосвязь денежных и кредитных агрегатов // Вестник Тихоокеанского государственного университета. - 2014. - № 3 (34). - С. 147-156.

рост денежной массы⁹⁸. Прирост денежной массы по-прежнему отставал от прироста номинального ВВП, и отношение денежной массы к ВВП (монетизация) сохранялось ниже долгосрочного тренда.

Агрегат М2 составил 35 809,2 млрд руб. на 1 января 2016 года, увеличившись с 1 января 2015 года на 3 698,7 млрд руб. или 11,5%, и еще увеличившись до 35 908,7 млрд руб. или 0,3 % к 1 мая 2016 года;

На отчетную дату основные показатели, формирующие денежный агрегат М2, соответственно составляли:

- агрегат М0 – 7 239,1 млрд руб. на 1 января 2016 года, увеличившись с 1 января 2015 года на 67,6 млрд руб. или 0,9%, и еще увеличившись до 7301,3 млрд руб. или 0,9 % к 1 мая 2016 года;
- агрегат М1 – 16 575,2 млрд руб. на 1 января 2016 года, увеличившись с 1 января 2015 года на 1 186,4 млрд руб. или 7,7%, и до уменьшившись до 16403,0 млрд руб. или 1,0% к 1 мая 2016 года.

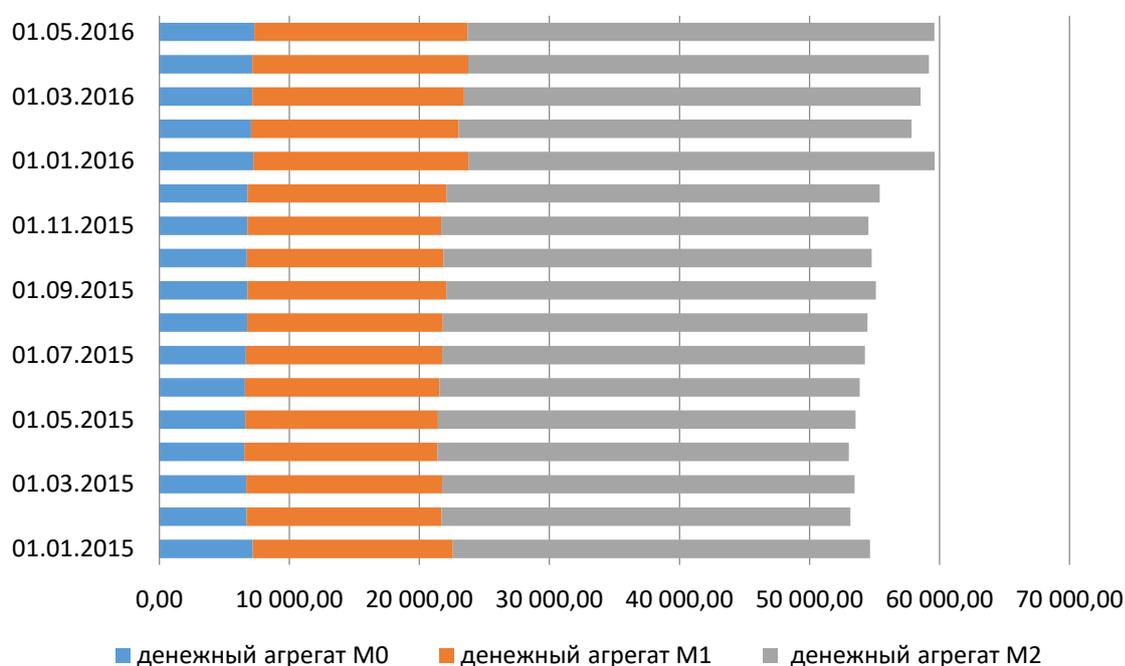


Рис. 3. Денежные агрегаты, 2015 г., млрд руб.

Структура денежной массы в 2015 году претерпела определенные изменения. Одним из источников восстановления притока средств населения на банковские депозиты в 2015 году было сокращение объема наличных денег (как рублей, так и иностранной валюты) в обращении, причем темпы притока средств населения и организаций на рублевые депозиты превышали темпы притока средств на валютные депозиты, что явилось отражением

⁹⁸ Доклад о денежной кредитной политике. Информационно-аналитический сборник// Банк России [Электронный ресурс] - №4 Декабрь 2015 – Режим доступа: http://www.cbr.ru/publ/ddcp/2015_04_ddcp.pdf

умеренной чувствительности к изменениям валютного курса⁹⁹.

По прогнозам ФИНАМ в 2016 г. предполагается сохранение приверженности Банка России режиму инфляционного таргетирования и проведение жесткой денежно-кредитной политики и умеренный рост денежных агрегатов в обоих сценариях. По их предположению в 2016 г. прирост денежного агрегата М2 составит 8,3% по базовому сценарию и 8,4% – по оптимистическому, а в 2017 г. – 10,8 и 11,9% соответственно. Денежная база по обоим сценариям увеличится на 4,5 и 6,1% соответственно¹⁰⁰.

Особенности денежного обращения в России в условиях рецессии экономики

По прогнозу МВФ, российская экономика в 2016 г. продолжит пребывать в рецессии с сокращением объема ВВП на 1% вместо 0,6%. Оценим сценарии адаптации к новой реальности и то, каким образом денежно-кредитная политика Банка России влияет на изменение макроэкономических показателей России.

Взаимосвязь объема предложения денежной массы и объема ВВП с учетом влияния мировых цен на нефть и колебаний курса рубля на дестабилизацию экономики России рассмотрена и проанализирована Красильниковым А.А.¹⁰¹. Сначала, рассматривая среди причин кризиса 2014 г. в России введение санкций со стороны Запада и обвал цен на нефть марки Urals, он приходит к изучению денежно-кредитной политики ЦБ РФ и Минфина за период 2009–2014 гг. и ее взаимосвязи с рецессией в экономике России. Так им показано, что замедление темпов в экономике России проявилось уже во второй половине 2012 г. в отраслях, связанных с инвестиционной активностью, продолжилось в 2013 г., и все эти при ценах нефть выше 100\$ за баррель. В результате, Красильников А.А. предлагает искать основную причину рецессии экономики России стоит искать в том числе и в объеме предложения денег. Учитывая, что ВВП зависит от объема совокупного спроса, который зависит от объема рублевой денежной массы в экономике России. Прямая зависимость темпов роста ВВП, роста объема денежной массы и мировых цен нефть представлена на рисунке 4, который наглядно демонстрирует, что ВВП зависит от совокупного спроса, который, в свою очередь, зависит от объема рублевой денежной массы.

⁹⁹ Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2016 год и период 2017 и 2018 годов [Электронный ресурс]. – Сайт Банка России. – Режим доступа: [http://www.cbr.ru/publ/ondkp/on_2016\(2017-2018\).pdf](http://www.cbr.ru/publ/ondkp/on_2016(2017-2018).pdf)

¹⁰⁰ Экономика РФ: в 2016-2017 годах рецессия сохранится на фоне недостаточных темпов структурных изменений [Электронный ресурс] – Сайт Finam.ru – Режим доступа: <http://www.finam.ru/analysis/forecasts/ekonomika-rf-v-2016-2017-godax-recessiya-soxranitsya-na-fone-nedostatochnyx-temпов-strukturnyx-izmeneniiy-20160127-14440/>

¹⁰¹ Красильников А.А. Влияние денежно-кредитной политики государства на макроэкономическую нестабильность // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. - 2015. № 3 (57).- С. 13-18.

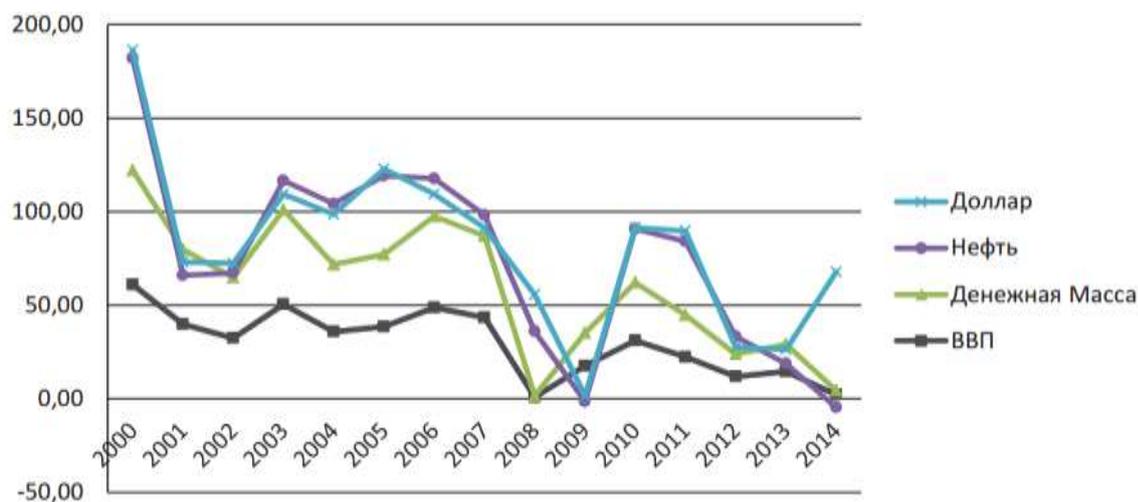


Рис. 4. Темпы роста ВВП, денежной массы России, мировых цен нефть и курса доллара в 2000–2014 гг.¹⁰²

Тогда причины кризиса 2014 г. кроются не в падении цен на нефть и введении санкций со стороны ЕС, США и Японии, а в политике сокращения совокупного объема денежной массы, проводимой Минфином РФ и ЦБ РФ в период с 2009 по 2014 гг. То есть в России имеет место инфляция предложения, тогда как методы антиинфляционной политики Министерства финансов РФ направлены на борьбу с инфляцией спроса. Поэтому для обеспечения стабильного роста экономики России ЦБ РФ должен обеспечивать рост денежной массы на 20% в год, а экономику – ликвидными активами.

Обухов О.И. рассмотрел монетарные и немонетарные факторы роста инфляции, анализируя влияние денежно-кредитной политики на индекс потребительских цен и социально экономические последствия для бизнеса и населения¹⁰³. Он показал, что целевой ориентир ЦБ по инфляции за последние 14 лет практически ни разу не совпал с фактическим, что неудивительно, ведь на инфляцию воздействуют как денежные (инфляция спроса), так и неденежные факторы (инфляция издержек, монополизация рынков, изменение соотношения курса валют, инфляционные ожидания, рост тарифов и др.). Доля немонетарных факторов в инфляции составляет от 50% до 75%, поэтому одностороннее сдерживание денежной массы ничего хорошего экономике не сулит¹⁰⁴.

Использованные источники:

1. Аганбегян А.Г., Ивантер В.В. Текущая экономическая ситуация в России: траектория развития и экономическая политика // Деньги и кредит. - 2014.-

¹⁰² Красильников А.А. Влияние денежно-кредитной политики государства на макроэкономическую нестабильность // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. - 2015. № 3 (57).- С. 13-18.

¹⁰³ Обухов О.И. Снижение инфляции как цель денежно-кредитной политики // Вестник Института экономики Российской академии наук. - 2015. - № 6. - С. 166-174.

¹⁰⁴ Аганбегян А.Г., Ивантер В.В. Текущая экономическая ситуация в России: траектория развития и экономическая политика // Деньги и кредит. - 2014.- №11 – С. 123-132.

№11 – С. 123-132.

2. Красильников А.А. Влияние денежно-кредитной политики государства на макроэкономическую нестабильность // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. - 2015. № 3 (57).- С. 13-18.
3. Обухов О.И. Снижение инфляции как цель денежно-кредитной политики // Вестник Института экономики Российской академии наук. - 2015. - № 6. - С. 166-174.
4. Третьякова С.Н., Третьяков М.М. Количественная характеристика денег: взаимосвязь денежных и кредитных агрегатов // Вестник Тихоокеанского государственного университета. - 2014. - № 3 (34). - С. 147-156.
5. Денежная база РФ к январю выросла на 803,4 млрд рублей // Экономика и жизнь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.eg-online.ru/news/301646/>
6. Доклад о денежной кредитной политике. Информационно-аналитический сборник// Банк России [Электронный ресурс] - №4 Декабрь 2015 – Режим доступа: http://www.cbr.ru/publ/ddcp/2015_04_ddcp.pdf
7. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2016 год и период 2017 и 2018 годов [Электронный ресурс]. – Сайт Банка России. – Режим доступа: [http://www.cbr.ru/publ/ondkp/on_2016\(2017-2018\).pdf](http://www.cbr.ru/publ/ondkp/on_2016(2017-2018).pdf)
8. Экономика РФ: в 2016-2017 годах рецессия сохранится на фоне недостаточных темпов структурных изменений [Электронный ресурс] – Сайт Finam.ru – Режим доступа: <http://www.finam.ru/analysis/forecasts/ekonomika-rf-v-2016-2017-godax-recessiya-soxranitsya-na-fone-nedostatocnyx-tempov-strukturnyx-izmeneniiy-20160127-14440/>

Бугаенко В.Э.

студент 3 курса

факультет экономики и управления

Южный институт менеджмента

Российская Федерация, г. Краснодар

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

Аннотация: В данной статье рассматриваются основные проблемы высшего образования в настоящее время, пути их решения и перспективы его развития. Затрагиваются недостатки высшего образования, например, самый большой недостаток образования, в настоящее время, заключается в том, что образования требует очень много средств. В заключении проводится экономическая оценка проблем высшей школы и делается акцент на том, что многие ВУЗы смогли приспособиться к экономической ситуации в стране.

Ключевые слова: Проблемы высшего образования, недостатки высшего образования, экономическая оценка проблем высшего образования.

Annotation: This article discusses the main problems of higher education in the moment, solutions and prospects for its development. Touches upon the shortcomings of higher education, for example, the biggest lack of education, at the moment, is that education requires a lot of money. In conclusion, economic evaluation conducted concerns higher education and the emphasis on the fact that many universities were able to adapt to the economic situation in the country.

Keywords: The problems of higher education, higher education disadvantages, economic evaluation of higher education issues.

Образование в настоящее время отличается от образования советского периода. К процессу образования, так или иначе, причастны все слои населения, поэтому изменения коснулись всех, но прежде всего - педагога и ученика.

Целью образовательного учреждения сейчас является формирование здоровой, образованной, культурной, профессионально компетентной и социально – адаптированной личности, приспособленной к быстро меняющимся требованиям современного общества. В настоящее время студент должен научиться ориентироваться в различных жизненных ситуациях, уметь адаптироваться к очень сложным условиям жизни современного общества, в то время как советский студент должен был обладать, в первую очередь хорошими и отличными знаниями изучаемых предметов.

На наш взгляд в сфере высшего образования существуют следующие проблемы:

- Отдельная от научного процесса форма обучения, не в полной мере способствующая развитию интеллектуальных способностей обучающихся;

- Отсутствуют необходимые условия для интеграционного взаимодействия научного и образовательного процессов;

- На фоне падения престижа научно-исследовательской и преподавательской деятельности в обществе увеличился спрос на ученые степени и звания лиц, не занимающихся такими видами деятельности, и повлекло за собой расширение платности образования, покупки дипломных и диссертационных работ;

- Численность студентов очной формы обучения, участвующих в НИР снижается, а количество студентов на одного преподавателя увеличивается, это позволяет сделать вывод о том, что научный процесс играет вспомогательную роль в большинстве вузов.

- Все чаще в образование стали внедрять новые понятия, методы и другое, которые часто заимствованы с Запада и не в полной мере подходят нашей системе образования.

- Все нововведения в образовании, не тестируются, а сразу внедряются на практике, и сразу в масштабных размерах. Это приводит часто к нежелательным последствиям.

Самый большой недостаток образования, в настоящее время, заключается в том, что образования требует очень много средств и поэтому у многих падают шансы учиться, т.к. у него недостаточно для этого денег. Еще один недостаток – очень сложная программа обучения. Даже несмотря на то, что современная молодежь очень продвинутая, им все равно приходится достаточно сложно выучить сложный материал.

За последние два десятилетия в российском послевузовском образовании произошли серьезные изменения. У образования на пути всегда встречалось очень много проблем. Этот процесс создания и воспитания общества нелегкий, и требует много сил и обратной связи. В любой сфере, в любой система, на каждом этапе встречаются трудности, которые необходимо пройти и преодолеть. В настоящее время в системе образования есть много нового, того, чего не было раньше, но в тоже время нельзя сказать, что эта система идеальна.

Проводя оценку экономических проблем сферы высшей школы, нам необходимо отметить, что практически все учебные заведения высшего образования очень хорошо приспособились к условиям нынешней экономики, а так же создали стабильные системы финансирования. Негосударственные коммерческие Вузы, выполняя основной объем экономической деятельности на рынке образовательных, научных и образовательных услуг, в полной мере освоили предпринимательские подходы в условиях рыночной экономики, чего не скажешь о государственных вузах, где управление по-прежнему в значительной мере остается централизованно-директивным.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» // Информационно-правовой портал. <http://base.garant.ru/>
2. Федеральный закон от 29 декабря 2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» // Информационно - правовой портал. <http://base.garant.ru/>
3. О Концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2016-2020 годы. Распоряжение Правительства России от 29 декабря 2014 года № 2765-Р. Справочно-правовая система «Право.ru». <http://docs.pravo.ru/document/view/64036519/74843648/>
4. Межлумова В.Р. Наука и образование: аспекты взаимодействия // Социально-экономический ежегодник-2012. Краснодар: ЮИМ,2012. – 0,4 п.л.
5. Экономика, основанная на знаниях: Учебное пособие / Под общ. ред. А.Л. Гапоненко – М.: РАГС, 2010
6. Государственно-частное партнерство. Нормативная база. Министерство стратегического развития, инвестиций и внешнеэкономической деятельности Краснодарского края // http://www.investkuban.ru/gchp_nb.html

Бугаенко В.Э.
студент 3 курса
факультет экономики и управления
Южный институт менеджмента
Российская Федерация, г. Краснодар

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ

Аннотация: В данной статье нами были рассмотрены основные проблемы высшего образования в России в настоящее время. Проанализированные основные критерии его развития. В основной части статьи затрагиваются показатели качества образование такие, как подготовка состава педагогов учебного заведения, участие преподавателей в научно-исследовательской деятельности, подготовленность образовательных стандартов и программ и другие. В заключении дается определение закона об образовании как главного способа решения проблем высшего образования.

Ключевые слова: Научно-исследовательская деятельность студентов, проблемы высшего образования, критерии качества образования.

Annotation: In this article, we discussed the main problems of higher education in Russia at the moment. Analyzed the main criteria of its development. The main part of the article touches on indicators of quality education, such as training teachers of educational institutions, teachers participate in research activities, preparedness educational standards and programs, and others. In conclusion, given the definition of the law on education as the main way to solve problems of higher education.

Keywords: The research activity of students, problems of higher education, education quality criteria.

В современном обществе главную роль играло и играет высшее образование как институт знаний, основа научно-исследовательской деятельности и развития инноваций. В настоящее время, в трудных и сложных условиях, работа любого высшего учебного заведения напрямую зависит от совершенствования его деятельности, которая в первую очередь должна быть нацелена на улучшение качество образования и обучение специалиста «нового» типа.

Главным критерием, который определяет долгосрочное развитие любого общества в любом направлении, был и остается показатель качества образования, поскольку именно уровень качества, осуществление инновационной деятельности определяет имидж учебного заведения в обществе, а так же определяет его конкурентоспособность, способность к привлечению интеллектуальных и материальных ресурсов, а так же создавать все нужные условия для дальнейшего повышения качества образования.

Качество высшего профессионального образования определяется большим количеством показателей, одними из которых являются:

1. Подготовка состава педагогов учебного заведения;
2. Участие преподавателей в научно-исследовательской деятельности;
3. Подготовленность образовательных стандартов и программ;
4. Довузовская подготовка будущих студентов;
5. Организация самого учебного процесса.

У образования на пути всегда встречалось очень много проблем. Этот процесс создания и воспитания общества нелегкий, и требует много сил и обратной связи. В любой сфере, в любой система, на каждом этапе встречаются трудности, которые необходимо пройти и преодолеть. В настоящее время в системе образования есть много нового, того, чего не было раньше, но в тоже время нельзя сказать, что эта система идеальна.

На наш взгляд в сфере высшего образования существуют следующие проблемы:

- Научный процесс отдельно от учебного, не в полной мере способствует развитию интеллектуальных способностей студентов;

- Отсутствие необходимых условий для интеграционного взаимодействия научного и учебного процессов;

- На фоне падения престижа научно-исследовательской и преподавательской деятельности в обществе увеличился спрос на ученые степени и звания у лиц, не занимающихся такими видами деятельности, и повлекло за собой расширение платности образования, покупки дипломных и диссертационных работ;

- Все чаще в образование стали внедрять новые понятия, методы и другое, которые часто заимствованы с Запада и не в полной мере подходят нашей системе образования.

- Все нововведения в образовании, не тестируются, а сразу внедряются на практике, и сразу в масштабных размерах. Это приводит часто к нежелательным последствиям.

В заключение можно отметить такую проблему, как падение престижа профессионально-технических училищ и техникумов. Все больше и больше абитуриентов стремятся получить документ о высшем образовании. Но эта тенденция имеет свой недостаток - это ведёт к нехватке рабочих кадров на предприятиях, в обслуживающей сфере и т.д.

Закон об образовании — попытка решить ряд назревших проблем. Но для полноценного развития нации необходимо принятие ещё ряда мер в сфере образования. Государство должно не только стремиться сделать так, чтобы образование соответствовало международным стандартам, но и полностью удовлетворяло нужды страны в квалифицированных специалистах и высокообразованных гражданах.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012г. N 273-ФЗ «Об образовании в

Российской Федерации» // Информационно - правовой портал. <http://base.garant.ru/>

2. Межлумова В.Р. Наука и образование: аспекты взаимодействия // Социально-экономический ежегодник-2012. Краснодар: ЮИМ, 2012. – 0,4 п.л.

3. Ключко Е.Н., Межлумова В.Р. Раскрытие принципов оптимизации взаимодействия научного и образовательного процессов в условиях модернизации сферы образовательных услуг РФ // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Экономика». – Майкоп: издательство АГУ, 2015. – № 1 (155). – С. 189-195

*Буйолов Д.А.
аспирант 1 года обучения
специальность 08.00.05
"Экономика и управление народным хозяйством"
Тюменский Государственный университет
Россия, г. Тюмень*

УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ КОМПАНИЙ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА

Статья посвящена вопросам управления рыночной стоимости компаний банковского сектора. В статье проанализированы основные факторы, оказывающие влияние на стоимость компаний банковского сектора. Также в статье построена модель определения стоимости компании на основе различных факторов.

Ключевые слова: рыночная капитализация, многофакторная регрессионная модель, однофакторная регрессионная модель, стоимость компании, цена акций, банковский сектор.

The article is devoted to issues management issues of the market value of the banking sector. The article analyzes the main factors that influence the value of the banking sector companies. Also in the article we define a model determining the value of the company on the basis of various factors.

Keywords: market capitalization, multifactor regression model, single-factor regression model, the value of the company, share price, the banking sector.

Большинство крупных компаний банковского сектора являются публичными. Их рыночная стоимость меняется в зависимости от стоимости их акций, которые свободно обращаются на фондовом рынке. Актуальным вопросом менеджмента является поиск схем эффективного управления рыночной капитализацией и поэтому приоритетным направлением изучения этого вопроса является определение ключевых факторов, оказывающих влияние на изменение рыночной капитализации компаний банковского сектора.

В нашей стране в последние годы произошли очень важные изменения в банковском секторе. Наблюдается тенденция к сокращению числа кредитных организаций. С начала 2014 года Центральный банк отозвал лицензии уже более чем у пятидесяти кредитных организаций. Среди них есть и достаточно крупные банки, такие как Банк Пушкино, Мастербанк, Внешпромбанк. Ряд банков попали под процедуру санации, например, Банк Траст. При этом также наблюдается тенденция к ухудшению качества кредитных портфелей, особенно это касается банков, занимающихся потребительским кредитованием и кредитованием через кредитные карты. Ситуацию усложнило введение санкций со стороны зарубежных стран и сильные колебания курса национальной валюты. Еще более тяжелым фактором стало резкое повышение ключевой ставки до 17% в декабре 2014 года. Несмотря на снижение инфляции до 7 процентов (год к году) по данным за март 2016 года, Центральный банк Российской Федерации не спешит снижать ключевую ставку, которая на момент написания данной статьи составляла 11%. Но тенденция к ухудшению качества кредитных портфелей наблюдается не только в России. Банковские компании Евросоюза также находятся под сильным давлением. Уже не раз в финансовой прессе появлялись слухи, что из-за опасных игр с деривативами Deutschebank может повторить судьбу Lehman Brothers. Швейцарские и британские банки также находятся под давлением.

За исключением акций Сбербанка, которые показали сильный рост, связанный возможно с тем, что Сбербанк является главным бенефициаром событий, связанных с отзывом лицензий у банков, цены акций других банковских компаний находятся на довольно низком уровне, поэтому в данных условиях руководству компаний необходимо знать, на какие факторы стоит обратить пристальное внимание, чтобы не только удержать рыночную капитализацию на должном уровне, но и нарастить ее, тем самым сделать российские кредитные организации более конкурентоспособными на международной арене, что будет способствовать росту кредитного качества наших компаний и улучшению кредитных рейтингов от тройки ведущих рейтинговых агентств, что в случае отмены санкций приведет к возможности более дешевого заимствования.

Данная статья посвящена определению основных факторов, которые оказывают влияние на рыночную капитализацию компаний банковского сектора. Для определения факторов капитализации были взяты два российских банка, чьи акции находятся в свободном обращении на фондовом рынке. В этот список вошли «Сбербанк», «ВТБ». Остальные компании банковского сектора не отвечают критериям достаточной ликвидности в связи с низкими оборотами торгов на московской бирже.

Для выявления зависимости были рассмотрены более 50 факторов, взятых как из модели EVA, так из модели BARRA.[3] Из всего списка были выбраны те факторы, которые более актуальны для банковского сектора. Остальные факторы были отсеяны в ходе проведения однофакторного

регрессионного анализа. В конечном итоге был составлен список из 8 основных факторов, чье влияние на стоимость компании будет рассмотрено с помощью однофакторной и многофакторной регрессионных моделей. К вышеописанным факторам были отнесены:

- 1) Объем выручки.
- 2) Объем чистой прибыли.
- 3) Величина активов.
- 4) Показатели достаточности капитала (норматив N1 и норматив Tier1).
- 5) Курс доллар\рубли.
- 6) Цена на нефть марки Brent.
- 7) Изменение в рейтинге конкурентоспособности страны.
- 8) Динамика ключевой ставки.

Таблица 1.

Результаты регрессионного анализа

Результаты анализа		
Фактор	Сбербанк	ВТБ
Объем выручки	0,27	0,38
Объем чистой прибыли	0,42	0,33
Величина активов	0,43	0,42
Доллар\рубли	0,87	0,85
Место в рейтинге	0,67	0,58
Динамика нормативов	0,34	0,23
Динамика ключевой ставки	0,92	0,91
Цена на нефть марки Brent	0,92	0,87

Источник: составлено автором на основе данных [1-2]

В таблице 1 представлены результаты регрессионного анализа. В качестве исходных данных были взяты котировки акций за период с 2009 по 2016 года, и была проанализирована их зависимость от данных факторов с помощью однофакторной модели.

Наибольшее влияние оказывают такой фактор, как динамика ключевой ставки. Это связано с тем, что данный показатель отражает стоимость заимствований на межбанковском рынке, от которой сильно зависит доходность банковских операций.

Немаловажным фактором является динамика курса доллар\рубли. Сильно данная зависимость наблюдалась в 2014 -2016 годах, когда курс доллар\рубли вырос с 32,5 рублей за доллар до 84 рублей за доллар на эскалации военного конфликта на Украине и снижении цен на нефть ниже уровня 30\$ за баррель нефти Brent. Дальнейшее ослабление рубля позволило сдерживать с помощью резкого увеличения ключевой ставки. Эти события повели к резкому оттоку денежных средств из акций банковских компаний, что вызвало падение их котировок более чем на 40-50 процентов. Акции сбербанка опускались ниже 60 рублей за акцию.

Традиционные факторы, такие как объем чистой прибыли и объем

выручки не оказывают особо сильное влияние на цену акций банковских компаний.

Из внешних факторов существенное влияние оказывают цена на нефть и место в рейтинге конкурентоспособности. Цена на нефть оказывает сильное влияние, так как наша страна является основным экспортером нефти в мире и доля доходов от экспорта нефти в доходах бюджета занимает доминирующую долю. Так как наша страна является развивающейся, то и изменение места в рейтинге оказывает сильное влияние, так как при изменении оценки конкурентоспособности нашей страны сразу наблюдается либо приток, либо отток иностранных инвестиций.

Наименьше влияние оказывают такие факторы, как величина активов и динамика показателей достаточности капитала. Возможно, это происходит потому, что банковский сектор в нашей стране еще не полностью сформировался и не достиг такого развития как, например, в США.

Рассмотрев результаты корреляционной и регрессионной связи между рыночной капитализацией и факторами, теперь перейдем к сравнению данных результатов с результатами, полученными в многофакторной регрессионной модели «Within» с фиксированными эффектами.

Табл.2

Результаты многофакторной регрессионной модели «within».

Объясняющие переменные	Зависимая переменная - цена акций компаний
Модель "within" с фиксированными переменными	
	Банковский сектор
Объем выручки	
Объем прибыли	
Цена на нефть марки Brent	
Величина активов	(0,0673)*(0,0063)
Курс нац. вал.	(-0,92)**(0,01)
Процентная ставка	-9,9426**(1,8406)
Место в рейтинге конкурентоспособности	
Динамика нормативов	
Константа	567,1(46,6)
Число наблюдений	48
Число компаний	2
R-квадрат	0,7182
F-статистика	23,12

Источник: составлено автором на основе данных [1-2]

Примечание к таблице:

*-значимость на уровне 10%;

** -значимость на уровне 5%;

***-Значимость на уровне 1%.

В скобках указаны стандартные ошибки. Результаты анализа отражают высокую степень влияния данных факторов на рыночную капитализацию компаний (R-квадрат свыше 0,5%).

Построим модель регрессии с фиксированными эффектами. Уравнение регрессии для банковского сектора, отражающее зависимость рыночной капитализации компаний от объясняющих перемен:

$$Y = 0,0673X_1 - 0,92X_2 + 9,9426X_3 + 567,1$$

где Y - рыночная капитализация компаний банковской отрасли, X1 - величина активов, X2 - курс национальной валюты, X3 - величина процентной ставки.

Согласно данному уравнению и результатам, полученным в ходе анализа можно сделать вывод, что на рыночную капитализацию компаний банковского сектора оказывают наибольшее влияние такие факторы, как величина ключевой процентной ставки, величина активов банка и динамика курса национальной валюты.

Для повышения конкурентоспособности компаний топ-менеджерам кредитных организаций необходимо точно знать факторы, которые оказывают особое влияние на рыночную капитализацию и тогда при проведении эффективной политики управления рыночной капитализации компания будет становиться более конкурентоспособной на международной арене.

Использованные источники:

1. Сайт компании ОАО «Сбербанк». Годовой отчёты 2009-2015. [электронный ресурс] – Режим доступа. - URL <http://www.sberbank.ru/moscow/ru/>
2. Сайт компании ОАО «ВТБ». Годовой отчёты 2009-2015. [электронный ресурс] – Режим доступа. - URL: <http://www.vtb.ru/>
3. Хотинская Г.И. Капитализация как фактор укрепления финансовой устойчивости компании / Г.И. Хотинская // Финансовый менеджмент. –

*Булавина Н.С.
студент 4 курса
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
Россия, г. Белгород*

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Белгородская область является уникальным, стремительно развивающимся регионом, на территории которого расположено множество объектов, которые привлекают внимание и способствуют развитию детского туризма. В данной статье представлен краткий анализ состояния детского туризма области, анализ реализованных программ и проектов в данной сфере, а также выявлены основные проблемы.

Ключевые слова: детский туризм, экскурсия, детский отдых, туристская деятельность.

Детский туризм прочно закрепил свою позицию в системе общего туризма, а также является одним из приоритетных направлений развития, как на территории Российской Федерации, так и в отдельных её субъектах. В настоящее время детский туризм, который все шире используется как средство активного отдыха, способствует развитию личности, укреплению здоровья, повышения культурного уровня ребенка. Дети, которые вовлечены в систему детского отдыха, быстрее обретают социальную зрелость, получают духовную и физическую закалку, активно готовятся к трудовой деятельности.

В регионах России детский туризм, как одно из направлений образования и развития детей способствует осуществлению краеведческих изысканий, выявлению и сбору конкретных фактов о памятниках истории и культуры, объектах природы, сохранению культурного наследия, а также их распространению в обществе путём пополнения фондов наглядных пособий школы, экспозиций музеев и т. п.

В скором времени детский туризм может и должен стать одним из приоритетных направлений развития туризма в России. И тем не менее, ни в одном нормативно-правовом документе нет четкого понятия «детский туризм».

В научной литературе встречаются следующие определения понятия «детский туризм». М.М. Сониная в своей работе определяет, что «детский туризм – это вид туризма, потребителями услуг которого являются дети в возрасте 7-17 лет, отправляющиеся в путешествие на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или хотя бы с одной ночевкой с целью отдыха, оздоровления, образования и другими целями в сопровождении руководителя, туристической группы или инструктора-проводника»¹⁰⁵.

М.А. Егорова под детским туризмом подразумевает путешествия детей,

¹⁰⁵ Сониная М.М. Все секреты детского туризма. М., 2014. С. 21.

в т.ч. школьников, в возрасте от 7 до 15 лет с различными целями¹⁰⁶.

В работах исследователей каждый из них дает свое определение. Но при этом общим является то, что детский туризм – это процесс, направленный на удовлетворение оздоровительных, спортивных и познавательных потребностей детей, все места их постоянного проживания и обучения.

Детский туризм целесообразно классифицировать по следующим выделенным признакам¹⁰⁷:

1. Территориальный признак:

— зарубежный туризм (путешествия детей, постоянно проживающих на территории РФ, в другую страну);

— внутренний туризм или локальный (путешествия в пределах РФ детей, постоянно проживающих в пределах РФ; локальный – отдых и путешествия в пределах региона проживания).

2. Цель поездки:

— образовательный туризм (путешествие с целью прохождения какой-либо образовательной программы);

— познавательный туризм (путешествие с целью посещения интересных или просто красивых природных и культурных объектов, получения новой информации об этих объектах);

— оздоровительный туризм (отдых в санаториях или на курортах, предусматривающий медицинское обслуживание - процедуры разных видов, лечебную физкультуру, диетическое питание и др.);

— событийный туризм (посещение международных детских и молодежных фестивалей и конкурсов, творческие поездки).

3. Локализация на территории пребывания:

— активный отдых (представляет собой передвижение по различным маршрутам, в том числе и приключенческий туризм);

— отдых в туристических центрах (подразумевает под собой нахождение на территории лагеря или туристического центра на протяжении всего отдыха).

В РФ детский туризм является одной из составных частей дополнительного образования детей, и соответственно он рассматривается в рамках его развития.

Управление развитием детского туризма представляет собой деятельность, направленную на обеспечение проведения оздоровительных, образовательных, познавательных и других мероприятий для детей в возрасте 7-17 лет.

Современная система государственного управления детским туризмом сформирована таким образом, что на федеральном уровне в России предусматривается лишь деятельность в плане финансового обеспечения, а остальные меры по созданию инфраструктуры, вовлечению детей в

¹⁰⁶ Егорова М.А., Детский туризм // Вестник Оренбургского Государственного Университета. 2013. С. 53.

¹⁰⁷ Голикова О.М. Исследование основных направлений детского туризма // Сервис. 2013. № 1. С. 66-67.

спортивные, оздоровительные и другие мероприятия, носящие в основном рекомендательный характер, переданы региональным и местным органам власти. При этом уровень развития и выполнения рекомендаций очень отличается в различных регионах России.

Управление развитием детского туризма в Белгородской области осуществляет Департамент образования.

Как говорилось ранее, в России и в частности в Белгородской области детский туризм рассматривается в качестве дополнительного образования детей. Поэтому отдел воспитания и дополнительного образования Департамента образования непосредственно занимается управлением в данной сфере.

Отдел воспитания и дополнительного образования участвует в разработке нормативно-правовых актов в сфере воспитания, дополнительного образования детей, охраны здоровья детей, профилактике негативных проявлений в подростковой среде, а также обеспечивает реализацию целевых программ по духовно-нравственному, патриотическому, гражданскому, физическому воспитанию детей и молодежи, дополнительному образованию.

В области управления детским туризмом отдел воспитания и дополнительного образования руководствуется следующими нормативными актами: Концепция развития дополнительного образования детей на 2014-2020 гг.; Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам, утверждённый приказом Министерства образования и науки РФ; Стратегия развития дошкольного, общего и дополнительного образования Белгородской области на 2013-2020 годы; Стратегия действий в интересах детей в Белгородской области на 2013-2017 годы и т.д.

Анализируя данные нормативные акты, можно сделать вывод о том, детский туризм рассматривается в качестве дополнительного образования детей, как спорт, творческие кружки и т.д. Описываются основные принципы управления и развития дополнительным образованием в целом, не отделяя отдельные сферы и их специфические особенности. Организации дополнительного образования работают по единым нормам. Их различие заключается непосредственно в самих программах обучения.

Одной из основных форм управления развитием детского туризма является разработка, реализация программ и проектов.

На территории Белгородской области действует Белгородский областной Центр детского и юношеского туризма и экскурсий, который курирует, а в некоторых случаях, является исполнителем проектов и программ по развитию детского туризма.

Начиная с 2008 года в Белгородской области стали активно развивать детский туризм. 2 июня 2008 года Правительством Белгородской области было принято постановление «Об утверждении областной целевой программы развития школьного туризма для учащихся Белгородской области «Моя Родина – Россия. От родного Белогорья – к святыням Отчизны» на 2008–

2013 годы». В рамках данной программы были восстановлены и созданы новые туристско-краеведческие организации. По состоянию на 2013 год функционировало около 1575 объединений, а в туристическую деятельность в среднем по области вовлечены 21 % учащихся.

В 2014 году был проведен проект «По родному краю – с любовью». За 2014 год в экскурсионно-исследовательскую работу было вовлечено около 50% детей Белгородской области, а также были получены следующие результаты: количество школьников, охваченных экскурсионно-исследовательской работой по посещению и изучению основных достопримечательностей области, не менее 69 тыс. детей в год; участие в экскурсионно-исследовательской краеведческой деятельности обучающихся 100% общеобразовательных учреждений области; организовано 3 конкурсных мероприятия и 3 семинара-практикума для педагогических работников области по экскурсионно-исследовательской краеведческой деятельности¹⁰⁸.

По сравнению с 2013 годом был достигнут результат, превышающий предыдущий более чем в 2 раза, что говорит об успешности проведенного проекта и его эффективности.

В 2015 году в области реализовывался межведомственный проект «Развитие детского туризма на территории Белгородской области». За 2015 год около 134000 школьников Белгородской области (92 %) приняли участие в экскурсиях по комплексным маршрутам. В результате проведения проекта на базе ГАУДО "Белгородский областной Центр детского и юношеского туризма и экскурсий" был создан центр по координации и организации школьного туризма; в сфере культуры, туризма и спорта количество туристических объектов составило 77, мероприятий – 66; 66 предприятий области вошли в число объектов школьного туризма; сформировано 22 экскурсионных комплексных пакета (86 маршрутов); было организовано питание во время проведения экскурсий для 100 % школьников; 440 волонтеров обучены на курсах экскурсоводов и привлечены к проведению экскурсий; были разработаны 3 пакета сувенирной продукции с различным уровнем стоимости¹⁰⁹.

По сравнению с 2014 годом был достигнут результат, превышающий предыдущий почти в 2 раза. На заседании экспертной комиссии по рассмотрению проектов при Департаменте внутренней и кадровой политике Белгородской области, отметили успешность, важность проекта и необходимость его реализации в рамках текущей деятельности.

Не смотря на эффективное проведения проектов и программ на территории Белгородской области, остается проблема отсутствия

¹⁰⁸ Вовлечение школьников Белгородской области в экскурсионно-исследовательскую краеведческую деятельность «По родному краю – с любовью». URL: <http://www.belcdtur.ru/proekt/index1.htm>

¹⁰⁹ Развитие детского туризма на территории Белгородской области. URL: http://www.belcdtur.ru/proekt2/private/o_proekt/PP.pdf

полноценной нормативной базы для управления развития детским туризмом. Необходимо законодательно обозначить основные понятия, а также определить четкие полномочия на региональном и местном уровне. Также, большее внимание должно уделяться сотрудникам, работающим в этой сфере в муниципальных образованиях. Они должны регулярно проходить переквалификацию, следует проводить семинары и практикумы, обучать новым технологиям работы с детьми. Проблемой остается недостаточная материально-техническая база туристических учреждений для детей. Они испытывают потребность в туристском снаряжении, форме для участников региональных и всероссийских соревнований, техническом оснащении, а также компьютерном оборудовании. Поэтому региональным властям необходимо выделять средства для закупки необходимого оснащения.

Подводя итог, отметим, что система детского туризма требует определенных изменений. Решение выделенных проблем поможет в совершенствовании управления развития детского туризма, а также выйти на новый качественный уровень.

Использованные источники:

1. Голикова О.М. Исследование основных направлений детского туризма [Текст] // Сервис. – 2013. – № 1. – С. 62-67.
2. Егорова М.А., Детский туризм [Текст] // Вестник Оренбургского Государственного Университета. – 2013. – С. 53-58.
3. Сони́на М.М. Все секреты детского туризма [Текст] / М. М. Сони́на. – М.: Тревел Эксперт, 2014. – 161 с.
4. Развитие детского туризма на территории Белгородской области: Белгородский областной центр детского туризма. офиц. сайт: [сайт]. – **Режим доступа:** http://www.belcdtur.ru/proekt2/_private/o_proekt/PP.pdf
5. Вовлечение школьников Белгородской области в экскурсионно-исследовательскую краеведческую деятельность «По родному краю – с любовью: Белгородский областной центр детского туризма. офиц. сайт: [сайт]. – **Режим доступа:** <http://www.belcdtur.ru/proekt/index1.htm>

*Бунин А.С.
студент 4 курса
Якушева Е.Ю.
студент 4 курса*

*Уральский Государственный Экономический Университет
Россия, г. Екатеринбург*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ. СРАВНЕНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТЮМЕНИ И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассматривается развитие малого предпринимательства в Тюменской области в сравнении с Московской областью. Приведен анализ экономических показателей двух регионов, при помощи которого выделены конкурентные позиции предпринимательства в регионах. Выделяются

проблемы развития предпринимательства в исследуемых регионах.

Предпринимательство; Экономика; Государственная поддержка; Бюджет; Занятость населения.

Малое предпринимательство является одним из ведущих секторов, во многом определяющим темпы экономического роста, состояния занятости населения, структуру и качество валового национального продукта

Важной предпосылкой развития предпринимательства в регионах России является здоровый социально-психологический климат и соответствие мотивационных установок формирующемуся рынку труда.

Проведем сравнение развития малого предпринимательства в Тюмени и Московской области.

Согласно имеющимся в распоряжении Департамента оценочным значениям и оперативным данным Тюменьстата количество субъектов малого и среднего предпринимательства, индивидуальных предпринимателей в 2014 году составило 71,7 тыс., в том числе малых предприятий (включая микропредприятий) – 35,1 тыс. субъектов; индивидуальных предпринимателей – 36,4 тыс. субъектов; средних предприятий – 0,2 тыс. субъектов.

Оборот продукции (услуг), производимой малыми предприятиями, в том числе микропредприятиями, и индивидуальными предпринимателями согласно предварительным данным Росстата за 2014 год составил 471922,2 млн. рублей.

Наибольший объем оборота малых предприятий в Тюмени находится в сфере оптовой и розничной торговли, сфере операций с недвижимым имуществом, строительстве и обрабатывающих производствах.

Наиболее привлекательными для мелкого предпринимателя традиционно являются торговля, предоставление бытовых услуг населению (33% от общего числа малых предприятий), сфера недвижимости (21%), стройиндустрия (18%).

Большинству субъектов малого предпринимательства Тюменской области присущи гибкость, высокая степень адаптации к условиям рынка, значительная интенсивность труда.

Анализируя малое предпринимательство в Московской области, можно сделать вывод, что в этом регионе насчитывается около 62 тыс. микропредприятий, суммарный годовой оборот которых составляет около 500 млрд. рублей, что намного превосходит показатели Тюмени.

На микропредприятиях занято 25% от общей численности работающих на субъектах малого и среднего предпринимательства. Доля оборота микропредприятий составляет 21% от общего оборота субъектов малого и среднего предпринимательства Московской области, что сопоставимо с данными по Тюмени.

На малых предприятиях в Московской области занято более 42% от общей численности работающих на субъектах малого и среднего предпринимательства. Доля оборота малых предприятий составляет 53% от

общего оборота субъектов малого и среднего предпринимательства Московской области.

Далее рассмотрим перспективы развития малого предпринимательства в Тюмени и Московской области.

В Тюмени можно выделить следующие три группы проблем, в наибольшей мере сдерживающих развитие малого предпринимательства, создание новых малых предприятий:

1. Финансовые:

1) стоимость технологического подключения к энергетическим мощностям и водоснабжению;

2) труднодоступность кредитных ресурсов (высокие процентные ставки, отсутствие залогового обеспечения);

3) дороговизна лизингового механизма;

4) нехватка собственного стартового капитала для обеспечения деятельности субъектов малого предпринимательства;

5) высокая бюджетная ориентированность субъектов малого предпринимательства.

2. Организационные:

1) отсутствие планов долгосрочного развития;

2) недостаток навыков ведения бизнеса и слабый маркетинг;

3) слабые стимулы к развитию и поступательному ведению бизнеса;

4) нехватка и высокая стоимость специализированных площадей для ведения бизнеса;

5) изношенность необходимого технологического оборудования;

6) недостаток квалифицированных рабочих.

3. Внешняя среда и конъюнктура рынка:

1) повышающийся уровень конкуренции на рынках по позициям товаров и услуг, производимых субъектами малого предпринимательства;

2) низкая экспортная и инвестиционная активность субъектов предпринимательства.

В Тюмени существует инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Инфраструктурой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства является система коммерческих и некоммерческих организаций.

Важнейшим в деятельности органов власти Тюменской области является государственная поддержка малого предпринимательства. В Тюменской области реализуется областная целевая программа «Основные направления развития малого предпринимательства».

Потенциал развития малого предпринимательства в Московской области в настоящее время реализован не полностью:

– численность занятого населения в сфере малого и среднего предпринимательства в Московской области составляет 36 процентов от общей численности занятого населения, что в полтора-два раза ниже чем в странах западной Европы;

– по экспертным оценкам, субъекты малого и среднего предпринимательства имеют долю произведенной продукции в структуре валового регионального продукта Московской области около 18%, что в 2 раза ниже, чем в странах западной Европы.

На сегодняшний день основными барьерами, которые препятствуют развитию субъектов малого и среднего предпринимательства в Московской области, являются:

– отсутствие стартового капитала для организации предпринимательской деятельности; ограниченная доступность финансовых ресурсов, обусловленная сложностью получения заемного финансирования для субъектов малого и среднего предпринимательства, и высокой стоимостью банковских кредитов;

– низкая доступность площадей (производственных, торговых, офисных) в связи с постоянно возрастающей стоимостью аренды;

– административные барьеры при осуществлении предпринимательской деятельности;

– ограниченный доступ субъектов малого и среднего предпринимательства к рынкам сбыта, в том числе зарубежным и региональным, что объясняется меньшими возможностями и финансовыми ресурсами большинства субъектов малого и среднего предпринимательства в сравнении с крупными предприятиями;

– недостаток высококвалифицированного персонала и компетенций в субъектах малого и среднего предпринимательства, в том числе компетенций управления бизнесом;

– недостаточно высокий уровень развития механизмов комплексной поддержки начинающих предпринимателей.

28.08.2012 г. постановлением Правительства Московской области № 1053/32 Утверждена долгосрочная целевая программа Московской области «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Московской области на 2013-2016 годы».

Целью программы является создание благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства, способствующих созданию новых рабочих мест, развитию реального сектора экономики, пополнению консолидированного бюджета Московской области, обеспечению занятости населения Московской области.

В задачи программы входит:

– совершенствование и реализация системы мер поддержки малого и среднего предпринимательства;

– создание условий для вовлечения в предпринимательскую деятельность населения Московской области;

– увеличение вклада малого и среднего предпринимательства в экономику Московской области;

– развитие инфраструктуры поддержки малого и среднего

предпринимательства; создание условий для повышения профессионального уровня кадров для малого и среднего предпринимательства.

Реализация мероприятий Программы направлена на развитие приоритетных направлений развития и поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, определенных Министерством экономического развития Российской Федерации.

Таким образом, можно сделать вывод, что увеличение количества малых предприятий в экономике региона, наращивание оборотов их хозяйствования, рост численности работников, занятых в сфере малого предпринимательства, являются показателями их эффективного функционирования и высокого уровня развития малого бизнеса в регионе в современных условиях.

Малое и среднее предпринимательство заняло прочное место в структуре экономики Тюмени и Московской области и играет существенную роль в социальной жизни населения регионов.

Региональный комплекс мер поддержки малого предпринимательского сектора формирует благоприятный климат для становления бизнеса, расширения сфер и направлений экономической деятельности, активизации деловой и инвестиционной активности субъектов региональной экономики.

Использованные источники:

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон РФ от 24.07.2007 г. N 209-ФЗ. - Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Тюменской области до 2020 года и на перспективу до 2030 года [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Тюменской области от 25.05.2009 г. N 652-рп. – Режим доступа: <http://admtymen.ru/>
3. Об утверждении государственной программы Тюменской области «Основные направления развития малого и среднего предпринимательства» до 2020 года [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Тюменской области от 22.12.2014 г. N 688-п. – Режим доступа: <http://admtymen.ru/>
4. О Правительстве Московской области [Электронный ресурс]: Закон Московской области № 230/2005-ОЗ; Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
5. О развитии предпринимательской деятельности в Московской области [Электронный ресурс]: Закон Московской области № 95/2010-ОЗ - Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
6. Об утверждении Порядка принятия решений о разработке долгосрочных целевых программ Московской области, их формирования и реализации [Электронный ресурс]: постановление Правительства Московской области от 04.05.2008 № 327/15 - Доступ из справочно-правовой системы

«КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

7. О разработке долгосрочной целевой программы Московской области «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Московской области на 2013-2016 годы» [Электронный ресурс]: постановление Правительства Московской области от 14.03.2012 № 289/9 - Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

8. Акимов, О. Ю. Малый и средний бизнес: эволюция понятий, рыночная среда, проблемы развития: Учебное пособие [Текст] / О. Ю. Акимов // - М.: Финансы и статистика. – 2013. – 192с.

9. Маркова Н.И., Сулимин В.В., Благинин В.А. ИНФОРМАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В СУБЪЕКТАХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА // Экономика и социум. 2015. № 3-2 (16). С. 237-241.

10. Паршуков А.Е. МЕТОДИКА ВЫБОРА СПОСОБА ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ // Управленец. 2015. № 2 (54). С. 70-77.

Бураева Е.В., к.э.н.

доцент

кафедра бухгалтерского учета и статистики

Орловский государственный аграрный университет

Толкачева Д.С.

студент 2 курса

факультет «Экономический»

Россия, г. Орел

МЕТОДЫ ЭКОНОМЕТРИКИ КАК СРЕДСТВА АНАЛИЗА И ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Аннотация.

В данной статье рассматриваются методы эконометрики как средства анализа и исследования социально-экономических систем.

Ключевые слова: математические методы, экономика, анализ, эконометрика, эффективность, управление.

Annotation.

This article discusses the econometric methods as a means of analysis and research on the socio-economic systems.

Keywords: mathematical methods, economics, analysis, econometrics, efficiency, management.

Методы эконометрики являются самыми современными средствами анализа и исследования различных социально-экономических систем. С помощью эконометрических методов можно отклонить некоторые экономические гипотезы или показать невозможность применения в конкретных условиях. Хотя средства эконометрики не позволяют доказать теоретические утверждения, но за счет ее методов можно показать, что то или

иное утверждение не противоречит данным наблюдений.

Во многих задачах требуется установить и оценить зависимость некоторого экономического показателя от одного или нескольких других показателей. Очевидно, любые экономические показатели, как правило, находятся под влиянием случайных факторов, а потому с математической точки зрения интерпретируются как случайные величины.

Из теории вероятностей известно, что случайные величины могут быть связаны функциональной или статистической зависимостью или вообще быть независимыми. Строгая функциональная зависимость реализуется в экономике редко. Чаще наблюдается так называемая статистическая зависимость.

Статистическая зависимость, когда с изменением одной случайной величины изменяется закон распределения вероятностей другой.

Корреляционная зависимость статистическая зависимость, которая проявляется в том, что с изменением одной величины изменяется среднее значение другой.

Можно отметить два типа взаимосвязи переменных. В одном случае неизвестно, какая из переменных независимая, а какая — зависимая, то есть они равноправны и связь можно рассматривать как в одну, так и в другую сторону. Во втором случае переменные неравноправные, то есть изменения лишь одной из них влияет на изменение другой, а не наоборот.

В этом случае при рассмотрении связи между двумя переменными величинами важно установить отношение логического рассуждения: которое из признаков является причиной, а какое следствием. Например, доходность банковского учреждения зависит от размера ставки по кредитам (депозитам), а не наоборот, то есть экономическая оценка процентной ставки является независимой переменной, а доходность — зависимой [1, с. 43].

Следует иметь в виду, что статистический анализ зависимостей сам по себе не раскрывает сущности причинных связей между явлениями, то есть он не решает вопрос, по каким причинам одна переменная влияет на другую. Решение такой задачи является результатом качественного (содержательного) изучения связей, обязательно должен либо предшествовать статистическому анализу или сопровождать его.

Применение методов математического аппарата для эконометрических моделей на различных уровнях экономической деятельности позволяет решать экономические проблемы разного уровня сложности.

На микроуровне эконометрические исследования предполагают научное обоснование управленческих решений, принимаемых на предприятиях различных форм собственности и должны учитывать постоянное воздействие внешней среды.

Модели могут использоваться для анализа экономических и социально-экономических показателей, характеризующих соответствующую экономическую систему, для прогнозирования их дальнейшего изменения или для имитации возможных сценариев социально-экономического развития

исследуемой системы при условии, что некоторые показатели можно изменять целенаправленно.

Особое значение эконометрические исследования приобретают в макроэкономике, где взаимосвязи величин часто неочевидны и изменчивы. Не исключены ситуации, когда модель вдруг перестает «работать» из-за появления или активизации какого-нибудь фактора.

С другой стороны, именно эконометрический анализ позволяет обосновать и уточнить форму зависимостей в макроэкономических моделях, лучше понять механизмы взаимосвязи макроэкономических показателей [2, с. 76].

Эконометрика использует традиционные математико-статистические и специально разработанные методы для выявления количественных взаимосвязей между экономическими показателями. Эконометрика имеет экономическую и математическую составляющие, причем экономическая составляющая является предпочтительней.

Итак, сочетая в себе экономическую теорию и математико-статистические методы, эконометрическое моделирование широко применяется при принятии практических решений в экономической деятельности (в бизнесе, банковском деле, прогнозировании, государственном регулировании экономики), а также является мощной базой для получения новых знаний по экономике.

Использованные источники:

1. Елисеева И.И. Эконометрика: учебник для магистров — М.: Издательство Юрайт, 2012. — 453 с.
2. Гладилин А. В. Эконометрика: учебник / А. В. Гладилин, А. Н. Герасимов, Е. И. Громов. — Ростов н/Д: Феникс, 2011. — 297 с.
3. Бураева, Е.В. Эконометрика. Учебное пособие для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки: 080200.62 "Менеджмент" / Орел, 2013.
4. Бураева, Е.В. Использование эконометрических методов при исследовании факторов и резервов роста производительности труда в аграрном секторе экономики // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – №38. – с.38-48.
5. Бураева Е.В. Применение кластерного подхода при изучении производительности труда в аграрном секторе региональной экономики // Экономический анализ: теория и практика. 2014. №31 (382). с.32-37.

*Бураева Е.В., к.э.н.
доцент
кафедра «Бухгалтерского учета и статистики»
Орловский государственный аграрный университет
Болотова А.С.
студент 2 курса
факультет «Экономический»
Россия, г. Орел*

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация.

В статье анализируются особенности применения эконометрических методов в современной экономике страны.

Ключевые слова.

Дефлятор, нормальное распределение, статистический анализ данных.

Abstract.

The article analyzes the features of applying econometric methods in modern economy of the country.

Keywords.

Deflator, normal distribution, statistical analysis of data.

Эконометрика посвящена развитию и применению статистических методов в экономике. В эконометрике выделяют три вида прикладной деятельности и научной деятельности: а) разработка и изучение методов прикладной статистики с учетом их специфики и экономических данных; б) разработка и изучение эконометрических моделей в соответствии с потребностями экономической науки и практики; в) применение методов эконометрики для статистического анализа конкретных экономических данных[1].

Для анализа эконометрических данных применяются все разделы прикладной статистики, а именно статистика случайных величин, статистический и многомерный анализ, статистика случайных процессов и временных рядов, статистика интервальных данных. Применение статистики помогает решать следующие задачи: усреднение и описание данных, оценивание, проверка гипотез, восстановление зависимостей, прогнозирование, принятие решений и так далее. Главной особенностью применения статистических методов, является то, что многие экономические показатели неотрицательны. Эти показатели следует описывать неотрицательными случайными величинами. Экономические процессы со временем развиваются, поэтому важное место в эконометрике занимают вопросы прогнозирования и анализа временных рядов. В одних большее внимание уделяется изучению трендов, а в других важно отклонение трендов от средней тенденции. [2]

Существуют различные статистические методы и объекты их исследования. Существуют два подхода к изучению поведения людей и организаций. В первом подходе допустимо описывать действия человека в

определенных терминах, второй подход включает в себя, что поведение человека или организации является детерминированным, определяется теми или иными причинами. Сама же специфика эконометрики проявляется не в перечне статистических методов, а в частоте их использования. Для приведения экономических величин к одному моменту времени используют дефляторы. Рассчитывают их с помощью тех или иных потребительских корзин. Статистические модели экономических явлений и процессов определяются спецификой определенной области экономических исследований. Экономический эффект от использования контроля в статистике доказан во многих экономически развитых странах. На основе объектов статистики нечисловой природы предложен метод проверки независимости двух альтернативных признаков. Этот метод применяется в задачах статистического контроля качества продукции. Существуют определенные экспертные оценки и прогнозирование. Важный раздел эконометрики занимает теория и практика экспертных оценок. Экспертные оценки используют для решения ряда задач эконометрики. Так же в теоретических и учебных публикациях эконометрические модели, предназначены для прогнозирования показателей макроэкономики. Любой области экономических исследований соответствуют свои эконометрические модели. Тем самым, эконометрические методы нужны для оценки параметров экономико-математических моделей управления запасами. Можно сказать, что любая область экономики имеет дело со статистическим анализом эмпирических данных. Благодаря эконометрическим методам можно оценивать различные величины и зависимости, используемые при построении имитационных моделей процессов налогообложения.[3]

Рассмотрев тему данной статьи, я отметила для себя, что эконометрические методы – это эффективный инструмент в работе инженера и менеджера, занимающегося конкретными проблемами, предназначенные для анализа статистических данных и построения эконометрических моделей конкретных экономических и технико-экономических явлений и процессов.

Использованные источники:

1. Бураева, Е.В. Эконометрика. Учебное пособие для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки: 080200.62 "Менеджмент" / Орел, 2013. 2.
2. Иванилов Ю.П., Лотов А.В. Математические модели в экономике.- М.: "Наука", 007
3. Бураева, Е.В. Использование эконометрических методов при исследовании факторов и резервов роста производительности труда в аграрном секторе экономики // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – №38. – с.38-48.

*Бураева Е.В., к.э.н.
доцент
кафедра «Бухгалтерского учета и статистики»
Орловский государственный аграрный университет
Бобкова Н.В.
студент 2 курса
факультет «Экономический»
Россия, г. Орел*

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И ИХ ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ

Аннотация.

В данной статье рассматриваются эконометрические модели и их практическое значение.

Ключевые слова.

Эконометрика, модель, регрессионные модели, системы одновременных уравнений, модели временных рядов, тренд, сезонная, циклическая и случайная компоненты.

Abstract.

This article discusses the econometric model and their practical significance.

Key words.

Econometrics, model, regression models, simultaneous equations, time series model, trend, seasonal, cyclical and random components.

Эконометрика — это наука, которая на базе статистических данных дает количественную характеристику взаимозависимым экономическим явлениям и процессам [2].

Предметом исследования эконометрики являются массовые экономические явления и процессы.

Цель эконометрики количественно охарактеризовать экономические закономерности, которые экономическая теория выявляет и определяет лишь в общем [1].

Основным инструментом эконометрики служит эконометрическая модель, факторы которой оцениваются средствами математической статистики. Модель выступает в качестве средства анализа и прогнозирования конкретных экономических процессов на основе реальной статистической информации.

Следует отметить, что эконометрические модели отличаются от других экономико-математических моделей тем, что их построение основано на статистических данных и проверка их корректности также основана на методах и критериях математической статистики.

Существует большое количество разнообразных эконометрических моделей, которые различаются содержанием, математической формой представления, областью приложения.

Основные типы:

1. Регрессионные модели с одним уравнением. Это модели, основанные

на уравнении регрессии, или системе регрессионных уравнений, связывающих величины эндогенных и экзогенных переменных. Регрессионные модели делятся на парные (с одним факторным признаком) и множественные регрессии. В зависимости от вида функции, модели также делятся на линейные и нелинейные регрессии [3].

2. Системы одновременных уравнений. Эти модели описываются системами уравнений. Системы могут состоять из тождеств и регрессионных уравнений, каждое из которых может, кроме независимых факторных переменных, включать зависимые переменные из других уравнений системы. На практике такие системы стараются привести к рекурсивному виду. Для этого сначала выбирают показатели (зависимые переменные), зависящие только от независимых факторных переменных [4]. Затем выбирается показатель, который зависит от независимых переменных и уже определенных зависимых.

Таким образом, каждый последующий показатель зависит только от независимых переменных и уже определенных зависимых показателей данной системы. Системы одновременных уравнений требуют более сложный математический аппарат, чем простые регрессионные модели.

3. Модели временных рядов. Последовательность наблюдений какого либо показателя, упорядоченная во времени, называется временным рядом. Численные значения исследуемого показателя, называются уровнями ряда [5].

В моделях временных рядов имеется всего одна независимая переменная, т.е. это однофакторные модели. В самом общем случае временной ряд экономических показателей можно разложить на следующие структурно образующие элементы: тренд, сезонная, циклическая и случайная компоненты [3].

Под трендом понимается устойчивое систематическое изменение процесса в течение продолжительного времени.

Во временных рядах экономических процессов около тренда могут иметь место более или менее регулярные колебания. Если они носят строго периодический или близкий к нему характер и завершаются в течение одного года, то их называют сезонными колебаниями. Если же период колебаний составляет несколько лет, говорят о циклических колебаниях [6].

Тренд, сезонная и циклическая компоненты называются регулярными или систематическими компонентами временного ряда. Временной ряд не обязательно содержит все эти компоненты.

Также к моделям временных рядов относятся множество более сложных моделей, таких как модели аддитивного прогноза, модели авторегрессии и др.

Эконометрические модели можно использовать как составную часть любого технико-экономического исследования. Оценка точности и стабильности технологических процессов, разработка адекватных методов статистического контроля технологических процессов, оптимизация выхода полезного продукта, повышение качества и надежности изделий, сертификация продукции, диагностика материалов, изучение предпочтений

потребителей в маркетинговых исследованиях, инновационном, инвестиционном менеджменте, при проведении маркетинговых опросов, эколого-экономических исследований при разработке стратегии производства и продажи специальной техники и во многих других областях.

Практически любая область экономики и менеджмента имеет дело со статистическим анализом данных, а потому имеет те или иные эконометрические методы в своем инструментарии.

Использованные источники:

1. Бородич С. А. Эконометрика.-Мн.: Новое знание, 2010.
2. Бураева, Е.В. Эконометрика. Учебное пособие для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки: 080200.62 "Менеджмент" / Орел, 2013.
3. Бураева, Е.В. Использование эконометрических методов при исследовании факторов и резервов роста производительности труда в аграрном секторе экономики // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – №38. – с.38-48.
4. Бураева Е.В. Учебно-методическое пособие по организации самостоятельной работы по дисциплине "Эконометрика" Для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 - Экономика профили "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Финансы и кредит", "Банковское дело", "Мировая экономика" / Орел, 2016.
5. Елисеева И. И. Практикум по эконометрике. – М.: Финансы и статистика, 2010.
6. Мамаева З. М. Введение в эконометрику. Нижний Новгород : ННГУ, 2010.

*Буракова Д.А.
магистрант 2го курса
Уральский Федеральный Университет
Россия, г. Екатеринбург*

ПРОБЛЕМАТИКА ОЦЕНКИ ЛОЯЛЬНОСТИ ВНЕШНЕГО ПОТРЕБИТЕЛЯ, РЕГИОНАЛЬНОГО АВИАПЕРЕВОЗЧИКА

Тема лояльности очень актуальна в современных условиях жесткой конкуренции. Сейчас лояльности потребителя придают такое огромное значение, что зачастую даже называют «зарождающейся рыночной валютой двадцать первого века» и важной основой для развития устойчивого конкурентного преимущества.

С каждым годом человек в нашей стране становится все более взыскательным потребителем в хорошем смысле этого слова: он больше внимания обращает на внешний вид торговых точек, на качество товаров и уровень обслуживания. Тому, кто хочет сегодня удержать клиента, заставить его постоянно пользоваться своими услугами или покупать товары в своем магазине, недостаточно иметь более низкую цену и улыбаться при общении с клиентом.

В последнее время во всем мире пользуются заслуженной

популярностью программы лояльности - маркетинговый инструмент, направленный на оптимизацию взаимоотношений организаций, предоставляющих услуги, с клиентами. В самом термине «лояльность» заложен ответ на вопрос о сути данного понятия, ведь «loyalty» в переводе с французского означает верность. Таким образом, целью применения программ лояльности является не только привлечение новых клиентов, но и установление долгосрочных взаимоотношений с покупателями. В основе любой такой программы лежит принцип поощрения клиента. И именно оттого, насколько гибко и грамотно этот принцип будет применен, зависит успех программы лояльности.

Программы лояльности стали одним из ключевых инструментов для развития в различных компаниях, если создать и развить программу получается у большинства организаций, то что касается вопроса о методике определения уровня лояльности потребителя, она традиционно оценивается посредством ряда стандартизированных вопросов или показателей. Вопросы предназначены для составления рейтинга, отражающего степень вероятности позитивного отношения и поведения клиента по отношению к компании. При попытке оценки уровня лояльности потребителя во многих исследованиях за основу берется фундаментальные компоненты лояльности, то есть поведенческие, связанные с отношением (воспринимаемые) составляющие, а также их сочетание.

Также к вопросу о трудностях оценки уровня лояльности можно отнести то, что покупательское поведение может быть проанализировано на протяжении определенного временного отрезка, в то время как компоненты лояльности, связанные с отношением, оцениваются в конкретный момент времени, что подразумевает необходимость согласования упомянутых элементов.

Современные исследования имеют ряд ограничений, из которых основным является то, что в существующих моделях потребитель рассматривается как изолированный индивид, исключенный из социально-экономического контекста. Если та или иная модель сводится к описанию лояльности по отношению к одному бренду, по этой причине нет уверенности в том, что она будет актуальной в контексте множества брендов. Попытки усовершенствовать механизм интерпретации свидетельствуют скорее о неуверенности многих авторов в точности оценки лояльности на основе только одного из параметров.

На данный момент существует более 70 программа лояльности от всех мировых лидеров в области авиаперевозок и более 10 на территории РФ. Рассмотрим программу лояльности авиакомпании «Уральские авиалинии» т.к. у большинства авиаперевозчиков учет происходит по аналогичной системе. Несмотря на такое количество программ, многие авиаперевозчики сталкиваются с проблемами оценки лояльности своих клиентов.

Однако, стоит сказать, что несмотря на достаточное количество теоретических исследований по проблеме разработки программ лояльности,

конкретных рекомендаций, особенно применительно к гражданской авиации, в научной литературе содержится недостаточно.

Таким образом, возникает противоречие между усилением влияния программ лояльности на эффективность деятельности предприятий транспортной отрасли и отсутствием проблемно-ориентированной системы разработки, реализации и оценки отраслевых программ лояльности.

Использованные источники:

1. Алан Розеспан. Ложные представления о лояльности. - М.: Издательство «Альпина Бизнес Букс», 2005. - 112 с.
2. Беликов В.В. Маркетинговые и технические аспекты систем лояльности на базе автоматизированной системы безналичных расчетов // ratanews.ru.
3. Быстров Л.В. Дисконтные системы: терминология, классификация, стандарты деятельности на потребительском рынке // Мир карточек. - 2001 - №1. - С.13 - 18.
4. Васин Ю.В. Эффективные программы лояльности. - М.: «Альпина Бизнес Букс», 2007. - 152 с.
5. ГОСТ 12.0.002 - 80 ССБТ Термины и определения // www.ohranatruda.ru.
6. Сьюэлл Карл. Клиенты на всю жизнь. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2005. - 214 с.
7. Эффективность инвестиционных проектов. Методические рекомендации / Под ред. Ю.Г. Одегова - М.: Издательство «Экзамен», 2003. - 220 с.

*Буракова Д.А.
магистрант 2го курса
Уральский Федеральный Университет
Россия, г. Екатеринбург*

НУЖЕН ЛИ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В РОССИИ?

В условиях рыночной экономики, насыщенным рынком аналогичных либо же взаимозаменяемых товаров, единственным способом выжить для компании, является правильно оформленный и подкрепленный данными путь достижения цели – стратегия. Стратегия в данном случае представляет собой постоянный и систематический анализ потребностей рынка, выводящий на разработку эффективных товаров, предназначенных для конкретных групп покупателей и обладающих особыми свойствами, отличающими их от товаров конкурентов и таким образом создающими изготовителю устойчивое конкурентное преимущество, что в свою очередь является сутью стратегического маркетинга.

Прошли времена в условиях супермонополизма, когда не было не только оснований для конкуренции производителей; не было даже и потенциальных конкурентов, а потребители в таких условиях вынуждены были быть сговорчивыми и непритязательными. Характерный для времени плановой экономики монополизм производства и распределения, возведенный в ранг государственной политики, не оставляет никаких возможностей выбора стратегии действия, глушил потребность в выборе,

заставляя бояться его и вынуждала жить людей по принципу «бери, что дают»

С изменением экономической ситуации в стране поменялись и взгляды потребителей, потребности покупателей претерпели переход от материалистической нужды к более высокому уровню личного удовлетворения. Потребители становятся все более требовательными, они ищут товары и услуги, адаптированные к их особенностям, добиваются полноты информации по закупкам, стремятся к расширению потребления экологически чистых продуктов. Они непосредственно воздействуют на компании с целью более полного удовлетворения их потребностей, а также оказывают давление на правительство, побуждая его к усилению контроля и к принятию мер по защите потребителей.

Главными потребительскими ценностями в современного общества становятся, во-первых, временной фактор, т.е. сокращение времени на выбор и покупку товара и услуги, во-вторых, полное сопровождение удовлетворения потребности дополнительными товарами и услугами, в-третьих, решение потребительской проблемы там и тогда, где и когда это удобно потребителю.

Каждая удовлетворенная потребность, вызывает у потребителя возникновение следующей, превращаясь в сложную потребительскую проблему, во-вторых, возрастает статусность всех потребностей в их социальной иерархии и растет их гедонистическое наполнение (удовольствие от удовлетворения) даже в продуктах питания.

Что касается предприятий сегодня у каждого изготовителя товара есть возможность развития, внедрения новой технологии, но лишь создав инновационный, высокотехнологичный продукт, наделенный специфическими чертами, наличие которых предполагает потребитель, идя за новыми товарами, будучи новатором или же лояльный потребитель, взаимодействующий с компанией долгое время, обладающий соответствующим качеством, но располагающий потребителя доступной ценой, может дать производителю кратковременное, в случае неиспользования приоритетов стратегического маркетинга, конкурентное преимущество, что в свою очередь приведет к увеличению доли рынка занимаемой данной компанией. Также отсутствие четкого плана действий в условиях, когда компании предлагают похожий товар, подвергает компанию опасности быть побежденной соперником, дать возможность конкуренту достигнуть, таким образом, доминирующего положения, которое может стать необратимым.

Ситуацию обостряют дополнившие глубокие экономические перемены, изменения в структуре конкуренции. Они являются следствием глобализации рынков. Эта эволюция обусловлена, прежде всего, успехами технологического прогресса в отношении средств транспорта и связи. Сокращение расстояний или по крайней мере сокращение временных или транспортных затрат привели к тому, что конкуренция в отношении рынков, товаров, трудовых затрат и цен ведется теперь в масштабах всей планеты. Данное обстоятельство влечет за собой необходимость иного

позиционирования компании, поиск лучших способов использования производственных ресурсов технологических возможностей, т. е. сегментов, в которых они способны добиться устойчивого конкурентного преимущества.

В след за изменениями в экономике произошло изменение статуса маркетинга в образовании и науке. Сейчас ни один уважающий себя вуз не позволит себе обойтись в программе подготовки специалистов без курса маркетинга, готовили он специалистов по компьютерной технике, библиотечному делу или государственному управлению.

За последние годы произошел ряд серьезных изменений в маркетинговом образовании населения и подготовке профессионалов, обеспечение маркетинга монографической, учебной и периодической литературой. Оформилось правовое поле маркетинга. Существенно продвинулась практическая реализация таких важнейших маркетинговых функций, как товарная и ценовая политика, маркетинговые коммуникации, сбыт и организация продаж. Одним из сдерживающих факторов полномасштабного использования маркетинга во всех сферах экономики страны это – стереотип о том, что маркетинг слишком сложная, узкоспециализированная деятельность, которая уместна лишь на цивилизованных развитых рынках, но пока не востребована на незрелом российском рынке. Если и дальше придерживаться этого стереотипа и отложить маркетинг до тех пор, пока у нас сформируется полноценный рынок, мы сами серьезно затрудним этот процесс и оставим себя на обочине цивилизации. А в условиях глобализации конкуренции, открытости отечественного рыночного пространства для зарубежных участников вполне логично предположить, что они-то с потенциалом маркетинга не подумают расстаться и на российских просторах, что в свою очередь приведет к насыщению рынка зарубежными товарами и затормозит развитие экономики в России.

Бухонина Т.В.

студент

факультет «Учетно-финансовый»

Кремянский В.В.

студент

Кубанский государственный аграрный университет

факультет «Ветеринарной медицины»

Россия, г. Краснодар

О СОСТОЯНИИ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

В статье анализируются состояние и основные тенденции развития молочного скотоводства в Краснодарском крае.

Ключевые слова: производство, молочное скотоводство, продуктивность, эффективность, интенсивность

Buhonina T.V.
student
Kuban state agrarian university
faculty "Registration and financial"
Russia, Krasnodar
Kremyansky V.V.
student
Kuban state agrarian university
faculty "Veterinary Medicine"
Russia, Krasnodar

STATE OF DAIRY CATTLE IN KRASNODAR TERRITORY

The article analyzes the situation and the main trends in the development of dairy cattle breeding in the Krasnodarsky region.

Keywords: production, dairy farming, productivity, efficiency, intensity

Краснодарский край издавна считается главной житницей России. Экономике народного хозяйства и занятость населения региона во многом определяет агропромышленный комплекс, представленный многоотраслевыми сельскохозяйственными и перерабатывающими предприятиями с развитой инфраструктурой. Здесь производится более 80 % продовольственных товаров, потребляемых населением.

Географическое положение и благоприятные природно-климатические условия, обусловленные границами поясов умеренного и субтропического климата, определили Краснодарскому краю ведущую роль среди регионов России по производству, переработке сельскохозяйственной продукции и поставкам продовольствия в промышленные центры страны.

Одной из основных подотраслей животноводства в Краснодарском крае является молочное скотоводство. Его продукция служит источником пополнения рациона человека полноценными белками, незаменимыми аминокислотами и витаминами [1]. Вместе с тем, поголовье крупного рогатого скота в регионе неуклонно снижается, что стало следствием непродуманных реформ конца прошлого века (таблица 1).

Таблица 1 – Поголовье крупного рогатого скота в Краснодарском крае, тыс. гол.

Год	Крупный рогатый скот	Коровы
2010	649	259
2011	634	255
2012	592	241
2013	563	225
2014	543	218
2014 г. в %	83,7	84,2

Год	Крупный рогатый скот	Коровы
к 2010 г.		

За исследуемый период поголовье крупного рогатого скота в крае сократилось на 16,3 %, а коров – на 15,8 %. Снижение численности поголовья повлекло за собой сокращение объемов производства продукции подотрасли. Между тем, уровень молочной продуктивности коров повышается из года в год (таблица 2).

Таблица 2 – Продуктивность крупного рогатого скота в Краснодарском крае

Год	Прирост крупного рогатого скота на одну голову, кг	Надой молока на 1 корову, кг
2010	173	5419
2011	177	5468
2012	179	5714
2013	193	5822
2014	198	6052
2014 г. в % к 2010 г.	114,5	111,7

За пять лет она выросла на 11,7 % и в 2014 г. составила 6052 кг/гол. Аналогичная тенденция прослеживается по приросту крупного рогатого скота на откорме, продуктивность которого в 2014 г. превысила уровень 2010 г. на 14,5 %.

Сложившаяся ситуация говорит о повышении степени интенсивности молочного скотоводства, его частичной технической и технологической модернизации, а также – об улучшении условий содержания и кормления животных [2].

Рост продуктивности коров является важным фактором повышения экономической эффективности производства и реализации молока [3], о чем свидетельствует таблица 3.

Таблица 3 – Влияние уровня молочной продуктивности коров на эффективность производства и реализации молока в сельскохозяйственных организациях Краснодарского края, 2014 г.

Группа хозяйств по среднегодовому удою, ц/гол.	Число хозяйств в группе	Средний удои по группе, ц/гол.	Производственные затраты на 1 гол., тыс. руб.	Себестоимость производства 1 ц, руб.	Рентабельность производства, %
до 44,0	5	33,3	70,6	1943,96	10,6
44,0 до 61,0	10	54,8	95,7	1654,13	46,6
свыше 61,0	15	67,7	97,5	1463,81	63,2

Итого и в среднем	30	56,1	85,4	1726,24	42,4
-------------------	----	------	------	---------	------

С ростом среднегодового удоя прослеживается снижение себестоимости и повышение рентабельности производства молока в сельскохозяйственных организациях Краснодарского края. Кроме того, следует отметить прямую связь между уровнем молочной продуктивности коров и затратами в расчете на одну голову. Данное обстоятельство подтверждает необходимость интенсификации подотрасли.

Для любой организации важно не только произвести, но и продать продукцию, чтобы покрыть все расходы, связанные с ее производством. Объемы реализации молока и молочной продукции в крае снижаются по причине сокращения объемов производства (таблица 4).

Следует отметить, что данная тенденция была характерна для подавляющего большинства хозяйств региона. Исключение составляют крестьянские (фермерские) хозяйства, но их роль в совокупной величине продаж остается крайне незначительной.

Таблица 4 – Реализация молока и молочных продуктов в хозяйствах различных категорий Краснодарского края, тыс. тонн

Год	Хозяйства всех категорий	в том числе:		
		сельско-хозяйственные организации	хозяйства населения	крестьянские (фермерские) хозяйства
2010	1115	810	279	26
2011	1125	803	273	49
2012	1153	828	275	50
2013	1084	775	259	50
2014	1065	764	248	53
2014 г. в % к 2010 г.	95,5	94,3	88,9	203,8

Таким образом, исследования показали, что в сложившихся условиях прирост объемов производства и реализации продукции молочного скотоводства возможен при условии дальнейшего повышения продуктивности коров на основе создания прочной кормовой базы, совершенствования технологии кормления и содержания животных, улучшения систем воспроизводства и селекционно-племенной работы.

Использованные источники:

1. Артемова Е.И., Кремянская Е.В., Курнякова Т.А. Тенденции и приоритеты развития молочного скотоводства в условиях реализации политики импортозамещения // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2016. – №03(117). С. 1104 – 1115. – IDA [article ID]: 1171603071. – Режим доступа:

<http://ej.kubagro.ru/2016/03/pdf/71.pdf>

2. Артемова Е., Кремянская Е. Интенсификация как фактор повышения экономической эффективности производства молока в Краснодарском крае // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2016. – № 3. – С. 22–26.
3. Артемова Е.И., Кремянская Е.В. Развитие интеграционных процессов в молочнопродуктовом подкомплексе АПК // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – №05(109). С. 512 – 527. – IDA [article ID]: 1091505030. – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2015/05/pdf/30.pdf>
4. Ляховецкий А. М., Кремянская Е.В., Климова Н.В. Статистика: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2016. – 362 с.

*Вареницина Г.Г.
магистрант 2-го курса
Степанова Л.И.
магистрант 2-го курса
Тольяттинский государственный университет
Россия, г. Тольятти*

К ВОПРОСУ ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ С ГОСУДАРСТВЕННЫМ УЧАСТИЕМ

Аннотация. В настоящее время все более актуальными становятся вопросы обеспечения эффективности компаний с государственным участием, что предполагает решения комплекса организационных и управленческих мероприятий.

Ключевые слова. Эффективное функционирование, стратегическое управление, компании с государственным участием, менеджмент.

По мере развития экономики происходит закономерное укрупнение организаций, в том числе и с государственным участием. Часто такие предприятия имеют территориальную удаленность от головной компании и выраженную специфику их деятельности, что определяет потребность принимать самостоятельные решения.¹¹⁰

Все это свидетельствует о необходимости организации эффективного управления компаниями с государственным участием, т.е. выбора модели объекта управления, которая смогла бы обеспечить необходимый уровень конкурентоспособности компании в рамках избранной стратегической позиции. Необходимым условием при этом выступает достижение динамического равновесия между взаимодействием головной компанией и её подведомственных структур. Этого можно достичь путем обоснованного выбора перспективных целей развития предприятия и повышения его конкурентоспособности, их закрепление в долгосрочных планах и разработка

¹¹⁰ Джоббер Д. Принципы и практика менеджмента.: Пер. с англ.: Уч. пос. – М.: Изд. Дом «Вильямс», 2010.

целевых программ, обеспечивающих достижение намеченных целей, как для головного предприятия, так и для дочерних и зависимых организаций. Таким образом, можно говорить об управлении организацией, направленном на отслеживание запросов потребителей, осуществление регулирования и своевременных реорганизаций в соответствии с изменениями внешней среды, и позволяющем добиваться конкурентных преимуществ и достижения цели в долгосрочной перспективе, т.е. о стратегическом управлении дочерними и зависимыми объединениями.¹¹¹

При этом, стратегическое управление можно рассматривать как совокупность пяти взаимосвязанных управленческих процессов:

- анализ среды, т.е. анализ влияния факторов внешней среды с учетом вероятности возникновения тех или иных ситуаций, системный анализ перспектив и рисков, определение сферы деятельности и формулирование стратегических установок;

- определение миссии, постановка стратегических целей и задач для их достижения;

- выбор стратегии, т.е. формулирование стратегии для достижения намеченных целей и результатов деятельности предприятия;

- выполнение стратегии, т.е. реализация стратегического плана;

- оценка и контроль выполнения, т.е. оценка результатов деятельности и изменение стратегического плана или методов его реализации.

Стратегическое управление позволяет сформулировать глобальные цели развития организации, оперативно реагировать на изменения рыночной среды и тем самым повысить конкурентоспособность организации.

Для эффективного управления компаниями с государственным участием необходимо знать и понимать объект управления, т.е. знать присущие ему свойства, особенности и закономерности, которые определяют условия управления, реакции объекта на то или иное управленческое воздействие. Как правило, объект управления в зависимости от ситуации имеет индивидуальную конфигурацию, т.е. индивидуальный набор внутренних факторов и факторов внешнего окружения. Стратегические возможности больших компаний представляют собой целостную совокупность стратегических ресурсов компании и внешней среды, внутренние способности интегрирования и комбинирования производственно-технологических, финансово-экономических, технических, культурных, и организационно-управленческих условий и совокупность внешних обстоятельств, влияющих на деятельность хозяйствующего субъекта.¹¹²

В общем виде стратегическое управление компаниями с государственным участием может быть представлено как последовательность

¹¹¹ Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. - СПб.: Издательство «Питер», 2009.- 560 с.

¹¹² Руденко А.А. Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности интегрированных структур энергетического машиностроения в условиях цикличности экономики. Карпенко Е.Ю., Руденко А.А., Искосков М.О., Антипов Д.В., Данилова С.Ю. монография / Тольятти, 2014.

взаимосвязанных функций:

- сбор и обработка информации о деятельности подчиненных организаций и подразделений;
- анализ деятельности, выявление системных проблем, нарушений, угроз и рисков;
- принятие решений об организации необходимых действий для обеспечения функциональной деятельности;
- продвижение решений до подчиненных предприятий посредством корпоративных процедур или иных механизмов.

Такая деятельность предполагает знание законодательства в отношении регламентации корпоративных процедур, умение организовать взаимодействие в процессе реализации корпоративных процедур, а также взаимодействие с подразделениями материнской компании в процессе подготовки к осуществлению корпоративных процедур и выработки соответствующих решений.¹¹³

Таким образом, для организации эффективного управления компаниями с государственным участием необходимо сформировать процесс управления внутри самой материнской компании. Для этого необходимо сформировать нужные органы управления, принять документы, регламентирующие их работу, сформировать надлежащие организационные механизмы, обеспечивающие выполнение процедур принятия и реализации управленческих решений по наиболее значимым вопросам. Процессные показатели и, соответственно, контроль процессов позволяет не только лучше организовать выполнение бизнес-процессов, но и выявлять реальные причины отклонений результатов деятельности от запланированных. Это, в свою очередь, позволит формировать более эффективные управленческие воздействия. Кроме того, необходимо помнить о том, что деятельность материнской компании по управлению будет проходить эффективно тогда, когда она будет выгодна для дочерних и зависимых компаний. В противном случае, она будет встречать сопротивление.

Использованные источники:

1. Джоббер Д. Принципы и практика менеджмента.: Пер. с англ.: Уч. пос. – М.: Изд. Дом «Вильямс», 2010.
2. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. - СПб.: Издательство «Питер», 2009.- 560 с.
3. Руденко А.А. Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности интегрированных структур энергетического машиностроения в условиях цикличности экономики. Карпенко Е.Ю., Руденко А.А., Искосков М.О., Антипов Д.В., Данилова С.Ю. монография / Тольятти, 2014.

¹¹³ Руденко А.А. Методология стратегического планирования, учета и анализа материальных ресурсов Захаров С.О., Руденко А.А. Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 1. С. 43-47.

4. Руденко А.А. Методология стратегического планирования, учета и анализа материальных ресурсов Захаров С.О., Руденко А.А. Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 1. С. 43-47.

*Васильева Е.И., к.социол.н.
доцент
кафедра регионального и муниципального управления
Сверчков М.Н.
студент
РАНХиГС, Уральский институт управления - филиал
Россия, г. Екатеринбург*

АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ В США

Статья посвящена анализу государственных программ в области медицины в США. Выявлены основные аспекты и направления деятельности органов власти США в отношении системы медицинского страхования. Проанализированы последние нововведения в системе медицинского страхования США, определена стратегия дальнейшей реализации реформы.

Ключевые слова: медицинское страхование, государственное медицинское страхование

The article analyzes in the field of medicine in the United States government programs. The basic aspects and activities of the US authorities in relation to the health insurance system. Analyzes recent developments in the US system of health insurance, defined a strategy for the further implementation of the reform.

Keywords: health insurance, public health insurance program

По мнению ведущих специалистов в области здравоохранения, сегодня здоровье следует рассматривать как целостное многомерное динамическое состояние организма и форму жизнедеятельности человека, которая обеспечивает ему физиологически обусловленную продолжительность жизни, достаточную удовлетворенность состоянием своего организма и приемлемую социальную дееспособность [1].

Рассмотрим Программы государственного медицинского страхования в США. «Medicare» – это национальная программа медицинского страхования для лиц от 65 лет и старше. Некоторые лица моложе 65 лет также могут получать право на программу «Medicare» [2, 3].

Эта программа предназначена для людей моложе 65 лет, чьи доходы ниже официальной черты бедности. Эта программа предоставляется каждым штатом, который самостоятельно определяет требования к получателям, например, возраст, беременность, доход, наличие счетов в банке, недвижимостью, а также гражданство или другой правовой статус (например, для беженцев).

Программа государственного медицинского страхования детей

(SCHIP) направлена на то, чтобы предоставить бюджетам штатов возможность расширить медицинскую помощь детям, чьи семьи не могут оплатить страховку. Эта программа дополняет Medicaid, и финансируется за счет как штатов, так и федерации, а управляется на уровне штатов.

Таким образом, в Соединённых Штатах довольно активно действует и государственное здравоохранение в форме медицинских программ, однако оно носит выборочный характер и касается только отдельных категорий граждан, в основном пожилых и малоимущих. Всего до начала реализации реформы здравоохранения, предпринятой администрацией Б. Обамы, гос. медицинские программы охватывали немногим более четверти населения страны. К 2012 г. их доля выросла до 1/3.

Намерения государственной администрации важны для реформ в сфере здравоохранения. Закон о защите пациентов был результатом компромисса между политическими группировками в конгрессе, поэтому, как и многие другие подобные мероприятия администрации Б. Обамы, он носит непоследовательный характер и содержит много уступок отдельным группам влияния. *В то же время реформе не хватает системности: она принципиально не меняет основных составляющих американской системы оказания медицинской помощи, а лишь оптимизирует те направления и узлы, которые администрация считает наиболее проблемными.* Основные нововведения в упомянутом законе о защите пациентов состоят в следующем.

1. Введены *новые правила для страховых компаний*, существенно ограничивающие их возможности произвольно повышать стоимость медицинского полиса, отказывать в получении страховки некоторым категориям граждан и диктовать условия страхового договора.

2. *Расширено количество граждан, имеющих право на участие в государственной медицинской программе Medicaid.* С 2014 г. ею могут воспользоваться все лица и семьи с доходами до 133 % от уровня бедности (ранее – 100 %), включая взрослых без детей [4].

3. *Рост расходов на государственные медицинские программы финансируется за счёт увеличения ряда налогов и штрафов.* В частности, был повышен "Medicare Tax", который высчитывается из зарплаты каждого работающего американца и идёт на финансирование госпрограммы Medicare.

4. *Все граждане, не имеющие страхового полиса от работодателя и не охваченные государственными медицинскими программами, обязаны приобрести индивидуальную медицинскую страховку.* Не сделавшим это грозит штраф.

5. Для граждан, желающих приобрести страховку, *созданы специальные страховые биржи*, где страховые компании размещают предложения о продаже медицинских полисов, а граждане могут выбрать наиболее выгодные для.

6. *Граждане с уровнем дохода от 100 до 400 % выше черты бедности, купившие страховой полис, имеют право на получение федеральной субсидии.*

7. *Фирмы с количеством работников более 50 человек обязаны*

приобрести медицинский полис для всех своих работников полной или частичной занятости хотя бы на условиях софинансирования, причём работодатель должен заплатить не менее 60 % стоимости.

8. Вводится ряд мер по *сокращению расходов на государственные медицинские программы, в особенности Medicare*. Снижены издержки на дорогостоящие и избыточные процедуры, анализы и пр. Для государственных программ разрешено закупать лекарства-дженерики.

Попытка ввести государственное медицинское страхование (public option) для "проблемных" граждан, от которых отказались частные страховые компании (больные раком и другими тяжёлыми заболеваниями), в законе не была реализована. Эту идею Б. Обама встретили в штыки и политики-республиканцы, и страховые компании, и лоббисты. Они заявили, что новые государственные формы страхования "ведут к социализму". Этот наиболее спорный пункт не попал в окончательный вариант реформы здравоохранения. Согласно оценке внедрение Закона о защите пациентов потребует дополнительных федеральных расходов в размере 1 трлн 677 млрд дол. на протяжении 2013–2022 гг. Однако в Законе заложены также и меры, направленные на сокращение бюджетных расходов и рост налоговых поступлений. Предусмотрен рост поступлений в бюджет за счёт увеличения ряда налогов и штрафов, которое составит 569 млрд. *В итоге реализации Закона о защите пациентов дефицит федерального бюджета не только не возрастет, а даже сократится на 109 млрд. дол. за период 2012–2022 гг.*

По данным Министерства общественного здравоохранения, примерно 30 % средств на медицинскую помощь в Соединённых Штатах тратится впустую, причём это относится как к государственной, так и к частной медицине.

Давать окончательную оценку реформы пока рано. Пройдёт несколько лет, прежде чем власти смогут устранить её "болезни" и оценить эффективность (по изменению показателей заболеваемости и смертности). Для медицинской и страховой индустрии последствия реформы носят двоякий характер. С одной стороны, она означает больший государственный контроль и меньше возможностей заработать на клиентах; вводится ряд новых налогов на страховые компании и сокращается ряд издержек на медицинские услуги. С другой стороны, подобное ухудшение возможностей для бизнеса компенсируется увеличением числа застрахованных лиц, т.е. общим расширением рынка страховых и медицинских услуг.

Obamacare справляется с задачей повышения охвата граждан медицинскими услугами, однако пока не может сделать медицинскую помощь для граждан более доступной и эффективной. Тем самым декларация о создании "доступного медицинского обслуживания" в США, как это провозглашает АСА, пока так и остаётся политической декларацией.

Использованные источники:

1. Здоровье нации, как парадигма экономического и социального развития. Проблемы ответственности бизнеса. Аналитический доклад Совета

Федерации Федерального Собрания РФ, 2002.

2. Информация департамента социальной защиты США//
www.ssa.gov/.../Russian/10043-RU.pdf

3. Finegold K. New census estimates show 3 million more americans had health insurance coverage in 2012 : ASPE issue brief / Kenneth Finegold // Office of the assistant secretary for planning and evolution : website. 2013. November. URL: http://aspe.hhs.gov/health/reports/2013/CPSIssueBrief/ib_cps.cfm (дата обращения: 07.04.2016)

4. ObamaCare: Pros and Cons of ObamaCare // ObamaCare facts : website. URL: <http://obamacarefacts.com/obamacare-pros-and-cons.php> (дата обращения: 20.04.2016)

Васильева Е.И., к.социол.н.

доцент

кафедра регионального и муниципального управления

Сверчков М.Н.

студент

РАНХиГС, Уральский институт управления - филиал

Россия, г. Екатеринбург

ОЦЕНКА РЕАЛИЗАЦИИ ЖИЛИЩНЫХ ПРОГРАММ В СЕВЕРНОМ ГОРОДЕ

Статья посвящена исследованию проблемы реализации жилищной политики в северном городе - Югорске. Проанализирован процесс реализации муниципальных программ в жилищной сфере в г. Югорске, даны практические рекомендации по повышению эффективности деятельности органов местного самоуправления.

Ключевые слова: жилищная политика, муниципальная программа.

The article investigates the problems of implementation of the housing policy in the northern city - Yugorsk. Analyzed the process of implementation of municipal programs in the housing sector in Yugorsk, practical recommendations to improve the effectiveness of local government.

Keywords: housing policy, municipal program.

Актуальность темы статьи обусловлена тем, что, во-первых, остротой решения жилищных проблем в северных территориях; во-вторых, необходимостью совершенствования методов муниципального управления жилищной сферой северного города; в-третьих, разработки методик обеспечения доступности жилья в муниципальных образованиях Севера России.

Анализ современного состояния жилищной сферы Югорска показывает, что:

- реально преимуществами рынка жилья для улучшения жилищных условий пока может воспользоваться лишь незначительная часть семей с

наиболее высокими доходами;

- практически вне рамок государственной жилищной политики остались группы населения, доходы которых не позволяют им улучшать жилищные условия на рынке, особенно те из них, которые нуждаются в предоставлении социального жилья;

- рынок жилищного строительства отличается высокой степенью зависимости от административных органов, низким уровнем развития конкуренции.

Ответственным органом за реализацию муниципальной жилищной политики в Югорске является Управление жилищной политики администрации города Югорска.

Оценим эффективность реализации Управлением муниципальных программ в исследуемой сфере. Оценка эффективности осуществлялась балльным методом на основе полученных оценок по комплексным критериям с учетом их весовых коэффициентов.

В процессе анализа была дана качественная характеристика муниципальных программ в соответствии со следующими комплексными критериями: 1) освоение средств за счет всех источников финансирования – К1; 2) степень достижения целевых значений показателей – К2; 3) динамика показателей реализации – К3; 4) степень выполнения мероприятий – К4; 5) экономическая эффективность реализации – К5.

Оценка осуществлялась экспертами, опрошенными автором. В качестве экспертов выступили государственные служащие округа, курирующие вопросы жилищной политики (Таблица 1).

Таблица 1

Качественная характеристика реализации муниципальных программ в жилищной сфере города Югорска за 2015 год

№ п/п	Наименование муниципальной программы	Обобщенная результирующая оценка (балл)	Качественная характеристика
1.	«Энергосбережение и повышение энергетической эффективности города Югорска на 2014-2020 годы»	4,4	удовлетворительно
2.	«Капитальный ремонт жилищного фонда города Югорска на 2014-2020 годы»	5,15	удовлетворительно
3.	«Обеспечение доступным и комфортным жильем жителей города Югорска на 2014-2020 годы»	8,15	отлично
4.	«Развитие жилищно-коммунального и строительного комплекса в городе Югорске на 2014-2020 годы»	6,2	хорошо

Анализ реализации муниципальных программ в жилищной сфере города Югорска показал, что уровень их реализации средний. В целом, основные запланированные показатели выполнены. Однако необходимо провести анализ действенности утвержденных механизмов реализации программ, выработать предложения по совершенствованию механизма

реализации программы (в том числе осуществлению контроля ее реализации) и внести соответствующие изменения в программу. Кроме того, по ряду программ необходимо разработать мероприятия, способствующие достижению запланированных значений целевых показателей характеризующих потребление энергоресурсов. Провести анализ системы целевых показателей на предмет достижимости запланированных значений, в случае необходимости уточнить значения целевых показателей.

На основе проведенного анализа определены государственной жилищной политики в сфере обеспечения населения доступным жильем, на основании которых должны, в свою очередь, выстраивать свою работу конкретные муниципалитеты.

1) Использование целевой поддержки отдельных категорий граждан. Например, на основе реализации соответствующей региональной целевой программы Фондом жилищного развития Ямало-Ненецкого Автономного округа (региона, характеризуемого одними из наиболее высоких темпов строительства доступного жилья в России), в 2014 г. было введено в эксплуатацию более половины жилой площади на территории региона с возмещением 20% стоимости жилья для бюджетников (врачей, учителей, работников культуры и др.).

2) выкуп жилья для муниципальных нужд в проектах комплексного освоения территории, причем выкуп уже в первых очередях, чтобы была гарантированная подтвержденная доходная часть уже с начала реализации проекта, в т.ч. на этапе строительства. Приобретение имущественных прав снижает стоимость жилья, что при прочих равных позволяет экономить бюджетные деньги;

3) развитие программ по созданию арендного жилого фонда. Для застройщика это будет означать появление «оптовых покупателей», которые могут выкупать квадратные метры для последующей сдачи их в аренду. В качестве мер по стимулированию создания арендного жилого фонда необходима помощь в субсидировании процентной ставки по выкупаемым жилым площадям, уменьшение (в т.ч. полная отмена) налога на имущество, развитие программ, предусматривающих частичное субсидирование работодателями арендных платежей в данных районах и т.д., т.е. помощь в становлении неразвитого рынка.

4) Разработка и реализация целевых государственных программ градостроительства, в том числе касающихся сферы доступного жилья. Данные программы (федерального и регионального уровней) основаны на учете региональной специфики, касающейся потребности населения в данном формате жилья, возможностей рынков первичного и вторичного жилья, масштабов ликвидации аварийного и ветхого жилья и пр.

5) Важнейшей задачей государства является создание благоприятных (организационных, нормативно-правовых и пр.) условий для застройщиков и инвесторов.

6) Использование мирового опыта в градостроительной деятельности. В

развитых странах мира накоплен значительный опыт современного градостроительства, который при соответствующей адаптации может быть полезен для России, в частности можно назвать: строительство новых районов в Лондоне и под Парижем, формирование новых эко-городов в Финляндии и др.

Использованные источники:

1. Об утверждении плана мероприятий ("дорожной карты") "Организация системы мер, направленных на сокращение сроков, количества согласований (разрешений) в сфере строительства и сокращение сроков формирования и предоставления земельных участков, предназначенных для строительства, в городе Югорске (2013 - 2018 годы): Постановление Администрации города Югорска от 01.07.2013 № 1660. В данном виде документ опубликован не был. Доступ из справ-прав. системы КонсультантПлюс.
2. О муниципальной программе города Югорска «Обеспечение комфортным и доступным жильем жителей города Югорска на 2014 – 2020 годы»: Постановление Администрации города Югорска от 31 октября 2013 г. № 3287. В данном виде документ опубликован не был. Доступ из справ-прав. системы КонсультантПлюс.
3. Положение об Управлении жилищной политики Администрации города Югорска: Распоряжение Главы Администрации города Югорска от 15 ноября 2011. Документ опубликован не был. Доступ из справ.-парв. системы «КонсультантПлюс».

*Васильева Е.И., к.социол.н.
доцент*

*кафедра регионального и муниципального управления
Сверчков М.Н.*

студент

*РАНХиГС, Уральский институт управления - филиал
Россия, г. Екатеринбург*

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЖИЛИЩНОЙ ПОЛИТИКИ В РЕГИОНЕ

Статья посвящена исследованию проблем реализации государственной жилищной политики в регионе. Выявлены наиболее значимые направления реализации государственной жилищной политики в Свердловской области, по мнению экспертов; обобщены выводы экспертов об эффективности, положительных аспектах и недостатках современной государственной жилищной политики в Свердловской области.

Ключевые слова: жилищная политика, государственная политика

The article explores the problems of realization of the state housing policy in the region . Revealed the most important directions of the state housing policy in the Sverdlovsk region , according to experts ; summarizes the experts' conclusions about the effectiveness of , the positive aspects and the shortcomings of the modern

Повышенная социальная значимость жилищной сферы требует активного участия государственных органов в регулировании процессов ее функционирования и развития [1]. Ни в одной стране проблемы жилищной сферы не решаются только рыночными методами, везде присутствует государственная поддержка ее развития. Следовательно, необходимо разумное сочетание государственного и рыночного регулирования механизмов развития жилищной сферы [2, 3].

Для определения эффективности политики в сфере строительства жилья в Свердловской области было проведено экспертное интервью. Цель исследования – изучить взгляды экспертного сообщества Свердловской области и выявить наиболее перспективные механизмы и инструменты реализации государственной жилищной политики в регионе.

В целях данного исследования понятие «эффективность государственной жилищной политики» операционализировано через выделение его структурных элементов – показателей эффективности. Они включают в себя: разработанность нормативно-правовой базы жилищной политики и мер по ее реализации; состав и разнообразие мер по экономическому стимулированию жилищного строительства; итоги выполнения государственных жилищных программ; динамика изменения объемов финансирования государственных жилищных программ (увеличение-уменьшение); статистика инноваций в сфере строительства жилья и строительных технологий; доступность земельных участков для индивидуального и массового жилищного строительства (наличие, стоимость, административные барьеры); качество закупок жилья для государственных нужд; инвестиционная активность в жилищном строительстве.

В результате проведения опроса мнения респондентов распределились следующим образом.

Эксперты положительно оценили общий ход реализации государственной жилищной политики в Российской Федерации, начиная с 2000 г. По оценкам экспертов динамика в сфере жилищного строительства в Свердловской области является позитивной и состоит, прежде всего, в росте объемов строительства, повышения качественного состава жилищного фонда.

По мнению экспертов, законодательство изменилось существенно в лучшую сторону, но не все проблемы нормативного регулирования были устранены. В частности, как отметили застройщики, не смотря на принятие закона Свердловской области «Об установлении на территории Свердловской области случаев, при которых не требуется разрешение на строительство» от 15.07.2013 г. № 75-ОЗ проблемы в оформлении исходно-разрешительной информации при строительстве линейных объектов и сетей инженерно-технического обеспечения сохранились и выражаются в длительных сроках

согласования. Также было отмечено несовершенство процедур выдачи заключений на строительство объектов недвижимости и сокращение их сроков для профессиональных участников рынка.

Большинство экспертов выделило, при ответе на третий вопрос, такие достижения в государственной жилищной политике за последние 14 лет как использование программно-целевого подхода, совершенствование механизмов регулирования жилищного строительства, действующих программ в сфере жилищного строительства, рост обеспеченности жильем населения региона.

В качестве очевидных ошибок в государственной жилищной политике, начиная с 2000 г по текущий момент, многие эксперты указали отсутствие ее комплексности, недостижимость поставленных задач, недостаточность государственного финансирования, высокий уровень коррупции, слабый контроль государства в части не надежных застройщиков, высокая себестоимость строительства, низкий уровень инвестиций.

Положительно оценили развитие института ипотеки в России и роль государства в его формировании и развитии более 70 % респондентов. Остальная часть отметила недостаточно применимые условия ипотечного кредитования (высокий уровень ставок, дороговизна) для отдельных групп населения, что по мнению респондентов сдерживает как развитие ипотеки, так и развитие жилищного строительства. Развитие механизмов военной и других видов социальной ипотеки большинство мнений оценено как объективная и положительная мера. Аналогичные оценки были высказаны в отношении материнского капитала. Респонденты считают, что введение материнского капитала полностью себя оправдало, и высказываются о его сохранении в будущем.

Важность, необходимость, высокую значимость государственно-частного партнерства в реализации государственной жилищной политики отметили более 90 % респондентов. Успешным в данном направлении большинство экспертов считают проект «Академический». Большинство экспертов высказались о необходимости развития государственно-частного партнерства в сфере малоэтажного строительства, в сфере возведения коммуникаций.

Необходимость дальнейшей поддержки и стимулирования развития жилищно-строительной кооперации в Свердловской области отметили более 70 % респондентов.

Высокая перспективность дальнейшего использования была определена в отношении таких механизмов жилищной политики как жилищно-строительные кооперативы, государственно-частное партнерство, федеральные, региональные и муниципальные программы, ипотека. Основная причина перспективности данных механизмов их положительное влияние на сферу жилищного строительства в Свердловской области.

В качестве меры по корректировке государственной жилищной политики в краткосрочной перспективе с учетом кризисного развития

экономики России в 2014 г. подавляющая часть респондентов отметила совершенствование нормативной базы, стимулирование привлечения инвестиционных ресурсов (на длительный срок) в сферу строительства, реализация мер, направленных на повышение доступности жилья, регулирование банковских ставок по ипотечным продуктам.

Таким образом, не смотря на наличие положительных мнений о ходе развития жилищной политики, применяемых инструментах ее осуществления в ходе экспертного опроса были выявлены и проблемы, не позволяющие оценить осуществляемую политику в сфере строительства жилья как полностью эффективную. Общая неэффективность политики в сфере строительства жилья, по мнению экспертов, обусловлена такими факторами как нехватка финансовых ресурсов; несовершенство процедур выдачи заключений на строительство объектов недвижимости и сокращение их сроков для профессиональных участников рынка.

Использованные источники:

1. Виноградов В.В. Финансовые аспекты реализации государственного жилищного строительства в условиях кризиса // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2009. № 4. С.86-88.
2. Горбова И.Н. Проблемы развития жилищной политики страны // Среднерусский вестник общественных наук. 2011. №2. С.169-170.
3. Гришин И.А., Коростин С.А. Современные подходы к разработке и реализации государственной политики в сфере решения жилищной проблемы российских городов//Региональная экономика. Вестн. Волгогр. Гос. ун-та. Серия 3. 2012. №2(21)
4. Денисов Н.А. Концепция обеспечения жильем населения России как часть макроэкономической политики // Уровень жизни населения регионов России. 2012. №1. с.3-13.

Васильева Е.И., к.социол.н.

доцент

кафедра регионального и муниципального управления

Сверчков М.Н.

студент

РАНХиГС, Уральский институт управления - филиал

Россия, г. Екатеринбург

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Статья посвящена определению приоритетных направлений совершенствования человеческого капитала медицинских работников в учреждениях. Выявлены наиболее значимые направления развития персонала учреждений здравоохранения. Также определены перспективные пути повышения качества дополнительного образования медицинских работников.

Ключевые слова: медицинские работники, кадровая политика

The article is devoted to the definition of priority directions of improvement of the human capital of health workers in institutions . Revealed the most important directions of development of health personnel . Also identified promising ways to improve the quality of supplementary education of health professionals.

Keywords : health care workers , personnel policy

Важнейшее условие совершенствования системы охраны здоровья населения и повышение качества медицинского обслуживания – научно обоснованное решение вопросов и проблем медицинских кадров. Являясь наиболее ценной, значимой частью ресурсов здравоохранения, медицинские кадры в конечном итоге обеспечивают результативность и эффективность деятельности как всей системы здравоохранения в целом, так и ее отдельных объектов и структур. Это определяет кадровую политику как один из приоритетов в управлении и развитии здравоохранения. К сожалению, на сегодняшний день здравоохранение нашей страны переживает кадровый кризис. Низкая заработная плата, отсутствие жилья для медицинских работников снижают престиж медицинской профессии. Каждое лечебное учреждение пытается, в рамках существующего законодательства, изыскивать свои способы привлечения специалистов и удержания их [1, 2].

Опираясь на теоретические подходы и результаты прикладного исследования, выделим ряд приоритетных направлений совершенствования человеческого капитала медицинских работников на уровне учреждений, в том числе: обеспечение охраны труда и здоровья медицинских работников:

- проведение диспансеризации, профилактика профессиональных заболеваний;
- расширение занятий физкультурой и спортом на объектах университета;
- обеспечение доступного санаторно-курортного отдыха и лечения медицинских работников [3].

На основе анализа зарубежного опыта можно предложить следующие рекомендации, которые могут быть учтены при разработке комплексных долгосрочных стратегических программ подготовки медицинских кадров в рамках медицинской кадровой политики:

1. Основным приоритетным направлением медицинской кадровой политики должно стать совершенствование системы подготовки и переподготовки врачей и среднего медицинского персонала, в том числе из отдаленных от центра населенных пунктов. Подготовка медицинских работников должна включать 3 этапа: преддипломный уровень, последипломный уровень, и непрерывное профессиональное развитие.

2. Необходимо интегрировать глобальные тенденции развития образования в систему медицинского образования в РФ путем:

- формирования системы медицинского образования на основе контекстного принципа с пересмотром дизайна учебных планов и программ (при разработке которых не забывать о необходимости включения

обязательного английского языка);

- внедрения активных форм практической клинической подготовки в условиях симуляционных центров и фантомного обучения;
- совершенствования подготовки и переподготовки управленческого сектора здравоохранения, обновление квалификационных характеристик организаторов системы здравоохранения;
- переобучения, повышения роли и социальной ответственности преподавателей во вновь формируемой системе.
- создания системы непрерывного профессионального образования.

3. В условиях создания и внедрения системы НМО рекомендуется:

- Ввести систему образовательных кредитов (часов) и начислять их за посещение врачами аккредитованных общероссийских и зарубежных конференций, семинаров, написание научных работ и аналитических обзоров, стажировки, подготовка разборов сложных клинических случаев и т.д.

- Актуализировать нормативную базу: актуализация, образовательных программ, методик оценки знаний; учет ежегодно накопленных кредитов при выдаче сертификата специалиста и при составлении реестров медицинских работников в регионах; учет ежегодно накопленных кредитов при лицензировании МО; регламентация процедуры прохождения НМО; аккредитация образовательных мероприятий системы НМО.

- Обеспечить материально-технические условия для НМО: создание условий в вузах: современные лабораторное оборудование и библиотеки, центры отработки практических навыков, технические средства для дистанционного обучения; создание условий в медицинских учреждениях и организациях: доступ к современным высококачественным источникам информации.

4. Обучение практических врачей современным методам диагностики и лечения должны быть основаны на результатах доказательной медицины.

5. Создать систему мотивации медицинских работников к обучению. При разработке программ развития медицинских кадров не концентрироваться лишь на экономических факторах мотивации врачей и среднего медицинского персонала к обучению.

6. Будущая система аккредитации должна быть привязана к оплате труда, однако уровень заработной платы должен зависеть от текущего качества, ее результатов и последних достижений, а не от квалификации (т.е. по факту - от выслуги лет). Для этого необходимо составление и публикация рейтингов врачей и рейтингов медицинских учреждений; контроль качества медицинской помощи по международным показателям (например, доля врачей, которые используют в работе клинические рекомендации профессиональных обществ).

7. Эффективным было бы приглашение в Россию зарубежных специалистов на долгосрочной основе, с целью обучения наших врачей, передачи опыта и знаний, а также с целью внедрения новых подходов к лечебному делу.

8. Решающую роль в проведении аккредитации медицинских работников отдать врачебным организациям. Профессиональное медицинское сообщество должно формировать новые требования к уровню квалификации врачей и медицинского персонала, выделять и поощрять наиболее компетентных специалистов, освобождать сферу от наименее квалифицированных работников, тем самым повышая безопасность оказания медицинской помощи для пациентов. Нельзя контроль за качеством оказания медицинской помощи перекладывать на медицинские страховые организации. Решающую роль должны играть сами врачи – через различные формы самоорганизации и корпоративного контроля. Профессиональные врачебные организации должны взять на себя распространение современных медицинских технологий, создание современных систем обеспечения качества. Все это предполагает повышение ответственности врачей [4].

9. Только после преобразования системы, увеличить финансовые вложения в развитие и повышение профессионального уровня врачей и среднего медицинского персонала, с особым вниманием на их регулярное переобучение и освоение новейших медицинских технологий.

Использованные источники:

1. Экономика здравоохранения. Учебник / Под ред. М.Г. Колосницыной, И.М. Шеймана, С.В. Шишкина. М.: Издат.дом ГУ ВШЭ, 2009.
2. Халецкий И.Г. Оценка кадрового потенциала средних медицинских работников и пути его улучшения // Главная медицинская сестра. 2012. № 9.
3. Сибурина Т.А. Стратегии развития здравоохранения, реализуемые в мире // Главный врач. 2011. № 9.
4. Комаров Г.А. Развитие системного кризиса в здравоохранении России // Здравоохранение. 2010. № 2.

Васильева Е.И., к.социол.н.

доцент

кафедра регионального и муниципального управления

Сверчков М.Н.

студент

РАНХиГС, Уральский институт управления - филиал

Россия, г. Екатеринбург

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ

В статье рассмотрен подход к оценке государственных программ. Рассмотрены основные элементы, характеризующие структуру государственной программы, система целей и задач государственной программы; система мероприятий и инструментов государственной

программы; финансовое обеспечение государственной программы.

Ключевые слова: программа, проект, оценка программы.

The article describes the approach to the evaluation of government programs. It covers the basic elements characterizing the structure of the state program, the system objectives and tasks of the state program; a system of measures and tools of the program; financial support of the state program.

Keywords: program, project, program evaluation.

Для определения основных подходов к оценке реализации государственных программ обозначим, что такое программа и проект, и выделим их основные черты.

Программа – совокупность взаимоувязанных мер, план действий, направленных на достижение единой цели, решение одной проблемы [1].

Проект – ограниченная во времени деятельность, направленная на создание уникального продукта или услуги; любая деятельность, имеющая четко определенную отправную точку и цели, достижение которых означает завершение деятельности. На практике большинство проектов для достижения целей могут использовать лишь ограниченные ресурсы.

Таким образом, программа или проект – это особая форма организации деятельности, отличающаяся тем, что

- она направлена на достижение запланированного конкретного результата,
- заранее определенным способом,
- с использованием известного заранее и ограниченного количества ресурсов,
- в оговоренные заранее сроки.

В отличие от проекта программа предполагает больший масштаб и продолжительность деятельности и может включать несколько проектов.

Оценка программы – это систематический сбор информации о деятельности в рамках программы, ее характеристиках и результатах, который проводится для того, чтобы вынести суждение о программе, повысить эффективность программы и/или разработать планы на будущее [2].

Для оценки государственных программ целесообразно оценивать следующие параметры:

- структура государственной программы;
- система целей и задач государственной программы;
- система мероприятий и инструментов государственной программы;
- финансовое обеспечение государственной программы;
- наличие связи финансирования государственной программы с достижением результатов государственной программы.

Оценка каждого из вышеописанных блоков может проводиться по следующим критериям.

Элементы, характеризующие структуру государственной программы [3]

а) паспорт государственной программы:

- Ответственный исполнитель программы;
- Соисполнители программы (при наличии);
- Участники программы (при наличии);
- Подпрограммы программы;
- Программно-целевые инструменты программы;
- Цели программы;
- Задачи программы;
- Целевые индикаторы и показатели программы;
- Этапы и сроки реализации программы;
- Объемы бюджетных ассигнований государственной программы;
- Ожидаемые результаты реализации государственной программы.

б) характеристика текущего состояния соответствующей сферы социально-экономического развития Российской Федерации, основные показатели и анализ социальных, финансово-экономических и прочих рисков реализации государственной программы;

в) приоритеты и цели государственной политики в соответствующей сфере социально-экономического развития, описание основных целей и задач государственной программы, прогноз развития соответствующей сферы социально-экономического развития и планируемые макроэкономические показатели по итогам реализации государственной программы;

г) прогноз конечных результатов государственной программы, характеризующих целевое состояние уровня и качества жизни населения, соц. сферы, экономики, общественной безопасности, государственных институтов, степени реализации других общественно значимых интересов и потребностей в соответствующей сфере;

д) сроки реализации государственной программы в целом, контрольные этапы и сроки их реализации с указанием промежуточных показателей;

е) перечень основных мероприятий государственной программы с указанием сроков их реализации и ожидаемых результатов, а также иных сведений;

ж) основные меры правового регулирования в соответствующей сфере, направленные на достижение цели и (или) конечных результатов государственной программы, с обоснованием основных положений и сроков принятия необходимых нормативных правовых актов;

з) перечень и краткое описание целевых программ и подпрограмм;

и) перечень целевых индикаторов и показателей государственной программы с расшифровкой плановых значений по годам ее реализации, а также сведения о взаимосвязи мероприятий и результатов их выполнения с обобщенными целевыми индикаторами государственной программы;

к) обоснование состава и значений соответствующих целевых индикаторов и показателей государственной программы по этапам ее

реализации и оценка влияния внешних факторов и условий на их достижение;

л) информация по ресурсному обеспечению за счет средств соответствующего бюджета государственной программы (с расшифровкой по главным распорядителям средств бюджета, целевым программам, основным мероприятиям подпрограмм, а также по годам реализации государственной программы);

м) описание мер государственного регулирования и управления рисками с целью минимизации их влияния на достижение целей государственной программы;

н) методика оценки эффективности государственной программы.

Отсутствие одного или нескольких элементов (частичное или полное) государственной программы сокращает количественное выражение оценки на соответствующее значение.

Оценка системы целеполагания осуществляется путем формализации и идентификации целей и задач и оценки их измеримости:

1) Структурирование целей и задач (прослеживаемая связь между целями и задачами, выстраивание «дерева целей»);

2) Управляемость программой (количество целей и задач, выполнение требований полноты и достаточности)

3) Измеримость целей (наличие количественного – измеримого или рассчитываемого - выражения цели);

4) Измеримость задач (наличие количественного – измеримого или рассчитываемого - выражения задачи);

5) Достижимость целей (соотношение целей, задач и ожидаемых результатов государственной программы).

Отсутствие одного или нескольких элементов (частичное или полное) государственной программы сокращает уровень оценки на соответствующее значение.

Оценка системы финансирования осуществляется путем определения полноты отображения системы финансового обеспечения реализации механизмов госпрограммы, в том числе:

- оценка целостности системы ресурсного обеспечения мероприятий;

- использование полного спектра источников финансирования мероприятий;

- учет связи мероприятий на весь период выполнения госпрограммы.

Использованные источники:

1. Любовный В. Я. Целевые программы развития регионов: рекомендации по совершенствованию разработки, финансирования и реализации. Моск. обществ. науч. фонд. М., 2014. 197 с.

2. Оценка программ: методология и практика. / Под ред. А.И. Кузьмина, Р. О'Салливан, Н.А. Кошелевой. М.: Издательство «Престо-РК», 2009.

3. Минзарипов Р.Г. Анализ и оценка государственных программ и отраслевых политик: Учебно-методический комплекс. Казань, 2015.

*Васильева Е.И., к.социол.н.
доцент
кафедра регионального и муниципального управления
Сверчков М.Н.
студент
РАНХиГС, Уральский институт управления - филиал
Россия, г. Екатеринбург*

КЛАСТЕРНАЯ ПОЛИТИКА В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ФОРМА РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Статья посвящена исследованию проблемы реализации кластерной политики в Свердловской области. Проанализированы основные результаты реализации кластерной политики Свердловской области, даны практические рекомендации по повышению эффективности деятельности органов государственной власти.

Ключевые слова: кластер, кластерная политика, территориальное развитие

The article investigates the problems of realization of cluster policy in the Sverdlovsk region. Analyzed the main results of the implementation of the cluster policy of Sverdlovsk region, practical recommendations to improve the effectiveness of public authorities.

Keywords: cluster, cluster policy, territorial development

В широком смысле под кластерной политикой понимается комплекс мер по поддержке кластерных инициатив рынка, поддерживаемых органами государственной власти на различных уровнях. Кластер, в свою очередь, представляет собой совокупность компаний сконцентрированных в одну группу по географическому признаку, напрямую взаимодействующих друг с другом, при этом они конкурируют между собой, но ведут совместную деятельность по достижению поставленной цели.

Существуют различные преимущества кластерной промышленной политики. В результате ее реализации администрации муниципальных образований, регионов лучше видят преимущества и недостатки промышленного развития, усиливается их партнерский диалог с бизнесом, диверсифицируется региональная экономика. Все вышеперечисленное ведет к увеличению количества налогоплательщиков и налогооблагаемой базы, независимости бюджетных распределений от отдельных бизнес-групп. Кластерный подход предполагает выгоду и бизнесу: он более полно использует кадровый потенциал и инфраструктуру территории, имеет доступ к исследованиям и разработкам научных центров, благодаря которым снижаются постоянные и переменные издержки, обеспечивается выход на новые рынки.

28 августа 2012 года по поручению Председателя Правительства Российской Федерации за номером № ДМ-П8-5060 был утвержден перечень

инновационных территориальных кластеров. Данный перечень определялся в рамках конкурсного отбора Рабочей группой по развитию частного-государственного партнерства в инновационной сфере при Правительственной комиссии по высоким технологиям и инновациям. В итоговом решении в этот перечень было включено 25 территориальных кластеров. В этот список вошел Титановый кластер Свердловской области, организацией-координатором которого стала ОАО «ОЭЗ «Титановая долина».

Начало создания Титанового кластера началось в декабре 2010 года, когда Премьер-министр, Владимир Путин, постановлением Правительства РФ создал в Свердловской области ОЭЗ ППТ «Титановая долина», но само формирование Титанового кластера стартовало в 2006 году. Особая экономическая зона вошла в целевые программы по развитию Уральского Федерального округа до 2020 года. Уже в 2012 году были получены заключение государственной экспертизы проектной документации и разрешение Министерства строительства и архитектуры Свердловской области на строительство ОЭЗ «Титановая долина».

Основной целью строительства «Титановой долины» явилось сохранение лидирующих позиций на мировом рынке по производству высокотехнологичной продукции из титановых сплавов.

По результатам реализации проекта планируемое количество резидентов составит более 15 юридических лиц с общим объемом инвестиций около 20 миллиардов рублей [1]. На данный момент всего зарегистрировано 8 резидентов, которые разделены по трем категориям (см. таблицу 1), но общее количество организаций – 20 [2]. Заявленный объем привлеченных инвестиций, исходя из подписанных соглашений с приведенными 8 резидентами, составит 5,4 млрд. рублей.

Государство планирует вложить в разработку и развитие Титанового кластера порядка 7,67 млрд. рублей [4]. 1,3 млрд. рублей руководство Долины возьмет в кредит, а остальное финансирование поступит из регионального и федерального бюджетов в соотношении 49% и 51% соответственно.

В Свердловской области принята программа развития титанового кластера Свердловской области на 2014-2017 годы. Согласно представленному паспорту программы общий объем финансирования из регионального и федерального бюджетов на 4 года составит 2056976,0 тыс. рублей. Одним из главных преимуществ для участия инвесторов в развитии Кластера являются налоговые послабления. Налог на прибыль будет составлять 2% в течение первых 10 лет с момента получения прибыли, подлежащей налогообложению. Еще одним несомненным преимуществом для привлечения кадров является обеспечение жильем и всей необходимой социальной инфраструктурой иностранных специалистов, которые будут приглашены на работу резидентами Кластера.

Для выявления эффективности формирования кластерной политики в регионе выделим некоторые показатели.

За пять лет с момента образования особой экономической зоны резидентами стало всего 8 юридических лиц. На 2012 год количество резидентов составляло лишь 2 организации. На данный момент еще 7 компаний находится на стадии подготовки документов для получения статуса резидентов ОЭЗ. Но статус они смогут получить спустя некоторое количество времени, так как соглашения о намерениях вступления в особую экономическую зону были подписаны в 2015 году либо во второй половине 2014 года. Соответственно сроки начала производства продукции также сдвигаются на неопределенный срок, что значительно осложняет получение прибыли в бюджеты и возникает риск эффективности самого проекта создания Титанового кластера. Таким образом, эффективности политики формирования Кластера находится не на самом высоком уровне, что значительным образом отрицательно влияет на привлечение новых инвесторов. Одной из мер по изменению сложившейся ситуации является жесткий контроль со стороны органов государственной власти и надзорных органов за соблюдением сроков строительства объектов и подготовки проектно-сметной документации.

Действующий уровень сформированности Кластера находится на низком уровне, так как даже по пессимистическим расчетам, проведенным Правительством Свердловской области, производство изделий из титана не началось, что существенным образом подрывает возможность привлечения новых резидентов, строительство инфраструктуры, без которой инвесторы не приходят в регион, участие в конкурсах на получение федеральных средств, направленных на развитие особых экономических зон и т.д. По данным ежегодного отчета компании в 2013 году чистый убыток составил в размере 32 млн. 186 тыс. рублей [3]. В 2012 году - 35,7 млн. рублей. Но уже в 2014 году чистый убыток составил 6 млн. 012 тыс. руб. [4]. На основе приведенных данных можно проследить отрицательную тенденцию экономической эффективности от создания Кластера, при условии, что новые данные за 2015 год значительно хуже в связи с введенными санкциями в отношении России и ответными антисанкциями, что повлияло на отток инвестиций из российской экономики.

Таким образом, проект «Титановая долина», а соответственно и вся кластерная политика Свердловской области требует значительных изменений во всех сферах деятельности: начиная от организационной деятельности и заканчивая работой в медиа-пространстве. При этом на основе проведенного исследования, интерес и поддержка со стороны органов государственной и муниципальной власти имеется, так как разрабатываются отдельные программы развития территории и выделяются финансовые ресурсы.

Использованные источники:

1. Особая экономическая зона "Титановая долина" [сайт]. URL: <http://www.midural.ru/news/100520/100521/page5/> (дата обращения 27.12.15 г.)
2. Титановый кластер в 2016 году начнет подготовку уникальных специалистов в Екатеринбурге, Нижнем Тагиле и Верхней Салде [сайт]. URL:

<http://www.oblgazeta.ru/pressreleases/13146/> (дата обращения 27.12.15 г.)

3. ОЭЗ «Титановая долина» в прошлом году получила больше 30 млн рублей убытка. Расходы подскочили до 75,7 млн рублей [сайт]. URL: <http://www.znak.com/svrld/news/2014-04-04/1020570.html#poll> (дата обращения 27.12.15 г.)

4. Убыток "Титановой долины" по итогам 2014 года составил более 6 млн рублей [сайт]. URL: http://www.advis.ru/php/view_news.php?id=622847E3-A321-D647-A638-B9062C3F5BD0 (дата обращения 27.12.15 г.)

*Ваха В.Л.
студент 4 курса
факультет «Инженерно-экономический»
Найденова Р.И., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «Экономического анализа, финансов и аудита»
СТИ НИТУ «МИСиС»
Россия, г. Старый Оскол*

ОПТИМИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ РАЗРАБОТКИ КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ

В условиях неопределенности и риска прибыль выступает одним из основных и значимых результирующих показателей деятельности хозяйствующего субъекта, поэтому вопрос ее определения занимает основополагающее значение. Исследование экономической сущности прибыли – одна из важных проблем экономической теории.

С развитием экономической мысли понятие «прибыль» постоянно изменялось и усложнялось, однако однозначной трактовки категории «прибыль» до сих пор нет. Как в российской, так и в зарубежной теории и практике финансового менеджмента отсутствует единый подход к определению прибыли.

Прибыль, уже достаточно известная научная категория, получает новое содержание в контексте современного экономического развития. На основе понимания важной роли прибыли в развитии организации и обеспечении интересов всех участников бизнеса, необходимо эффективно ей управлять. Решение данной задачи возможно с помощью построения некоторой комплексной системы управления прибылью. Данную систему можно рассматривать как систему управления факторами, влияющими на финансовый результат.

Анализ теории и практики отечественного и зарубежного планирования и регулирования прибыли организаций позволяет сформулировать следующие условия, которые обеспечивают эффективное управление прибылью, представленные на рисунке 1.



Рисунок 1 – Условия, обеспечивающие эффективное управление прибылью

С позиции системного подхода управление прибылью - сложная многоуровневая система, включающая различные подсистемы. Для каждой из этих подсистем присущи свои конкретные цели и задачи. Вместе с тем, каждая из этих подсистем находится под влиянием других.

Главной целью управления прибылью является обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия в текущем и перспективном периоде. Эта главная цель призвана обеспечивать одновременно гармонизацию интересов собственников с интересами государства и персонала предприятия.

Исходя из этой главной цели, можно сформулировать систему основных задач, направленных на реализацию главной цели управления прибылью:

1. Обеспечение максимизации размера формируемой прибыли, соответствующего ресурсному потенциалу предприятия и рыночной конъюнктуре.

2. Обеспечение оптимальной пропорциональности между уровнем формируемой прибыли и допустимым уровнем риска.

3. Обеспечение высокого качества формируемой прибыли.

4. Обеспечение выплаты необходимого уровня дохода на инвестированный капитал собственникам предприятия.

5. Обеспечение формирования достаточного объема финансовых ресурсов за счет прибыли в соответствии с задачами развития предприятия в предстоящем периоде.

6. Обеспечение постоянного возрастания рыночной стоимости предприятия.

7. Обеспечение эффективности программ участия персонала в прибыли.

Одним из основополагающих элементов управления прибылью является разработка альтернативных вариантов решения тактических и стратегических задач, а также возможность моделирования альтернативных вариантов в концепции интегрированности управления прибылью с общей системой управления предприятием.

Кроме того, при формировании системы управления прибылью нами выделяются:

- Управление процессом ценообразования. Ценовая политика является не только одной из составляющих системы управления доходами предприятия, но и важнейшим механизмом, обеспечивающим многие приоритеты его экономического развития.

- Управление структурой и ассортиментом товаров. Ассортиментная политика – это одна из важнейших составляющих конкурентной стратегии компании.

- Управление маркетинговой деятельностью. Эффективное управление маркетинговой деятельностью помогает скоординировать работу всего предприятия в целом и отдельных его подразделений, что напрямую влияет на размер полученной прибыли.

- Управление затратами. Деятельность предприятия с момента его создания связана с осуществлением разнообразных затрат: трудовых, материалоемких, нематериальных и финансовых ресурсов в процессе производства и реализации товаров.

- Управление рисками. Деятельность предприятия сопряжена со многочисленными рисками, уровень которых повышается со стремлением повысить уровень прибыли.

Таким образом, прибыль занимает одно из важных мест в общей системе стоимостных взаимоотношений рыночной экономики и представляет собой важнейший элемент экономического механизма управления общественным производством. С ее помощью оценивается деятельность всех предпринимательских структур.

Хозяйственная деятельность любой организации должна быть направлена на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и интересов

собственников.

Прибыль, в свою очередь, распределяется между государством, собственниками предприятия и самим предприятием. Пропорции этого распределения в значительной мере воздействуют на эффективность деятельности предприятия как позитивно, так и негативно.

Использованные источники:

1. Свороб Н.С., Сенченко Е.В., «Прибыль коммерческого предприятия: виды и факторы, оказывающие влияние на нее»// Стратегия устойчивого развития регионов России. 2015. № 28
2. Горохова В.В., «Управление прибылью организации»// Вестник научных конференций. 2015. № 1-4 (1)
3. Терновский Д.С., Чуб В.А., «Концептуальные основы управления прибылью организации»// Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2013. № 2 (46)
4. Пионткевич Н.С., «Управление прибылью организации: теория и методология»// Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. 2015. № 4
5. Останкова С.О., «Системный подход к управлению прибылью на предприятии»// Экономинфо. 2014. № 21
6. Лейба Т.А., «Направления развития системы управления прибылью предприятия» // В сборнике: Актуальные проблемы современной науки IV Международная научно-практическая конференция. 2015

Ваха В.Л.

студент 4 курса

факультет «Инженерно-экономический»

Найденова Р.И., к.э.н.

научный руководитель, доцент

кафедра «Экономического анализа, финансов и аудита»

СТИ НИТУ «МИСиС»

Россия, г. Старый Оскол

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

На современном этапе развития экономики России вопросы оценки и оптимизации финансового состояния предприятия являются особенно значимыми и актуальными.

Устойчивое финансовое состояние характеризует способность предприятия своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе, выдерживать возникающие трудности и сохранять свою платежеспособность, особенно в неблагоприятных условиях. В современном финансовом менеджменте существует множество подходов к определению понятия «финансовое состояние предприятия». Наглядно представить различные трактовки этого понятия можно в виде таблицы 1.

Устойчивое финансовое состояние не является случайностью, а итогом грамотного, умелого управления всем комплексом факторов, определяющих результаты хозяйственной деятельности предприятия.

Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, то это положительно влияет на финансовое положение предприятия. И, наоборот, в результате невыполнения плана по производству и реализации продукции происходит повышение её себестоимости, уменьшение выручки и суммы прибыли и как следствие ухудшение финансового состояния предприятия.

Низкие объёмы получаемой прибыли предприятия, негативно влияющие на финансовое состояние, можно повысить путём комплексного подхода к оптимизации затрат. Как правило, наибольшего эффекта можно добиться, рассматривая не отдельную область (закупки, производство), а деятельность предприятия в целом. Именно во взаимодействии можно найти резервы для значительного снижения затрат.

Таблица 1 – Различные трактовки понятия «финансовое состояние предприятия»

<i>Автор определения</i>	<i>Формулировка термина</i>
1	2
Балабанов И.Т.	Финансовое состояние хозяйствующего субъекта – это характеристика его финансовой конкурентоспособности (т.е. платежеспособности, кредитоспособности), использования финансовых ресурсов и капитала, выполнения обязательств перед государством и другими хозяйствующими субъектами
Савицкая Г.В.	Финансовое состояние предприятия – это экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени
Грищенко О.В.	Финансовое состояние – это способность предприятия финансировать свою деятельность
Ситнов А.	Финансовое состояние представляет собой совокупность показателей, отражающих наличие, размещение и использование финансовых ресурсов.
Черногорский С.А.	Финансовое состояние — это результат (на произвольно выбранный момент времени) системы отношений, которые возникают в процессе кругооборота средств организаций, а также источников этих средств и связаны с денежными платежами
Харевич Г.Л. и Герасимова В.И.	финансовое состояние предприятия — это комплексное понятие, которое характеризуется системой показателей, отражающих обеспеченность финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия и рисками с этим связанными, целесообразностью их использования, платежеспособностью, финансовой устойчивостью, финансовыми взаимоотношениями с другими хозяйствующими субъектами

Нередко, значительные резервы по сокращению затрат находятся в складской логистике. Например, часто используется устаревшей

оборудование для контроля качества сырья. Это приводит к тому, что принимается сырьё с параметрами, не соответствующими требованиям технологии.

В результате нарушается производственный процесс и увеличиваются затраты как на использование данного сырья, так и на электроэнергию. Незначительные инвестиции в покупку новых приборов позволят добиться существенного сокращения затрат на производстве и выстроить эффективную претензионную работу с поставщиками.

Очень часто неэффективно организуется транспортная логистика предприятия - как внешняя (доставка материалов, готовой продукции), так и внутренняя (перемещение по территории предприятия). Проблемы, с которыми сталкиваются предприятия на практике, как правило, связаны с неэффективным использованием транспортных средств (низкая загрузка).

Снизить затраты в производственном процессе без значительных сложений возможно путём внедрения инструментов бережливого производства. Это направление позволит дать значительную экономию, но, как правило, его внедрение занимает много времени.

Это связано с тем, что основной эффект по сокращению затрат в данном случае достигается при изменении производственной культуры персонала, а это не происходит моментально.

Ключевыми факторами успеха являются:

- мотивация производственного персонала, в первую очередь финансовая;
- систематическая работа руководства предприятия, направленная на изменение производственной культуры.

Важным направлением также является эффективный учёт и контроль использования товарно-материальных запасов и отходов. Оно направлено на сокращение затрат за счёт более эффективного использования отходов и контроля их целевого использования. На многих российских предприятиях отходы остаются бесхозными.

В то же время стоимость таких отходов может составлять значительную величину даже по сравнению со стоимостью готовой продукции, и многие производственные отходы при помощи незначительной обработки превращаются в продукцию, пользующуюся спросом.

В плане управленческих расходов сокращение может быть достигнуто благодаря следующим направлениям:

- Уменьшение количества отчётов, источников обрабатываемой информации и уровня детализации. Уменьшение количества и уровня детализации отчётов позволит сократить трудоёмкость, а также повысить скорость принятия управленческих решений.
- Передача функций постоянных структурных подразделений рабочим группам и коллегиальным органам управления.
- Выделение функций в общие центры обслуживания и передача их аутсорсинговым компаниям. Примером может служить передача сторонней

фирме функций по IT-поддержке и администрированию.

Нерациональное управление результатами деятельности, также негативно влияющее на финансовое положение организации, можно минимизировать путём использования методов управления финансовыми результатами деятельности организации:

- планирования прибыли, распределения прибыли;
- управления прибылью на основе организации центров ответственности;
- факторного анализа прибыли.

Чем больше прибыль предприятия, тем больше задач экономического, технического, социального плана она может решить, распределив средства по определённым направлениям использования. Вместе с тем эффективность использования влияет на будущие возможности по увеличению прибыли на этапе её формирования.

С позиции системного подхода управление прибылью – сложная многоуровневая система, включающая подсистемы, представленные на рисунке. Для каждой из этих подсистем присущи свои конкретные цели и задачи. Вместе с тем, каждая из этих подсистем находится под влиянием других. Например, объёмы прибыли, сформированной на первом этапе, определяют направления её распределения.

Системный подход к управлению прибылью предусматривает исследование способов организации подсистем в единое целое и влияние процессов функционирования систем в целом на отдельные её звенья.

Главной целью управления прибылью является обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия в текущем и перспективном периоде. Эта главная цель призвана обеспечивать одновременно гармонизацию интересов собственников с интересами государства и персонала предприятия.

Использованные источники:

1. Маркина, И.А. Оптимизация управления прибылью торговых предприятий на основе разработки комплексной системы управления прибылью / И.А. Маркина // Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2013. - №3 (24)
2. Шкелёнок П.П., «Сущность и содержание финансового состояния предприятия»// Научные стремления.- 2012.- № 3 (3)
3. Симоненко Н.Н., Пашковский М.Ю., «Управление финансовым состоянием предприятия»// Фундаментальные исследования.- 2015.- № 2-16
4. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009

*Величко Ю.Ю.
студент 3 курса
филиал Брянского Государственного
Университета им. ак. И.Г. Петровского
Россия, г. Новозыбков*

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ ИНФОРМАТИКЕ

Аннотация: данная статья об обучении информатике с использованием интерактивных форм предполагает преимущественно обучение не от теории к практике, а от формирования нового опыта к его теоретическому осмыслению через применение.

Annotation: This article is about teaching computer science using interactive forms of learning involves primarily not from theory to practice, and by the formation of a new experience to the theoretical understanding through the application.

Ключевые слова: Интерактивные формы, обучение, информатика.

Современное школьное образование в целом, как отмечают многие исследователи, находится в кризисном состоянии. Низкая мотивация учения, недостатки эффективности традиционных методик организации активной работы школьников на уроке, преобладание пассивных методов и форм обучения, отсутствие на уроке условий для реализации потребностей школьников в общении, недостаточное внимание проблемам воспитания и развития школьников на уроке – эти и другие проблемы выявляются в процессе обучения в школе, в том числе – в процессе обучения информатике.

Значительные потенциальные возможности в разрешении перечисленных проблем современного обучения информатике кроются в применении интерактивного обучения.

Модель интерактивного обучения – это обучение, основанное на взаимодействии (Рис. 1).



Рисунок 1 – Модель интерактивного обучения

Интерактивное обучение определяется как "обучение, построенное на взаимодействии учащегося с учебным окружением, учебной средой, которая служит областью осваиваемого опыта. Учащийся становится полноправным участником учебного процесса, его опыт служит основным источником учебного познания. Педагог не дает готовых знаний, но побуждает участников к самостоятельному поиску... активность педагога уступает место

активности учащегося, а задачей педагога становится создание условий для их инициативы.

Под методами интерактивного обучения понимают "совокупность педагогических действий и приемов, направленных на организацию учебного процесса и создающего условия, мотивирующие обучающихся к самостоятельному, инициативному и творческому освоению учебного материала в процессе взаимодействия и взаимообучения обучающихся (студентов) между собой и в процессе общения с учителем (преподавателем)" (Т.Н. Добрынина) [2, с 22]. Интерактивные формы обучения рассматриваются следующим образом: "интерактивными называется группа обучающих форм, в которых социальные взаимодействия рассматриваются как важнейший образовательный ресурс, позволяющий интенсифицировать процесс обучения. К интерактивным формам относят те, которые строятся на психологических механизмах усиления влияния группы на процесс освоения каждым участником опыта взаимодействия и взаимообучения" (Т.Л. Чепель) [4, с. 96].

Кроме того, применение на уроках информатики интерактивных форм обучения обусловлено потребностями учащихся. Как показали проведенные нами исследования, в своем большинстве современные школьники получают информацию, используя сеть Интернет. Общение с одноклассниками является нерешенной проблемой для современных школьников. Уровень игровой деятельности с возрастом снижается, а уровень общения в соцсетях – повышается. Практически все ученики (97%) любят работать на уроках информатики в группах. Поскольку в информировании и коммуникации школьников важную роль играют мультимедийные средства, развитие коммуникативного опыта школьников – одна из ключевых задач уроков информатики. Вместе с тем, интерактивные формы обучения учителями информатики используются недостаточно, преимущественно на этапе закрепления и в домашней работе. Учителя используют: групповую работу над презентациями, проекты; в то же время, мозговой штурм, кроссворды и пазлы на уроках информатики применяют менее 40% учителей, а кейс-технологии, баскет-метод, дидактические игры практически не используются в обучении информатике.

Методика применения интерактивных форм обучения на уроках информатики разнообразна. Вместе с тем, выделяются следующие условия эффективности применения интерактивных форм обучения на уроках информатики:

- интерактивные формы обучения информатике на уроке должны соответствовать целям и задачам урока, его структуре и процессу обучения информатике в целом;
- уроки должны быть проблемными по содержанию и проведению, и, одновременно, гибкими по структуре, предоставлять возможность учителю вносить коррективы по ходу занятий;
- должны быть установлены доверительные отношения между

учителем и учащимися класса, атмосфера сотрудничества;

– необходима опора на личный опыт школьников; использование интерактивных форм должно быть подготовлено;

– интерактивные формы работы должны применяться на уроках информатики в системе;

– учитель должен иметь соответствующую компетентность в разработке и использовании интерактивных форм организации обучения информатике и др.

Интерактивные формы пробуждают у школьников интерес к урокам информатики и поощряют активное участие каждого в учебном процессе; способствуют эффективному усвоению учебного материала по информатике; способствуют решению не только дидактических, но и воспитательных и развивающих задач.[1,с.65]

Использованные источники:

1. Борисова, Н.В. Методика выбора форм и методов активного обучения (теоретическая модель) / Н.В.Борисова – М.: Просвещение, 1991. – 144 с.
2. Добрынина, Т.Н. Интерактивное обучение в системе высшего образования: монография / Т.Н.Добрынина. – Новосибирск: Изд. НГПУ, 2008. – 183 с.
3. Чепель, Т.Л. Психологические механизмы интенсивного педагогического образования / Т.Л.Чепель // Педагог. – 2002. – №1-2. – с. 93-99.

Величко Ю.Ю.

студент 3 курса

филиал Брянского Государственного

Университета им. ак. И.Г. Петровского

Россия, г. Новозыбков

МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЕ

Аннотация. Сегодня главная цель средней общеобразовательной школы способствовать умственному, нравственному, эмоциональному и физическому развитию личности используя различные для этого методы обучения.

Annotation: Today, the main goal of secondary school to promote intellectual, moral, emotional and physical development of a person using a variety of teaching methods for this.

Ключевые слова: Метод обучения, урок, цель.

Метод обучения является одним из главных компонентов процесса обучения. Если не применять различные методы, то нельзя будет реализовать цели и задачи обучения. Именно поэтому такое большое внимание исследователи уделяют выяснению, как их сущности, так и функциям.

Методы обучения — это сложное явление. Какими они будут, напрямую зависит от целей и задач обучения. Методы определяются, эффективностью приемов обучения и преподавания.

О важности методов обучения писал А.В. Луначарский: «От метода

преподавания зависит, будет ли оно возбуждать в ребенке скуку, будет ли преподавание скользить по поверхности детского мозга, не оставляя на нем почти никакого следа, или, наоборот, это преподавание будет восприниматься радостно, как часть детской игры, как часть детской жизни, сольется с психикой ребенка, станет его плотью и кровью. От метода преподавания зависит, будет ли класс смотреть на занятия как на каторгу и противопоставлять им свою детскую живость в виде шалостей и каверз или класс этот будет спаян единством интересной работы и проникнут благородной дружбой к своему руководителю. Незаметно методы преподавания переходят в методы воспитания. Одно и другое связано теснейшим образом. А воспитание еще более чем преподавание, должно базироваться на знании психологии ребенка, на живом усвоении новейших методов». (2, 126)

Вообще методом называется способ, или система приемов, с помощью которых достигается та или иная цель при выполнении определенной операции. Так что при определении сущности метода можно выявить два характерных его признака. Во-первых, признак целенаправленности действия, а во-вторых, признак его регуляции. Это так называемые стандартные характеристики метода вообще. Но есть и специфические, имеющие отношение лишь к методу обучения. К таковым, прежде всего, относятся:

- некие формы движения познавательной деятельности;
- какие-либо способы обмена информацией между учителями и учениками;
- стимулирование и мотивирование учебно-познавательной деятельности учеников;
- контроль за процессом обучения;
- управление познавательной деятельностью учеников;
- раскрытие содержания знания в учебном заведении.

Успех осуществления метода на практике и степень его эффективности напрямую зависят от усилий не только учителя, но и самого ученика.

Понятию метода обучени можно дать несколько определений.

Если подойти к определению с точки зрения логики, то метод обучения можно назвать логическим способом, который помогает овладеть определенными навыками, знаниями и умениями.

Согласно еще одной точки зрения, метод обучения — это способ организации и управления учебно-познавательной деятельностью.

Но каждое из этих определений характеризует лишь одну сторону метода обучения. Наиболее полно понятие было определено на научно-практической конференции в 1978 г. Согласно ей методами обучения называются «упорядоченные способы взаимосвязанной деятельности учителя и учащихся, направленные на достижение целей образования, воспитания и развития школьников».[1,142]

Логический подход к определению метода обучения был предложен

еще в дореволюционные годы. Позднее в защиту этого подхода выступал МЛ. Данилов. Он был твердо уверен в том, что метод обучения — это «применяемый учителем логический способ, посредством которого учащиеся сознательно усваивают знания и овладевают умениями и навыками». Однако многие исследователи не согласны с этой точкой зрения, справедливо утверждая, что должны учитываться и психические процессы у детей разного возраста. Именно поэтому для успешного достижения результатов обучения так важно воздействовать на развитие психической деятельности. (3, 115)

В рамках этого вопроса интересна и точка зрения Е.И. Петровского, который предлагал различать в методах обучения две категории — форму и содержание. Исходя из этого исследователь представлял метод обучения как «форму содержания обучения, соответствующую ближайшей дидактической цели, которую в данный момент обучения ставит учитель перед собой и учащимися». [4,123]

Для специальных и гуманитарных наук методы обучения будут различными. Так, например, в биологии обязательно должны присутствовать эксперименты, исследования и наблюдения. При преподавании истории неизменным условием должна быть работа со справочниками, газетами, журналами, составление схем, т.е. большая исследовательская деятельность, направленная на изучение исторических памятников. Без этой составляющей историю изучать невозможно. Изучая литературу, невозможно обойтись без глубокого анализа текста, исследования биографии самого писателя, исторической эпохи, в которой он жил.

Принято различать методы учения и преподавания. Методы обучения содержат не только способы, но и описание того, как организовывать обучающую деятельность. Метод обучения зависит:

- ✓ от цели урока
- ✓ от этапа урока
- ✓ от содержания обучения.
- ✓ от психических особенностей и возможностей учеников.
- ✓ от местных условий.
- ✓ от наличия учебных пособий

Выбор того или иного метода обучения определяется тем, какова цель обучения. Взять, к примеру, средневековое обучение. Основное его содержание состояло в чтении, заучивании и переводе текстов Библии и различных догм. Из-за этого у учащихся развивалась пассивность мыслей и действий. Современная дидактика напрочь отказалась от этого метода. Теперь от ученика требуется не бездумное заучивание огромных кусков текста, а творческое и сознательное изучение материала, а также умение его анализировать.

Но в целом то, каким должен быть метод обучения, решает сам учитель, исходя из таких правил, как степень наглядности, доступности и научности.

Использованные источники:

1. Глушко А.И. Компьютерный класс в школе. // Информатика и образование – 1994, №4.
2. Макаренко А.С. Педагогические сочинения / Педагогические сочинения. Том 8 / Сост. М.Д. Виноградова, А.А. Фролов. – М.: Педагогика, 1986. – 336 с.
3. Педагогика под ред. Ю. К. Бабанского. М., Просвещение, 1983.
4. Ушинский К.Д. Избр. Пед. Соч. – Т.П. – М., 1939. – 268 с.

Венгерова И.В.

магистр 2 курса

Кубанский государственный университет

Российская Федерация, г. Краснодар

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО ПОСРЕДНИЧЕСТВА

В статье рассматриваются основные направления развития финансового посредничества. Даются рекомендации направленные на повышение емкости рынка финансового посредничества. Аргументируется продажа небанковских финансовых услуг путем использования «кросс-продаж».

Ключевые слова: финансовое посредничество, финансовый рынок, капитализация, участники финансовых рынков.

Значение системы финансовых посредников на финансовом рынке достаточно велико. Они обеспечивают стабильное финансирование важнейших общественных нужд, экономят существенные средства, связанные с поисками денежного капитала активными субъектами экономической деятельности. Деятельность финансовых посредников выгодна как для собственников сбережений, так и для пользователей, получивших доступ к денежному капиталу.

Для экономик развитых стран характерно повышение роли финансовых посредников. Так, на рынке ценных бумаг США институциональные инвесторы контролируют 70% оборота Нью-Йоркской фондовой биржи. Следует отметить, что в международной практике понимание институтов финансового посредничества более широкое, чем в России. Так, согласно классификатору Центробанка России к финансовому посредничеству относится деятельность, связанная с получением и перераспределением финансовых средств, кроме средств, предназначенных для целей страхования или обязательного социального обеспечения, управления имуществом, находящимся в государственной собственности. Это значительно сужает не только типологизацию российских институтов финансового посредничества, лишая их важных институциональных инвесторов, но и предметную область исследования.

Ключевой проблемой российского рынка небанковских финансовых услуг является его низкая емкость, выражаемая в суммах потенциальных доходов от оказания финансовых услуг и ожидаемой капитализации

компаний отрасли. Не помогут решить данную проблему и меры ЦБ РФ по существенному повышению минимальной стоимости собственных средств, вводимые с 1 июля 2015 года. Даже если собственникам компаний удастся повысить их капитализацию, при действующем сценарии развития финансовых услуг они не получат позитивной отдачи на вложенные средства. Низкая емкость рынка финансовых услуг – источник повышенных рисков для инвесторов, брокеров и регуляторов.

В первые десятилетия после перехода к рынку сдерживающим элементом в развитии финансового посредничества выступало отсутствие хозяйственных связей между «осколками» постсоветского промышленного сектора и новыми финансовыми институтами, что подробно описано в статье Л.В. Гудаковой и И.В. Рындиной «Эволюция системного поведения финансовых институтов в условиях трансформации финансово-кредитных отношений (1986-2006 г.г.)» [1].

Развитие финансового посредничества следует начинать с изучения зарубежного опыта и его адаптации к российской экономической действительности.

В ряде работ А.В. Пенюгаловой и А.Н. Аипова говорится о важности использования зарубежного опыта для текущего и перспективного развития финансовых посредников, в особенности таких как сектор коллективных инвестиций, хедж-фонды, паевые инвестиционные фонды и др. [2,3,4].

Сложившаяся структура доходов от оказания услуг индивидуальным инвесторам мотивирует брокеров и управляющих компаний на стимулирование повышенной операционной активности клиентов, которая часто сопряжена с потерями для неискушенных инвесторов и нанесением непоправимого ущерба их психике. Но, главное, низкий внутренний спрос и низкая отдача от капитала, вложенного в отрасль, приведет к тому, что финансовые услуги российских посредников будут низкокачественными. По причине низкой емкости внутреннего финансового рынка, особенно сегмента небанковских услуг, для индивидуальных инвесторов особым образом будут развиваться модели бизнеса посредников. В нынешней ситуации брокерские и управляющие компании, сталкиваются с наибольшими трудностями в части слабой доходной базы. Развитие розничного направления бизнеса требует значительных вложений на IT, рекламу и маркетинг, содержание региональных структур, инфраструктуру, которые оправдаются лишь в том случае, если будет привлечено достаточное число клиентов. При низкой емкости рынка более эффективными являются стратегии обслуживания клиентов банками, когда небанковские финансовые услуги продаются с помощью «кросс-продаж», то есть в нагрузку к основным банковским продуктам.

В России резкое повышение требований к капиталу российских брокеров может вообще поставить под угрозу существование «нишевых» брокеров, что отрицательно скажется на инновациях в отрасли. Стратегии финансовых компаний и политика регулятора рынка в отношении новых

продуктов и услуг должны предусматривать постепенную переориентацию доходной базы брокеров на доходы, привязанные к стоимости активов клиентов.

Поэтому, на наш взгляд, повышение емкости рынка финансового посредничества следует осуществлять следующим образом:

1) Во-первых, развитие системы частного пенсионного обеспечения. Необходимо дать гражданам возможность открывать индивидуальные пенсионные счета не только у управляющих компаний, но и напрямую у брокеров в случае, если гражданин готов будет принять на себя ответственность за рыночные риски инвестирования учитываемых на его счете пенсионных накоплений. Опыт проведения подобной реформы пенсионного обеспечения в США в 1980-х годах принес позитивные результаты.

2) Во-вторых, потенциал создания крупных по капитализации финансовых посредников может способствовать выходу российских компаний на обслуживание клиентов на зарубежных рынках. Первые подобные достижения есть в компаниях «Открытие», «Сбербанк капитал», «Ренессанс Капитал» и у других.

3) В-третьих, для того, чтобы экспортная экспансия финансовых услуг российских компаний стала на поток, необходимо применение методов продвижения инноваций, которые используются в разных отраслях в таких странах, как Чили, Сингапур, Израиль и другие. Суть их в том, что при партнерстве с государственными структурами участники рынка совместно находят незанятые ниши и цепочки стоимости на зарубежных рынках и применяют согласованную стратегию продвижения на эти рынки. Например, в последние годы Китай, включая его материковую часть, стал одним из международных финансовых центров, где осуществляют деятельность глобальные хедж-фонды, специализирующиеся на инвестициях в страны Юго-Восточной Азии.

4) Сделать финансовый рынок более инновационным для инвесторов. Одна из причин кризиса в отрасли состоит в том, что здесь не применяются новые сервисы и технологии, помогающие сделать рынок привлекательным для инвесторов. На новый уровень должен быть выведен процесс раскрытия информации о ПИФах и управляющих компаниях. В России нужны информационные системы о коллективных инвестициях, использующие опыт и технологии признанных лидеров в этой области, таких как информационное агентство Morningstar (США).

5) Особого внимания заслуживает вопрос о стимулировании сделок слияния – поглощения финансовых компаний, их выхода на IPO. Первым шагом для этого может стать введение правила об обязательном составлении всеми брокерами и управляющими компаниями консолидированной финансовой отчетности по МСФО и ежеквартальном раскрытии этой информации рынку.

6) Необходимо ввести требование о ежеквартальном раскрытии

финансовыми компаниями ключевой операционной статистики – численности клиентов, стоимости их активов на брокерских счетах и в доверительном управлении, количестве торговых операций. Публичность указанной информации о брокерах важна с точки зрения ускорения процессов сбора и обработки маркетинговой информации.

В целом вышеперечисленные меры будут способствовать повышению емкости и качественной прозрачной рынка финансового посредничества в Российской Федерации.

Использованные источники:

1. Гудакова Л.В., Рындина И.В. Эволюция системного поведения финансовых институтов в условиях трансформации финансово-кредитных отношений (1986-2006 г.г.) // Финансы и кредит. 2009. № 24. С. 16-24.
2. Пенюгалова А.В., Аипов А.Н. Зарубежный и российский опыт функционирования паевых инвестиционных фондов // Финансы и кредит. 2010. № 20. С. 13-17.
3. Пенюгалова А.В., Аипов А.Н. Хедж-фонды как инструмент коллективного инвестирования в России // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2011. № 5. С. 8-13.
4. Пенюгалова А.В., Аипов А.Н. Рынок российских коллективных инвестиций в условиях снижения темпов развития национальной экономики // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2014. № 24. С. 18-22.

Вечко О.Ю.

магистрант 1 года обучения

Вильданова Г.Б., доктор философских наук

научный руководитель, профессор

ФГБОУ ВПО БашГУ

Россия, г. Уфа

ФИЛОСОФСКИЕ ЦЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ

Статья посвящена рассмотрению роли философских ценностей в социальной работе. Анализируется значение ценностей в практике социальной работы, изучаются уровни философских ценностей социальной работы. Также в статье рассматриваются особенности мировоззрения специалиста по социальной работе, выявляются его характерные черты.

The paper examines the role of philosophical values in social work. Examines the importance of values in the practice of social work, examines the levels of philosophical values of social work. The paper also discusses the nature of philosophy specialist in social work, identifies its characteristic features.

Ключевые слова: философские ценности, мировоззрение, философия, социальная работа, гуманизм.

Key words: philosophical values, worldview, philosophy, social work, humanism.

Социальная работа, являясь относительно молодой профессией, имеет

глубокие исторические корни, поскольку социальная помощь и поддержка нуждающимся существовала в обществе всегда. Именно сострадание к ближнему, оказание поддержки и помощи нуждающимся являются стержнем современной социальной работы. Огромный исторический путь, пройденный данной профессией, до момента её общественного признания, позволил социальной работе выработать четкую структуру ценностей.

В общем смысле, под системой ценностей принято понимать общественно одобряемые поведенческие стандарты. На основании ценностей вырабатываются нормы общественного поведения, то есть происходит формирование социальных норм. К наиболее важным ценностям социальной работы относятся: свобода, равенство, справедливость, гуманность. Данные ценности имеют философский характер, иначе говоря, они универсальны, применимы ко всему человеческому сообществу, но в социальной работе они занимают особое место, поскольку в ходе осуществления своей профессиональной деятельности специалисты социальной работы не только руководствуются этими ценностями, но и стремятся к их достижению.

Философия социальной работы представляет собой идеологическую основу профессии, которая сформировалась во время процесса её исторического развития и становления. Философские ценности социальной работы, особенно, такие как гуманизм и основанная на нём социальная помощь, являются мощными рычагами развития и становления человеческого сообщества. Подтверждением тому служит тот факт, что с момента возникновения социальной помощи и сострадания ближнему, прекращения инфантицида и истребления старых и немощных людей, человечество окрепло и совершило мощный рывок в своем развитии.

Деятельность социального работника связана с человеком, регулированием взаимоотношений людей с окружающим их внешним миром, то есть социальная работа направлена на совершенствование человеческих отношений. Философские ценности в этом случае играют ключевую роль, поскольку определяют не только отношение человека к другим людям, но также формируют его представление о самом себе, своей роли в обществе и о смысле своего существования. Особое значение в связи с этим приобретает такая философская ценность как гуманизм. Данное понятие является духовно нравственным измерением социальной работы и её основным философским смыслом.

Помимо базовых ценностей в социальной работе, роль философии в профессиональной деятельности специалиста заключается в том, что философия способствует выработке такой привычки как рефлексия и саморефлексия, иными словами, философия позволяет специалисту оценить свои действия со стороны и проанализировать различные аспекты современной жизни. Способность к рефлексии и саморефлексии необходима для каждой профессии коммуникативного характера, особенно для социальной работы, поскольку специалисты в своей деятельности сталкиваются с людьми, ущемлёнными в социальных и гражданских правах,

а зачастую и личностно-деформированными. Философия предоставляет специалисту логический инструментарий для правильной оценки окружающего мира и места человека в нем [1; с.32]. Иными словами, философия играет ключевую роль в социальной работе путём формирования человеческого мировоззрения.

Мировоззрение представляет собой систему взглядов на мир в целом и на место человека в нем. Специалисты по социальной работе не могут эффективно выполнять свою работу и решать поставленные перед ними задачи без четкого взгляда на окружающую реальность. Поскольку социальная работа является профессией, нацеленной на индивида, это ориентирует её на субъективные черты человеческого мировоззрения. Несмотря на то, что знания и убеждения человека базируются, в основном, на некоторых общепринятых нормах и принципах, индивид воспринимает их не буквально, а в некотором преобразованном виде, чему способствует мировоззрение. У большинства людей мировоззрение формируется стихийно, на основе жизненного опыта и различных событий, такое мировоззрение принято называть житейской философией. Оно ограничено пределами обыденного знания, но несмотря на ограниченность помогает человеку ориентироваться в повседневной жизни.

Мировоззрение индивида зависит не только от жизненного опыта, оно формируется под воздействием определенной исторической эпохи и трансформируется вместе с ней. Особенно ярким примером трансформации мировоззрения является современная Россия, в которой на смену коллективизму, как основе общественного мировоззрения. Пришёл индивидуализм.

Философские ценности в социальной работе как профессии можно рассматривать на трёх различных уровнях: макроуровне, мезоуровне и микроуровне.

Макроуровень включает в себя ценности, присущие всему человеческому сообществу в целом. Здесь общефилософские ценности выступают в качестве глобальных цивилизационных целей и задач. К числу таких ценностей относятся: свобода, равенство, справедливость, отсутствие дискриминации и т.д.

На мезоуровне представлены ценности, которые способствуют эффективному осуществлению специалистом своих профессиональных обязанностей, к их числу относятся: стремление к социальным изменениям и преимущество индивида перед сообществом.

Микроуровень философских ценностей социальной работы представляют собой ценности-качества специалиста, к числу которых относится эмпатия, уважение личности клиента, гуманизм и т.д.

Ценности являются важнейшим компонентом человеческой культуры, философские ценности представляют собой универсальные общечеловеческие ценности, которые сохраняют свою значимость, несмотря на исторические эпохи и трансформацию общества.

Философские ценности социальной работы отражают сущность и содержание профессии, служат ориентиром для её совершенствования и образуют своеобразную систему, где реализуются этические правила и принципы профессии, формируются и проявляются её идеалы и стремления.

Философия ценностей в социальной работе связана со спецификой деятельности специалиста и направлена на выработку ценностных ориентаций специалиста, а также на построение эффективной модели мировоззрения клиента, с целью его продуктивного функционирования в социуме.

Использованные источники:

1. Вильданова Г.Б. О важности мировоззренческих вопросов в социальной работе // // Всероссийская научно-практическая конференция. Актуальные проблемы социогуманитарного знания: Сборник научных трудов преподавателей кафедры социальной работы БашГУ. Вып. X/ отв.ред. Б.Г. Акчурин. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. – С. 29-35

*Видяпин В.А.
магистрант*

*Высшая школа брендинга (ВШБ, г. Москва)
АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»*

Россия, г. Москва

АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ И СИСТЕМ ПРОЕКТИРОВАНИЯ БРЕНДА В СОВРЕМЕННЫХ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

В статье исследуется состояние современного бизнеса в России. Проводится сравнительный анализ существующих методик и систем проектирования бренда. Целью данного исследования автор видит повышение эффективности и оптимизация методов проектирования и управления брендом отвечающих современным экономическим условиям.

Ключевые слова: брендинг, методика проектирования бренда, экономический кризис, стратегический маркетинг, бренд платформа.

In article the condition of modern business in Russia is investigated. The comparative analysis of the existing techniques and systems of design of a brand is carried out. An objective of this research the author sees increase of efficiency and optimization of methods of design and the management of a brand answering to modern economic conditions.

Keywords: branding, technique of design of a brand, economic crisis, strategic marketing, brand platform.

Экономическая ситуация в России сегодня характеризуется заметным падением уровня жизни, достаточно очевидной угрозой входа экономики в новую рецессию, а так же набирающий обороты рост бедности экономически активного населения. На лицо заметный факт снижения спроса и покупательской способности. Дополнительным фактором снижения спроса

выступает высокий уровень закредитованности населения. Под давлением инфляции население пересматривает свое потребление. Некоторые секторы экономики ощутят на себе существенное падение потребительского спроса: сократится спрос на автомобили, одежду и обувь, косметику, платное здравоохранение и образование. Люди со средними и низкими доходами будут переориентироваться на более дешевое продовольствие. Негативный эффект от падения цен на нефть выражается в сжатии инвестиционных программ энергетических компаний, снижение нефтегазовых доходов. Все эти негативные факторы привели к рекордному падению потребительского спроса в 2015 году, который по итогам года составит почти 10% при снижении на 5,1% в 2009 году. Прогнозы финансовых аналитиков говорят о продолжении рецессии в экономике России в 2015, и в 2016 году. При наиболее вероятном диапазоне изменения цен на нефть (*\$30-50 за баррель*) не только не появятся условия для возобновления роста, но и маловероятна стабилизация экономики в нижней части делового цикла (*т.е. стагнация*).

Есть и позитивные моменты в сложившейся ситуации. Девальвация рубля делает отечественные товары более конкурентоспособными, что дает неплохой шанс отечественному бизнесу закрепиться на рынке постепенно замещая импортные товары. Нельзя не признать, что заметное расширение их сбыта на внутреннем рынке сдерживается сокращением реальных доходов населения, а экспорт - также ухудшением ситуации в экономиках торговых партнеров (*например, в странах СНГ*), либо необходимостью, помимо ценовых преимуществ, повышения качества, что трудно реализовать без доступа к современным технологиям и иностранным инвестициям.

Нельзя не отметить, что особенно болезненно отражается текущая экономическая ситуация на малом бизнесе в России. Во всех развитых с экономической точки зрения странах, малый бизнес – ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта (ВНП). На долю малого бизнеса приходится 60-70% ВНП.

В большинстве стран, таких как США, Япония, Германия, Франция, Великобритания, подавляющую долю – 99,3-99,7% от количества предприятий составляют так называемые малые и средние предприятия. Они выделяются среди прочих по численности занятых (например, не более 500 человек) или размеру основного капитала. На них производится почти половина объема выпускаемой продукции. Как правило, такие предприятия дают 75–80% новых рабочих мест в отличие от крупных производств, где наблюдается сокращение занятости.

Развитие малого бизнеса имеет ряд преимуществ в сравнении с крупным производством, а именно: активизирует структурную перестройку экономики, предоставляет широкую свободу рыночного выбора и дополнительные рабочие места, обеспечивает быструю окупаемость затрат, оперативно реагирует на изменение потребительского спроса. Малый бизнес помогает насытить рынок товарами и услугами, преодолевать отраслевой и

территориальный монополизм, расширить конкуренцию.

Он обладает значительным потенциалом в сфере трудоустройства населения, вовлечения в производство резервов рабочей силы, которые не могут быть использованы в крупном производстве из-за его технологических и иных особенностей. Это пенсионеры, учащиеся, домохозяйки, инвалиды, а также лица, желающие трудиться после основного рабочего времени ради получения дополнительных легальных доходов.

Значение малого бизнеса в рыночной экономике, очень велико. Без малого бизнеса рыночная экономика ни функционировать, ни развиваться не в состоянии. Становление и развитие его является одной из основных проблем экономической политики в условиях перехода от административно-командной экономики к нормальной рыночной экономике. Малый бизнес в рыночной экономике – ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта. Малое предпринимательство, оперативно реагируя на изменение конъюнктуры рынка, придает рыночной экономике необходимую гибкость.

В России малое предпринимательство как особый сектор рыночной экономики еще не сформировался, а значит, фактически не используется его потенциал. По закону, малые предприятия могут создаваться на основе любых форм собственности и осуществлять все виды хозяйственной деятельности, если они не запрещены законом.

Недостатки правительственной программы, тормозят развитие малого бизнеса. Например, непродуманная система налогообложения, забирающая львиную долю прибыли, в результате чего, предприятия становятся на грань банкротства независимо от их народнохозяйственной значимости. Высокие налоги, всевозрастающая арендная плата за помещение и оборудование, отсутствие фондового рискованного капитала – все это затрудняет продолжение эффективной деятельности и вынуждает направлять основные усилия не на расширение производства, а на борьбу за выживание.

Достаточно остро стоит проблема формирования финансовой базы становления и развития малого бизнеса. Для этого ему должны быть предоставлены определенные льготы. Это могут быть льготы по налогообложению. Но проводимая в нашей стране налоговая политика не только не эффективна, но экономически опасна. Неоправданно высокое налогообложение «убивает» в России малое предпринимательство. Общее направление совершенствования налоговой системы – усиление регулирующей функции налогов, направленной на стимулирование малого бизнеса. Надо освободить малые предприятия от налогов на инвестиции, ввозимые технологии. Совершенно очевидна необходимость дифференцированного налогового подхода к предприятиям разного профиля деятельности. Более низкие ставки налогов должны применяться для наиболее важных, приоритетных отраслей.

На сегодняшний момент Российская экономика, как и бизнес в целом пребывают в состоянии неопределённости после адаптации к внешнему шоку,

связанной с неясностью относительно перспектив изменения внешнеэкономической конъюнктуры. Падение может продлиться, если последнее снижение цен на нефть окажется устойчивым. Если же цены на нефть в следующем году вернуться ближе к диапазону \$50-60 за баррель, то ожидается некоторая макроэкономическая стабилизация с окончанием рецессии. Экономисты пока не видят каких-то позитивных перспектив по этому поводу в среднесрочной перспективе. Выход экономики России даже на темпы роста 1-2% в год в перспективе не ранее 2018 – 2019 годов.

В российском бизнесе постепенно приходит понимание того, что бренд технологии – это важный инструмент бизнеса, способный увеличивать, ускорять и снижать риски денежных потоков компании в средне и долгосрочном плане. Российский рынок, особенно в современных непростых экономических условиях не прощает ошибок, профессионализм и инновации актуальны, как никогда. Основной ценностью потребителей стала полезность, покупатель сегодня все более требовательный, за которого снова нужно бороться. От каждого потраченного рубля отечественный покупатель ждет теперь большей пользы, поэтому сильно удивляется, когда не видит в магазине никаких скидок и специальных предложений. Автомобиль покупается не как раньше, чтобы удивить знакомых, а по потребностям, чтобы вмещал семью и сэкономил бензин. Посетитель ресторана в своем меню заменил деликатесы на сытную пищу. В своих обещаниях бренд должен все это учитывать. Новые рыночные условия диктуют свои правила - или совершенство, или провал. Самое время заняться капитальной перестройкой бренда.

Инвестиции в бренд технологии имеют определенный смысл и оправданы, если представлены в виде разработанной системы показателей эффективности. Без инвестиции в бренд выжить на высоко конкурентном рынке сейчас трудно или невозможно, многие бренды обречены на вымирание. В условиях неизбежного сокращения бюджетов, цена ошибки возрастает, поэтому возрастают требования к эффективности работы менеджеров. Новые навыки и знания выступают как реальные рабочие инструменты. В каждой стране бренд-технологии имеют свои особенности, в первую очередь – из-за разных по типу целевых аудиторий. То, что хорошо работает во Франции, может провалиться в России, решения, которые дают прекрасный результат в России – могут не сработать в Германии или Китае. Поэтому целесообразно все идеи, концепции, рекламные кампании необходимо тестировать на собственной целевой аудитории. «Брендировать» что-то означает сделать это более ценным. Брендинг добавляет ценность. Именно в этом всегда заключалась суть брендинга, и сейчас это еще более верно, чем когда-либо.

На сегодняшний день существуют достаточное количество определений самого понятия бренда, его сути, и методик проектирования, которые можно разбить на три большие группы в зависимости от степени «*виртуализации*» самого понятия. Одна группа определений делают акцент на продукте или

услуге, предметной осязаемой «материальной» стороне вопроса. Другая группа определений, которые фокусируются на «виртуальной» стороне товаров и услуг. Для такого рода определений сами товары/услуги, их качество, потребительские свойства, удобство и опыт использования носят примерный характер, и главное заключается в том, чтобы потребитель испытывал определенные чувства, которые снова и снова стимулируют потребление бренда, другими словами носит сенситивный характер. В третьей группе будет находиться комбинированные определения, которые стараются сочетать в себе вышеназванные характеристики товара или услуги.

Современное толкование понятия «бренд» включает все ассоциации потребителя, возникающие в связи с товаром в результате приобретения собственного опыта, одобрения общественности и советов окружающих. Сознание потребителя формирует образ, объединяющий различные характеристики бренда, связанные с его названием, символом, упаковкой, рекламным персонажем, мелодией, организацией коммуникаций в месте продажи, опытом предыдущих покупок и степенью удовлетворения качеством товара, а также чувствами и эмоциями, вызываемыми рекламными слоганами. Именно такую расширенную формулировку для определения понятия «бренд» предлагает Американская маркетинговая ассоциация.

«Бренд — это имя, термин, знак, символ, дизайн или их комбинация, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного производителя или группы производителей, а также отличия их товаров и услуг от товаров и услуг конкурентов».

В отличие от продуктов бренды не создаются в производстве, они формируются и существуют в сознании потребителей, обеспечивая эмоциональную связь между их восприятием и функциональностью продукта. Бренд – это набор реальных и виртуальных мнений, выраженных в торговой марке, который, если им правильно управлять, создает влияние и стоимость. Более современная трактовка определения понятия бренда и брендинга в целом, как процесса, принадлежит специалистам брендингового агентства «Lineberger», звучит она следующим образом:

«Брендинг – это процесс управления сознанием и поведением целевой аудитории, путем замещения стимулов символами» (А. Муразанов, О. Клетиков).

Развитие современных технологий и методов исследования психологических реакции человека и рефлексов вывели методики анализа и проектирования бренда на качественно другой уровень. Новые методики позволяют максимально близко подходить к вопросам классификации целевых групп потребителей и механизмов формирования предпочтений при выборе товаров и услуг. Сегодня особенности потребительского поведения можно определить, на биохимическом уровне, на основе психографического профиля человека.

Как и понятий о брендинге существует достаточное количество методик разработки и проектирования бренда. По сути каждое уважающее себя и

признанное брендинговое агентство имеет свою собственную модель и методологию разработки бренда, адаптированную под определенные условия, географию и другие влияющие на эффективность конечного результата факторы.

Пожалуй, одной из самых знаменитых и популярных систем оценки и проектирования бренда является работа авторитетного специалиста в области брендинга Томаса Гэда, автора бестселлера «*4D-брендинг*», *Взламывая корпоративный код сетевой экономики*. Материал которого по сути стал теоретической базой для большинства разработанных современных методик проектирования бренда. Томас Гэд закладывает основы понимания того, как бренды действуют в реальности, и предлагает менеджерам несложные инструменты, которые работают. Его идеи и методы отлично себя зарекомендовали и эффективно работают, независимо от того, в какой сфере бизнеса их применяю.

Базовая модель бренда Т. Гэда основывается на так называемом мыслительном поле бренда, находящемся в системе координат, характеризующихся как: функциональное, социальное и духовное и ментальное измерения. Чтобы осознать сильные и слабые стороны бренда, он разработал четырехмерную модель построения бренда.

Исходную программу, с помощью которой создается бренд, Томас Гэд называет *Бренд-кодом*. В сетевой экономике *Бренд-код* равнозначен ДНК бизнеса. *Бренд-код* определяет основные характеристики бизнеса: как он выглядит, как себя чувствует, как себя ведет. Не просто, что это такое, но и кто это, что делает его уникальным. Основная роль менеджмента компании заключается в том, чтобы определить *Бренд-код* и затем использовать его для будущего развития бизнеса.

Бренд код включает в себя такие составляющие, как: сам продукт, (*что является выгодой для потребителей?*), позиционирование (*чем наш бренд лучше других и что его отличает?*), стиль (*что характеризует бренд с точки зрения стиля, вид, тональность и тд?*), миссия (*роль бренда в обществе и выгоды для общества*), видение (*как бренд будет выглядеть через 10 лет?*), ценности (*что создает доверие к бренду?*). На основе всех этих положений формируется основное сообщение или суть бренда.

Не менее популярной системой построения идентичности бренда является так называемое «*Колесо бренда*» (*Brand-wheel*) разработанное британской компанией Bates Worldwide. Модель успешно используется в практике ведущих компаний и корпораций мира - 3M, Whiskey, Kit-e-Kat, Smirnoff, Zanussi, IBM и др. В соответствии с данной моделью бренд можно представить в виде набора окружностей, каждая из которых представляет отдельный элемент бренда.

«*Колесо бренда*» включает в себя: атрибуты (*что есть бренд?*), выгоды (*каковы результаты использования бренда?*), ценности (*какие эмоции вызывает использование бренда?*), личность (*кто такой бренд?*), суть бренда (*предложение потребителю*).

Анализируя существующие методики и системы определения сути брендинга, его структуры, определенно можно сказать, что речь идет о похожих процессах и приемах проектирования бренда. Между собой эти методики отличаются глубиной проработки и детализацией материала, а также формулировками и терминологией описывающими базовые принципы на основе которых строится позиционирующая платформа бренда. Нам кажется, что более универсальным будет определение, рассматривающее в равной степени значимости как предметные аспекты, так и чувствительные. Мы допускаем, что для разных маркетинговых задач и областей, целесообразней и удобней использовать более подходящие подходы и методики бренд-проектирования.

Отличие любой технологии, в том числе и гуманитарной, от различного рода спонтанных действий заключается в наличии отдельных технологических звеньев, последовательное выполнение которых должно привести к конкретному результату. При всех оговорках о научности и точности можно сказать, что теория и практика брендинга наработали определённое количество приёмов, которые уже сегодня показывают, что брендинг является неотъемлемой частью успешного бизнеса. При всём многообразии подходов и конкретных методик сложилось некоторое ядро решений, обоснованных как с теоретической, так и с практической стороны, которые обязаны знать будущие специалисты в этой области.

У одних разработчиков архитектура более развернута и структурирована, у других система проектирования более простая для восприятия. Везде есть свои преимущества и логичные обоснования. Если проанализировать большинство существующих и функционирующих систем, можно выделить базовые этапы и принципы проектирования бренда, такие как: *Аналитический этап; Этап проектирования бренда; Этап внедрения и управления брендом; Этап оценки эффективности.*

Аналитический этап включает в себя разнообразные способы и методы анализа ситуации на рынке, которые позволяют определить наиболее актуальные проблемы и направления развития. К таким методам относятся: SWOT-анализ, анализ конкурентов, конъюнктурный анализ, коммуникационный аудит, сегментирование и определение целевых аудиторий, оценка капитала бренда (*если он уже существует*) и другие маркетинговые и социологические исследования.

Этап проектирования бренда состоит из таких элементов, как стратегия позиционирования и архитектура бренда, разработка коммуникационной платформы бренда, определение вербальной и визуальной идентичности бренда, бренд-метафора, нейминг, символика, торговый знак, логотип бренда, разработка фирменного стиля и системы дизайна, описание атрибутов, создание фирменных констант, бренд-бука, гайд-лайна и т.п.

Внедрение и управление брендом заключается в использовании бренда во всём комплексе коммуникаций (*как внешних, так и внутренних*) Определение носителей и каналов коммуникаций. Организация процессов

внедрения с наибольшей эффективностью, а также корректирование коммуникационной компании в случае недостаточно высокой реакции целевых аудиторий, сопровождение и авторский надзор.

Наконец, последний *этап оценки эффективности* включает в себя оценку капитала бренда, которая может выражаться как в денежных единицах, так и других формах.

Очевидно, что разделение этапов и приёмов иногда может носить исключительно аналитический характер. Дело в том, что многие компании уже располагают некоторым количеством брендов или одним, который обязан подвергаться некоторой модификации для того, чтобы соответствовать реалиям современной жизни. Именно поэтому некоторые бренды умудряются сохранять свежесть и молодость на протяжении столетий, а другие, вовремя не осуществившие комплексного анализа ситуации и не внесшие коррективы в программу развития бренда, оказались забытыми и прекратили своё существование.

Использованные источники:

1. Аакер Д.А. Стратегия управления портфелем брендов. М.: Эксмо, 2008. – 320 с.
2. Аакер Д.А., Йохимштайлер Э. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга. М.: Гребенников, 2003. – 380 с.
3. Гладуэлл М. Переломный момент. Как незначительные изменения приводят к глобальным переменам. М.: Альпина Паблишер, 2015. – 256 с.
4. Годин А.М. Брендинг: Учебное пособие М.: Дашков и К, 2013. – 183 с.
5. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Системный бренд-менеджмент: учебник. М.: Юнити-Дана, 2012. – 655 с.
6. Гэд Т. 4D брендинг. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 432 с.
7. Дубровин И.А. Маркетинговые коммуникации: Учебник. М.: Дашков и К, 2012. – 578 с.
8. Йохимштайлер Э., Аакер Д.А., Куэлч Д., Хардинг Д., Марука Р.Ф., Кенни Д., Вишванат В., Дж. Бренд-менеджмент. Harvard Business Review on Brand Management. М.: ЮнайтедПресс, 2014. – 192 с.
9. Карпова С. В. Брендинг. М.: КноРус, 2008 г.
10. Лейни Т. А., Семенова Е. А., Шилина С. А. Бренд-менеджмент. М. Научная Книга, 2008

Видяшева И.А.

студент 3 курса

факультет «Государственное и муниципальное управление»

Оренбургский государственный университет

Россия, г. Оренбург

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье анализируется инвестиционный климат Оренбургской области. Рассматривается структура инвестиций в экономику

Оренбургской области по видам основных фондов. Выявлены основные проблемы по состоянию инвестиционного климата и предложены мероприятия по их устранению.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционный климат, инвестиционные риски, экономика Оренбургской области.

In article the investment climate of the Orenburg region is analyzed. The structure of investments into economy of the Orenburg region by types of fixed assets is considered. The main problems on a condition of the investment climate are revealed and actions for their elimination are offered.

Keywords: investments, investment climate, investment risks, economy of the Orenburg region.

Инвестиции являются важнейшим элементом рыночной экономики. Именно они способствуют созданию благоприятствующей экономической, социальной, а зачастую и политической среды.

Под инвестиционным климатом региона обычно понимают интегральный показатель, характеризующийся совокупностью экономических, организационных, социальных, правовых, социокультурных и политических факторов, которые создают предпосылки для инвестирования в хозяйственную систему региона.

В таблице 1 показан рейтинг регионов ПФО по объему инвестиций в основной капитал.

Таблица 1. Рейтинг регионов ПФО по объему инвестиций в основной капитал (миллион рублей, значение показателя за 2014 год)

Регион	2014
Республика Татарстан	268646.5
Республика Башкортостан	207132.3
Нижегородская область	195642.4
Пермский край	152388.7
Самарская область	145805.1
Оренбургская область	103201.5

Оренбургская область занимает шестое место по объёму инвестиций в основной капитал среди регионов ПФО, значительно отставая от лидера-Республики Татарстан. В структуре инвестиций в основной капитал по видам основных фондов значительную долю составляют инвестиции в машины, оборудование, транспортные средства, производственный и хозяйственный инвентарь- 37,7% (таблица 2). Данный показатель на протяжении долгого периода времени имел тенденцию к росту, нарушив её лишь в 2014 году, когда данная статья вложения инвестиций незначительно снизилась [1].

Таблица 2 – Структура инвестиций в экономику Оренбургской области по видам основных фондов

Годы	Инвестиции в основной капитал- всего	в том числе по видам основных фондов			
		жилища	здания (кроме жилых) и сооружения	машины, оборудование, транспортные средства, производственный и хозяйственный инвентарь	прочие
Миллионов рублей (в фактически действовавших ценах)					
2012	116657,7	11074,1	35103,6	48832,6	21647,4
2013	151250,2	13944,7	51590,3	58290,5	27424,7
2014	152876,9	17045,8	50617,8	57677,4	27535,9

Незначительно меньшую долю в структуре инвестиций в экономику Оренбургской области составили в 2014 году вложения в здания и сооружения- 33,1%. Причём также, как и с инвестициями в машины и оборудование, в 2014 году произошло незначительное снижение инвестирования в данную область.

Тенденция к увеличению инвестирования наблюдается в области вложения в строительство жилья: в период 2012-2014 гг. произошло увеличение инвестирования на 54%. Связано это, прежде всего, с реализацией областной целевой программы «Обеспечение жильем молодых семей в Оренбургской области на 2011–2015 годы». Объемы предложения на рынке жилья ежегодно возрастают, в том числе за счет достройки приостановленных ранее объектов, роста ввода объектов незавершенного строительства [5].

В 2014 году в экономическую сферу Оренбургской области поступило 335158 тыс. долларов США, что составляет 82,5% к уровню 2013 года и 56,9% к уровню 2012 года (таблица 3).

Таблица 3. Структура инвестиций в основной капитал Оренбургской области по формам собственности

Параметр	Годы					
	2012		2013		2014	
	млн. руб.	в % к итогу	млн. руб.	в % к итогу	млн. руб.	в % к итогу
Инвестиции в основной капитал – всего	116657,7	100	151250,2	100	152876,9	100
Российские инвестиции	105933,3	90,8	140871,1	93,1	139881,6	91,7
Иностранные инвестиции	5251,8	4,5	5718,3	3,8	8320,9	5,4
Совместные российские и иностранные	5472,6	4,7	4660,8	3,1	4370,1	2,9

Таким образом, можно утверждать об устойчивой тенденции к снижению поступления в экономику региона инвестиций из-за рубежа. Этому явлению можно найти несколько объяснений. Во-первых, тенденция к снижению поступлений иностранного капитала в экономику Оренбургской области укладывается в общероссийскую тенденцию к увеличению чистого оттока капитала из страны, который в свою очередь объясняется нестабильной политической и экономической обстановкой в мире, связанной с событиями на Украине, санкциями в отношении РФ, падением цен на нефть и т.д.

В 2013 году показатель чистого оттока капитала из России увеличился на 7 процентов. В 2014 году тенденция продолжилась, и данный показатель составляет 250% к уровню 2013 года. Данная тенденция сохранилась и в 2016 году. Введённые в отношении РФ санкции отразились на экономике Оренбургской области в виде снижения уровня иностранных инвестиций в нефтегазодобывающую отрасль и потери доходов от ограничения экспорта, причём не только энергетического, ведь область экспортирует металлы и химические продукты[4].

Тем не менее, на территории Оренбургской области по состоянию на январь 2015 года зарегистрировано 495 инвестиционных проектов с участием зарубежного капитала. Наиболее известными проектами являются предприятия с участием компаний «John Deere» (США), «Deutsche Vilomix» (Германия), «BOSAL International Management» (Бельгия), «British Petroleum» (Великобритания) и т.д. Наиболее крупным инвестором является дочерняя организация компании «John Deere» «Джон Дир Русь». За 10 лет в период 2005-2015 гг. она вложила в реализацию проекта по организации производства почвообрабатывающего, посевного и опрыскивающего оборудования около 3 млрд. рублей, создав более 600 рабочих мест[5].

Основными странами-инвесторами в экономику Оренбургской области являются Азербайджан, Кипр, Казахстан, Германия, Швейцария и Украина (таблица 5).

Таблица 4. Структура поступления иностранных инвестиций по основным странам-инвесторам

Страна	Годы					
	2012		2013		2014	
	Тыс. долл. США	в % к итогу	Тыс. долл. США	в % к итогу	Тыс. долл. США	в % к итогу
Все инвестиции	589599	100	406403	100	335158	100
в том числе из стран:						
Азербайджан	24146	4,1	23976	5,9	18376	5,5
Беларусь	3385	0,6	5013	1,2	709	0,2
Германия	7535	1,3	6286	1,5	16548	4,9
Казахстан	86291	14,6	90533	22,3	83966	25,1

Кипр	123941	21,0	157450	38,7	168169	50,2
Польша	515	0,1	508	0,1	1515	0,5
США	27504	4,7	498	0,1	523	0,2
Украина	9670	1,6	4754	1,2	7209	2,0
Швейцария	114343	19,4	50372	12,4	13379	4,0
Эстония	5844	1,0	9358	2,3	1344	0,4
другие страны	186425	31,6	57655	14,3	23420	7,0

Наблюдается тенденция к ежегодному увеличению инвестиций из Кипра и Казахстана. На долю этих стран пришлось более 75% всех иностранных инвестиций региона. Однако нельзя не сказать, что формально пришедший капитал из Кипра является на самом деле ранее вывезенным капиталом из РФ, т.е. их можно в некоторой степени назвать реинвестициями [2].

Рейтинговое агентство «Эксперт» уже более 15 лет ежегодно проводит исследование, целью которого является оценка инвестиционного климата регионов России и составление соответствующего рейтинга по собственной методике, основу которой составляют два интегральных показателя: инвестиционный риск и инвестиционный потенциал (таблица 6).

Таблица 5. Место Оренбургской области в совокупности регионов РФ по параметрам инвестиционной привлекательности в 2012-2014 гг.

Параметр	Значение		
	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Инвестиционный потенциал	28	30	30
Инвестиционный риск	23	33	34
Инвестиционный климат	3В1	3В1	3В1

Согласно данным исследований «Эксперта» Оренбургская область относится к регионам с рейтингом 3В1- с пониженным инвестиционным потенциалом и умеренным инвестиционным риском. Согласно мнению аналитиков рейтингового агентства «Эксперт», повышение инвестиционных рисков характерно преимущественно для регионов, которые занимаются производством и экспортом нефтегазовых ресурсов, к числу которых относится Оренбургская область. Связано это прежде всего с сильной зависимостью социально-экономического развития нефтегазовых регионов от динамики добычи углеводородов, которая, в свою очередь, зависит от освоения или от истощения отдельных групп месторождений, от роста или снижения транзитных рисков, от ситуации на рынке углеводородного сырья, что повышает в разы социальную и экономическую составляющие интегрального инвестиционного риска[5].

Однако наиболее вероятной причиной повышения инвестиционного риска в данном случае является нестабильная ситуация на рынке углеводородного сырья и колебания цен в соответствующей отрасли.

Таким образом, развитие инвестиционного потенциала должно стать приоритетной задачей руководства Оренбургской области, так как от

инвестиций зависит социально-экономическое благополучие региона. Приграничное положение области с Республикой Казахстан, наличие обширных земельных ресурсов и природных ископаемых различного рода являются важнейшими факторами, которые обязаны обеспечить развитие инвестиционной деятельности на территории региона[3].

Привлечение инвестиций в экономику Оренбургской области невозможно без принятия определённых мер, которые способствовали бы улучшению инвестиционного климата региона.



Рисунок 1. Мероприятия по совершенствованию инвестиционного климата в Оренбургской области

Данные мероприятия условно можно разделить по четырём основным направлениям. В рамках рационализации государственного участия в решении задач инвестиционного развития области подразумеваются следующие меры:

1) более интенсивное взаимодействие правительства региона с инвестиционными институтами различного уровня (региональными, федеральными, международными);

2) поддержание бюджетной дисциплины и поиск новых источников и механизмов бюджетного участия в инвестиционном развитии Оренбургской области;

3) интенсификация сотрудничества со сферами образования и науки области по проработке и реализации решений инновационного, кадрового, технологического, научно-методического и адаптационного обеспечения инвестиционного развития региона;

4) создание и внедрение стандарта деятельности областных органов исполнительной власти в сфере создания благоприятных условий

инвестирования [5].

Мероприятия по данному направлению позволят значительно снизить управленческие риски за счёт активизации участия органов исполнительной власти Оренбургской области в инвестиционном развитии региона.

Использованные источники:

1. Кочетков, И. О государственной поддержке инвестиционной деятельности / И. Кочетков // Экономист, 2009. - N 12. - С. 79-83. - Библиогр.: с. 83.
2. Федеральная служба государственной статистики - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>- 30.05.2016
3. Федорова, Е. А. Факторы, влияющие на приток иностранных инвестиций в регионы / Е. А. Федорова // Региональная экономика: теория и практика, 2014. - № 43 (370). - С. 51-62.
4. Корабейников И.Н. Управление научно-техническим развитием регионального промышленного комплекса на основе кластерного подхода/ Ермакова Ж.А., Синюков А.А. // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. 2013. № 2. - С. 47–61.
5. Саак, А. Э. Разработка инвестиционной политики муниципального образования / А. Э. Саак, О. А. Колчина // Региональная экономика: теория и практика, 2006. - N 4. - С. 53-61.

*Виль В.А.
студент 2 курса, магистратура
Институт экономики и предпринимательства
ННГУ им.Н.И. Лобачевского
Россия, г. Нижний Новгород*

ОБЗОР РЫНКА И ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПОДГОТОВКИ НАУЧНО- ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КАДРОВ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ И НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье представлен обзор рынка образовательных услуг, в частности, в Нижнем Новгороде и Нижегородской области. Приводятся мировые статистические данные, а также общероссийские данные с целью формирования представления об уровне образования населения. Рассматриваются программы подготовки научно-педагогических кадров в вузах Нижнего Новгорода, а также поднимается вопрос об особенностях их продвижения. Делается вывод о необходимости применения маркетинговых инструментов для повышения конкурентоспособности вузов, выдвигаются предположения о применении более актуальных и действенных методов продвижения образовательных услуг.

Ключевые слова: образование, аспирантура, маркетинг, конкуренция, ВУЗы.

There is a review of the market of educational services, in particular, in Nizhny Novgorod and the region. World statistical data, and also the all-Russian

data are provided. Programs of postgraduate study are considered in the article, plus all features of their advance are brought up. Here is the conclusion about need of use of marketing tools for increase of competitiveness of higher education institutions, assumptions about application of more actual and effective advancing methods of educational services are made.

Главным видом деятельности любого учебного учреждения является оказание образовательных услуг, которые, в свою очередь, являются непосредственным интеллектуальным продуктом профессорско-преподавательского состава учебного заведения. То есть в итоге, образовательная услуга становится благом, предоставляющим потребителю возможность для развития и самореализации.

В целом, понятие «образовательной услуги» можно охарактеризовать как:

- 1) предоставление образовательным учреждением возможности получения образования для повышения конкурентоспособности личности на рынке труда;
- 2) систему знаний, умений, навыков и другой информации, используемой для удовлетворения различных образовательных потребностей государства, общества и личности;
- 3) учебно-педагогическую деятельность;
- 4) в частном случае, как подготовку специалиста определенной квалификации для организации-потребителя. [4, с.27]

Оценивая рынок образовательных услуг в мире можно прибегнуть к статистическим показателям. Например, к индексу уровня образования в странах мира (Education Index), который является комбинированным показателем Программы развития Организации Объединенных Наций (ПРООН). [1] Данный показатель измеряет достижения страны с точки зрения достигнутого уровня образования населения по показателям:

- индекс грамотности взрослого населения
- индекс совокупной доли учащихся, получающих начальное, среднее и высшее образования.

Таблица 1. Индекс уровня образования стран мира (на 2014 год)

МЕСТО	СТРАНА	ИНДЕКС
1	<u>Австралия</u>	0.927
2	<u>Новая Зеландия</u>	0.917
3	<u>Норвегия</u>	0.910
4	<u>Нидерланды</u>	0.894
5	<u>Соединённые Штаты Америки</u>	0.890
36	<u>Россия</u>	0.780

В условиях современности никто не сомневается, что будущее человека

во многом определяется его образованностью. Таким образом, будущее целой страны напрямую зависит от системы образования, в сфере услуг которой уже установлены рыночные отношения. Централизованная система распределения выпускников осталась в прошлом, а конкуренция между учебными заведениями сильно обострилась. На фоне сложившейся ситуации на рынке возник стремительный рост предложения образовательных услуг, который очень часто превышает сам спрос. Таким образом, формируется потребность в проведении оценки уровня конкурентоспособности и разработке конкурентных стратегий, что требует от вузов проведения постоянных мониторингов внешней среды. Учебным учреждениям необходимо осуществление маркетинговых исследований, на основе которых будет возможным последующее применение инструментов продвижения образовательных услуг в конкурентной среде. Учитывая, что высшее образование складывается из нескольких уровней, включающих в себя как бакалавриат, магистратуру, так и более углубленную аспирантуру, стоит сказать, что на каждое из этих направлений разный спрос, что, в свою очередь, порождает разное предложение. На рис.1 в количественном выражении отображена динамика колебания спроса и предложения в сфере образовательных услуг в Российской Федерации за последние 15 лет. [2] Совершенно очевидно, что сокращение численности студентов связано с демографической ситуацией, которая, в свою очередь, также нестабильна. Кроме того, в связи с проведением реформ по укрупнению вузов в России и ликвидации филиалов образовательных учреждений, общее число организаций значительно уменьшилось.

Рисунок 1 - Основные показатели деятельности организаций высшего образования в России

	Число организаций, на начало учебного года					
	2000/2001	2005/2006	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Всего	965	1068	1115	1080	1046	969
Государственные и муниципальные организации	607	655	653	634	609	578
В том числе:						
автономные	23	24	43
бюджетные	586	560	514
казенные	24	24	21
прочие	1	1	-
Частные организации	358	413	462	446	437	391

	Численность студентов, на начало учебного года; тыс. чел.					
	2000/2001	2005/2006	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Всего	4741.4	7064.6	7049.8	6490.0	6075.4	5646.7
Государственные и муниципальные организации	4270.8	5985.3	5848.7	5453.9	5145.3	4762.0
В том числе:						
автономные	311.5	355.0	450.1
бюджетные	4954.8	4614.3	4254.5
казенные	91.4	86.3	57.3
прочие	96.1	89.7	-
Частные организации	470.6	1079.3	1201.1	1036.1	930.1	884.7

Аспирантура в Российской Федерации является формой

послевузовского профессионального обучения и основной формой подготовки научно-педагогических и научных кадров. Целью обучения в аспирантуре является формирование специалиста, имеющего навыки выполнения научно-исследовательских работ и способного в научной сфере ставить и решать научные задачи. В соответствии с федеральным законом "Об образовании в Российской Федерации": аспирантом является лицо, имеющее высшее профессиональное образование и обучающееся в аспирантуре и подготавливающее диссертацию на соискание ученой степени кандидата наук. [5]

Говоря о рынке услуг высшего образования в Нижегородской области, стоит произвести деление на три группы:

- Государственные ВУЗы Нижегородской области;
- Негосударственные ВУЗы Нижегородской области;
- Филиалы государственных ВУЗов.

Рассматривая каждую из групп конкретно в сфере предоставления образовательных услуг аспирантской программы, можно выделить наиболее весомых игроков на рынке. Именно они ведут самую напряженную конкурентную борьбу за студентов при приёме, как на бесплатное, так и на платное отделения. Безусловно, наибольший интерес для любого университета представляет именно платная программа, которая, в период экономического кризиса и общего падения интереса у студентов к продолжению научной деятельности, несет серьёзные потери. На многоугольнике конкурентоспособности (рис.2, рис.3) представлены вузы разных категорий города Нижнего Новгорода и Нижегородской области, у которых есть программы аспирантуры. Исходя из проведенного анализа можно сделать вывод о том, какие учебные организации наиболее конкурентоспособны в данной сфере.

Рисунок 2

Многоугольник конкурентоспособности

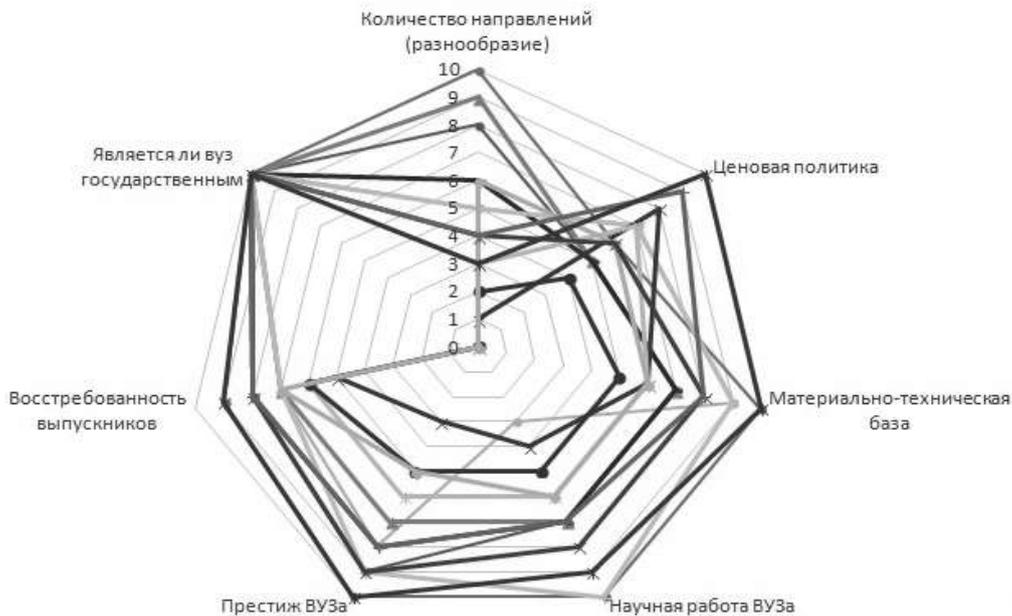


Рисунок 3



Таким образом, между представленными вузами разворачивается напряженная конкурентная борьба за каждого студента. Институты и университеты вынуждены прибегать к привычным инструментам маркетинговых исследований и искать новые пути продвижения образовательных услуг. В связи с этим возникает ряд проблем, как с финансированием маркетинговых мероприятий, так и с колебанием спроса, вызванным экономическими, политическими и социальными причинами.

В целом, целевую аудиторию, на которую направлены образовательные услуги аспирантуры, составляют в основном выпускники высших учебных заведений, получившие квалификацию специалиста или магистра.

По поведенческому признаку целевая аудитория делится на 2 сегмента:

- люди, желающие поступить в аспирантуру и находящиеся в процессе выбора ВУЗа;
- люди, не планирующие поступать в аспирантуру, но готовые пересмотреть своё решение при должной мотивации.

Кроме того, добавочным сегментом могут стать родители магистрантов и специалистов, которые готовы оплатить своему ребенку платное отделение аспирантуры для получения им диплома 3-го уровня образования.

Соответственно, воздействие на каждый из представленных сегментов будет различным как по интенсивности, так и по набору инструментов продвижения. Если для первого сегмента, в котором молодые люди заинтересованы в дальнейшем обучении, политика продвижения уже более-менее сформирована, то второй сегмент в начале нужно заинтересовать, привлечь к развитию в научной сфере.

Для молодых людей, не планирующих поступать в аспирантуру, но готовых пересмотреть своё решение при должной мотивации, определяющими могут стать следующие преимущества обучения в аспирантуре:

- отсрочка от службы в армии
- перспективы построения более успешной карьеры при наличии кандидатской степени
- возможность преподавания в университете (гарантия рабочего места)
- возможность стажировки в ведущих мировых университетских центрах

Именно на эти аспекты следует обратить внимание вузам, желающим выстроить свою конкурентную кампанию продвижения должным образом. Данный сегмент завоевать сложнее, а потому и инструменты для продвижения должны носить современный, более передовой характер. В первую очередь, это социальные сети со всевозможными сообществами и "пабликами", реклама в которых позволит привлечь внимание новой аудитории. Сейчас всё большую популярность набирает такой способ продвижения как вирусные ролики, которые позволяют захватить внимание, вызвав желание кликнуть на ссылку и ознакомиться с особенностями предложения. К тому же, вирусная реклама провоцирует обсуждения на форумах, в социальных сетях, что также сыграет в пользу маркетинговой кампании, выводя её на успешный уровень. Впрочем, к привычным инструментам вроде печатной и наружной рекламы также стоит прибегать с целью охватить ещё большую аудиторию потенциальных потребителей

образовательных услуг.

Мир меняется и не стоит на месте, общество разрабатывает новые стандарты образования, а требования работодателей при приеме на ту или иную вакансию всё больше ужесточаются, вынуждая молодых соискателей повышать свою квалификацию и углубляться в профессию. Современная индустрия развлечений предлагает всё больше фильмов с научной и научно-фантастической тематикой, а также биографические ленты о выдающихся мыслителях, деятелях и гениях. Ориентированность общества на повышение уровня образования, на построение некоего фундамента для дальнейшего развития молодого поколения даёт новый источник развития и самим образовательным учреждениям, которые должны оставаться "на волне", быть в курсе новостей и модных тенденций, чтобы стать наиболее конкурентоспособными в сфере предложения образовательных услуг.

Использованные источники:

1. Рейтинг стран мира по уровню образования. Гуманитарная энциклопедия [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. — 10.10.2009 (последняя редакция: 18.03.2015). URL: <http://gtmarket.ru/ratings/education-index/education-index-info>
2. Образование в Российской Федерации: 2014 : статистический сборник. — Москва : Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2014. — 464 с.
3. М.Г. Подопригора. Механизм стратегического управления конкурентоспособностью вуза на рынке образовательных услуг на основе бенчмаркинга и методики распознавания образов. Монография. — Таганрог: Издательство ТТИ ЮФУ, 2011. 216 с.
4. Маркетинг: общий курс: учеб. пособие для бакалавров / А. Я. Якобсон [и др.]; под ред. А. Я. Якобсона, Н. Я. Калюжной. - 6-е изд., перераб. - М. : Омега-Л, 2013. - 503 с.
5. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 14.12.2015) "Об образовании в Российской Федерации".

Висторобская Р.А.

студент 2 курса

Усманов Д.И., к.э.н.

научный руководитель, старший преподаватель

кафедра менеджмента организации

Институт управления НИУ «БелГУ»

Россия, г. Белгород

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ЕГО РОЛЬ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Малые предприятия олицетворяют малый бизнес или малое предпринимательство, которые из-за своей массовости в значительной мере определяют социально-экономический уровень страны. С малым предпринимательством реально связана та часть населения, которая является

собственником малых предприятий, наемными работниками, потребителями производимых товаров и услуг.

Малое предпринимательство дает возможность вовлекать в сферу полезной для общества и экономики страны деятельности значительную часть факторов производства, которые по разным причинам не могут использоваться средними и крупными предприятиями.

Сектор малого предпринимательства способствует быстрому созданию новых рабочих мест, а следовательно, решению проблемы занятости населения. В развитых странах на долю малого бизнеса приходится более 50% рабочих мест [1].

В отличие от крупного производства, ориентированного на массовый спрос, выпуск больших партий стандартной продукции, малые предприятия успешно функционируют на небольших рыночных сегментах, благодаря чему национальное хозяйство становится способным к быстрым структурным изменениям.

Небольшие размеры малых предприятий дают возможность обеспечить технологическую, производственную и управленческую гибкость, а это позволяет оперативно реагировать на изменения конъюнктуры рынка, внедрять научно-технические достижения, осуществлять эффективную инновационную деятельность.

Важнейшими задачами малого бизнеса в России являются [2]:

- ускорение реструктуризации собственности, структурной перестройки экономики, реформирования предприятий;
- содействие образованию эффективного собственника и появлению среднего по уровню материального благосостояния слоя населения как основы повышения эффективности экономики и социально-политической стабильности в обществе;
- организация предпринимательской деятельности;
- развитие конкуренции и преодоление отраслевого и регионального монополизма;
- создание материальной основы для более полной занятости населения и сокращения числа безработных;
- расширение взаимодействия малых, средних и крупных предприятий;
- укрепление экономической базы местных органов власти;
- развитие сельских населенных пунктов и небольших городских поселений;
- и другие задачи.

Малый бизнес наименее защищен от давления коррупции, организованной преступности и чиновничьего произвола, грозящих перерасти в главное препятствие экономическому развитию страны.

Анализ функций малого бизнеса в рыночной экономике показывает следующее.

Малое предпринимательство, оперативно реагируя на изменение конъюнктуры рынка, придает рыночной экономике необходимую гибкость. Эта черта малого бизнеса приобретает в современных условиях особую значимость в силу быстрой индивидуализации и дифференциации потребительского спроса, ускорения научно-технического прогресса, возрастания номенклатуры производимых товаров и услуг.

Кроме того, малый бизнес мобилизует значительные финансовые и производственные ресурсы населения (в том числе трудовые и сырьевые). О возможностях малого бизнеса в данном отношении можно судить по опыту промышленно развитых стран, в экономике которых ему по ряду показателей принадлежит заметное, а подчас и ведущее место: на малый бизнес здесь приходится до 90% всех предприятий и до 50% валового национального продукта. Особую роль играет малое предпринимательство в развитии сферы услуг и торговли [3].

Существенный вклад вносит малый бизнес и в формирование конкурентной среды, что для высокомонополизированной экономики России имеет весомое значение. Малый бизнес антимонополен по самой своей природе, что проявляется в различных аспектах его функционирования. С одной стороны, он ввиду многочисленности составляющих его элементов и их высокой динамики в гораздо меньшей степени поддается монополизации, чем крупные предприятия. С другой стороны, при узкой специализации и использовании новейшей техники малое предпринимательство выступает в качестве серьезного конкурента, подрывающего монопольные позиции крупных корпораций. Именно это качество малого бизнеса сыграло существенную роль в ослаблении промышленно развитыми странами присущей крупному капиталу тенденции к монополизации и задержке технического прогресса.

Немаловажна роль малого бизнеса в осуществлении прорыва по ряду важнейших направлений научно-технического прогресса, прежде всего, в области электроники, кибернетики и информатики. В США, например, на малый бизнес приходится около 50% научно-технических разработок [4].

Значителен вклад малого бизнеса в решение проблемы занятости. Особое значение данный аспект развития малого предпринимательства имеет для российской современной экономики, стоящей, ввиду экономического кризиса, перед угрозой массовой безработицы.

Следует отметить, наконец, роль малого бизнеса в смягчении социальной напряженности, поскольку именно малое предпринимательство является фундаментальной основой формирования «среднего класса» и, следовательно, ослабления присущих рыночной экономике тенденций социального расслоения общества.

Таким образом, все эти свойства малого предпринимательства делают его развитие существенным фактором и составной частью реформирования экономики России. Имеются в виду образование регулируемого, социально ориентированного рыночного механизма, преодоление нынешнего

кризисного падения производства, стабилизация экономики и обеспечение предпосылок для быстрого и устойчивого экономического подъема в дальнейшем. Необходимо подчеркнуть, что речь не ведется о каких-то особых свойствах малого бизнеса, взятого изолированно. Конечно, предполагается его существование в органическом единстве со средним и даже крупным предпринимательством в условиях экономической активной роли государства.

Использованные источники:

1. Сабликова М.С. Малый бизнес в России и за рубежом / М.С. Сабликова // Материалы IV Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» URL: <http://www.rae.ru/forum2012/327/3248> (дата обращения: 17.06.2016).
2. Пелих А.С. Организация предпринимательской деятельности / А.С. Пелих, А.А. Чумаков, М.М. Баранников. – Ростов н/Д: МарТ, 2004. – 384 с.
3. Коваленко Б.Б. Институты воздействия государства на организации корпоративного предпринимательства / Б.Б. Коваленко. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2008. – 154 с.
4. Максимцов М.М. Менеджмент малого бизнеса / М.М. Максимцов, В.Я. Горфинкель. – М.: Вузовский учебник, 2007. – 269 с.

*Вишар С. П.
аспирант I курса
экономический факультет
Новосибирский государственный
университет экономики и управления
Россия, г. Новосибирск*

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

В статье рассматривается понятие финансового планирования, рассматривается понятие потребительской кооперации Российской Федерации и ее системы. Рассматриваются цели, задачи финансового планирования. Исследуется методология финансового планирования. Анализируются методики финансового планирования. Обозначаются недостатки существующих систем финансового планирования. Излагаются современные проблемы финансового планирования.

Ключевые слова: финансовое планирование, финансовый план, система планирования, система бюджетирования, бюджет, методологические основы, методология, методы.

The article deals the concept of financial planning, the concept of consumer cooperation of the Russian Federation and its system. Discusses the goals, objectives of financial planning. We study the methodology of financial planning. Analyzes methods of financial planning. Identifies shortcomings of existing systems of financial planning. Outlines the modern problems of financial planning.

Keywords: financial planning, financial plan, planning system, budgeting

system, budget, methodological foundations, methodology, methods.

Финансовое планирование является неотъемлемой частью общей системой управления финансами, которая в свою очередь является основным элементом общей системы управления предприятием. Главным отличительным признаком современного управления финансами является независимость субъектов, учитывая это, предприятия, организации вынуждены самостоятельно развивать финансовое планирование и бюджетирование. От организации системы финансового планирования коренным образом зависит успешное развитие предприятия.

Планирование финансовой деятельности экономического субъекта имеет два тесно связанных и взаимообусловленных аспекта:

- общеэкономический, с позиции теории фирмы;
- управленческий, как функция менеджмента, которая состоит в умении прогнозировать деятельность организации и использовать этот прогноз в целях её развития.

Планирование даёт ответы на следующие вопросы:

- каковы уровень развития корпорации (её производственный и научно-технический потенциал) и результаты её финансово-хозяйственной деятельности;
- какие из ресурсов, включая и финансовые, необходимы для достижения целей корпорации.

Основной целью финансового планирования является определение возможных объёмов финансовых ресурсов, капитала и резервов на основе прогнозирования денежных потоков, возникающих в текущей, инвестиционной и финансовой деятельности.

Задачами финансового планирования являются:

- использование экономической, правовой, учётной и рыночной информации для разработки финансовых планов (бюджетов);
- анализ и оценка взаимосвязи решений о дивидендах, краткосрочном финансировании и инвестициях;
- прогноз последствий управленческих решений с целью избежать воздействия негативных событий и чётко представлять влияние долгосрочных и оперативных решений на конечный финансовый результат;
- выбор решений, которые выполнимы в рамках принятых финансовых и инвестиционных планов;
- сравнительная оценка результатов реализации выбранных решений, отражённых в финансовых планах.

Финансовые планы классифицируются по таким основным признакам: аудитория пользователей, характер объекта, масштаб проблемы, целевое назначение, документальное оформление и ситуативные особенности обоснования. Содержание конкретного планового документа определяют такие факторы: состояние внешней среды, масштаб бизнеса, количество направлений бизнеса, характеристики продукции, специфические отраслевые факторы.

При рыночной системе ведения хозяйства финансовый план – это активный рабочий инструмент управления, отправной пункт всей плановой и исполнительской деятельности организации потребительской кооперации; это документ, который определяет оптимальные по времени и менее рискованные пути реализации предпринимательского проекта.

Финансовое планирование построено на методологических основах. Методология финансового планирования – это научно-обоснованная система, включающая совокупность общих принципов финансового планирования и методов разработки финансовых планов. К основным принципам финансового планирования относят:

1) научность. Она отражает состояние развития финансовой науки и требует совершенствования методов разработки финансовых планов. На этой основе возможно неуклонное повышение качества финансовых планов и их роли в эффективном управлении финансами организаций. Более полный учет реальных экономических условий, объективных законов рыночной экономики, силы их воздействия в конкретных ситуациях ведет к появлению целого ряда новых схем и моделей финансового планирования, учитывающих специфику финансов различных отраслей экономики и даже отдельных хозяйствующих субъектов;

2) целевую направленность. Это один из основных принципов организации управления финансами. В соответствии с ним необходимо прежде всего четко сформулировать миссию организации и определить те стратегические цели, в решении которых большое значение отводится финансовым планам. Целевая направленность не остается неизменной: она меняется на каждом этапе жизненного цикла организации;

3) системный характер планирования. Он состоит в том, что финансовое планирование представляет собой совокупность взаимосвязанных элементов (финансовые планы или бюджеты всех структурных подразделений хозяйствующего субъекта), направленных на достижение стратегической цели организации;

4) координацию, которая заключается в том, что финансовые планы всех структурных подразделений взаимосвязаны и взаимозависимы;

5) непрерывность и гибкость процесса финансового планирования, являющуюся важнейшей предпосылкой эффективного управления финансами и предполагающую систематическую работу по составлению и корректировке всех взаимосвязанных планов организации;

6) соответствие источников финансирования целям их привлечения. Инструмент должен соответствовать цели. Например, для модернизации основных фондов целесообразно привлекать долгосрочные источники финансирования, а для покупки дополнительных оборотных средств – краткосрочные;

7) обеспечение ликвидности и финансовой устойчивости организации при финансовом планировании ее деятельности. Реализация этого принципа должна обеспечить превышение суммы оборотных средств организации над

его краткосрочной задолженностью.

К методам финансового планирования относятся: экономический анализ, нормативный, балансовый, дисконтирование денежных потоков, многовариантность, экономико-математическое моделирование, пропорциональная зависимость и др.

Метод экономического анализа позволяет определить основные закономерности, тенденции в движении натуральных и стоимостных показателей, раскрыть внутренние резервы организации.

Сущность нормативного метода заключается в том, что на основе заранее установленных норм и технико-экономических нормативов рассчитывается потребность хозяйствующего субъекта в финансовых ресурсах и их источниках. Такими нормативами являются ставки налогов и сборов, нормы амортизационных отчислений и др. Современные методы калькулирования затрат, такие, как стандарт-кост и маржинал-костинг, основаны на использовании внутривозвратных норм.

Использование метода балансовых расчетов для определения будущей потребности в финансовых средствах основывается на прогнозе поступления средств и затрат по основным статьям баланса на определенную дату в перспективе.

Метод дисконтированных денежных потоков носит универсальный характер при составлении финансовых планов и служит инструментом для прогнозирования размеров и сроков поступления необходимых финансовых ресурсов. Теория прогноза денежных потоков основывается на ожидаемых поступлениях средств на определенную дату и бюджетировании всех издержек и расходов. Этот метод дает более объемную информацию, чем балансовый метод.

Метод многовариантности расчетов состоит в разработке альтернативных вариантов плановых расчетов, с тем чтобы выбрать из них оптимальный, при этом критерии выбора могут задаваться различные.

Так, например, в одном варианте могут быть заложены продолжающийся спад производства, инфляция и слабость национальной валюты, а в другом – рост процентных ставок и, как следствие, замедление темпов роста привлечения ресурсов и снижения рыночных цен на продукцию.

Методы экономико-математического моделирования позволяют количественно выразить тесноту взаимосвязи между финансовыми показателями и основными факторами, их определяющими.

Один из современных методов составления финансовых планов, пришедший к нам из западной практики, – метод пропорциональной зависимости показателей. Он используется при составлении основных документов финансового плана (баланс, отчет о прибылях и убытках). Сущность этого метода состоит в том, что отдельные статьи бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках увеличиваются пропорционально изменению выручки от реализации продукции. Алгоритм проведения расчетов этим методом следующий:

1) определяется базовый показатель, являющийся наиболее важным для характеристики деятельности организации. На практике чаще всего используется выручка от реализации. Однако им может быть и себестоимость реализованной продукции;

2) анализируются экономические показатели отчетного периода и выявляется процентная зависимость между базовым и производными показателями (статьи активов, обязательств и затрат);

3) составляется прогнозный вариант отчета о прибылях и убытках, в котором рассчитывается нераспределенная прибыль, являющаяся одним из исходных показателей для планового баланса;

4) прогнозируется баланс организации, в котором прежде всего определяются ожидаемые значения активов. Пассив баланса составляется методом увязки балансовых показателей на основе выявленной дополнительной потребности в источниках финансирования с учетом возможных ограничений по структуре капитала и стоимости различных источников;

5) формируется второй вариант финансовых планов с учетом привлечения новых кредитов и займов, и, как следствие, возникают дополнительные затраты по выплате процентов (эффект обратной финансовой связи).

В случае если второй вариант не позволяет уравновесить баланс, следует провести еще несколько итераций, на каждой из которых будут приниматься в расчет те или иные финансовые решения.

Главное достоинство этого метода – простота и ясность расчетов. В современной российской практике есть множество завуалированных факторов, которые нельзя не учитывать. Они подлежат отдельному анализу на основе иной методики.

Основные недостатки планирования методом процента от продаж:

1) идеальное предположение, что фирма постоянно работает на полную мощность и все связанные ресурсы сбалансированы, а для роста объема продаж нужны лишь капитальные вложения;

2) при наличии у фирмы недогруженных активов использование данного метода вызовет усиление степени недогрузки, что может привести к серьезным искажениям в конечных параметрах всего финансового плана.

Однако, несмотря на эти недостатки, данный метод популярен в банковской практике при прогнозировании финансового положения клиентов. Он устраивает банковских пользователей не только потому, что прост, но и потому, что для использования других методов финансового планирования они не располагают достаточной информацией.

Процесс финансового планирования в организации осуществляется в несколько этапов.

На первом этапе анализируются финансовые показатели предыдущего периода, для чего используются основные финансовые документы организаций: бухгалтерский баланс, отчеты о прибылях и убытках, отчет о

движении денежных средств. Они имеют важное значение для финансового планирования, так как содержат данные для анализа и расчета финансовых показателей деятельности организации, а также служат основой для составления прогноза этих документов. Причем сложная аналитическая работа на этом этапе несколько облегчается тем, что отчетные и плановые финансовые формы одинаковы по содержанию.

Баланс организации входит в состав документов финансового планирования, а отчетный бухгалтерский баланс является исходной базой. При этом как в западной, так и отечественной практике компании используют для анализа, как правило, внутренний баланс, включающий наиболее достоверную информацию для внутрифирменного пользования. А внешний баланс обычно составляется для публикации и по целому ряду причин (налогообложение, создание резервного капитала и др.) показывает уменьшенные размеры прибыли.

Второй этап предусматривает составление основных прогнозных документов, таких, как прогноз баланса, отчет о прибылях и убытках, движение денежных средств (движение наличности), которые относятся к стратегическим финансовым планам и включаются в структуру научно-обоснованного бизнес-плана организации.

На третьем этапе происходит уточнение и конкретизация показателей прогнозных финансовых документов путем составления текущих финансовых планов.

На четвертом этапе осуществляется оперативное финансовое планирование.

Завершается процесс финансового планирования практическим внедрением планов и контролем за их выполнением.

Российская практика финансового планирования показывает, что примерно на половине предприятий система планирования и бюджетирования деятельности неэффективна. Поскольку, в системе финансового планирования и бюджетирования наблюдаются отклонения фактических результатов от запланированных на 20,0 – 30,0 %.

По оценкам специалистов, из-за того, что предприятия не формируют годовые бюджеты, они теряют за год до 20,0 % своих доходов. Чтобы избежать этих потерь, необходимо постоянно сравнивать бюджет с фактическими данными, анализировать отклонения, усиливать благоприятные и уменьшать неблагоприятные тенденции, совершенствовать процедуры бюджетирования.

В существующих системах финансового планирования распространены следующие недостатки:

- отсутствие целей организации и стратегии их достижения;
- множество учетных и плановых документов и показателей, малоприспособленных для комплексного планирования, анализа и контроля;
- затратный механизм ценообразования, планирование от себестоимости;

– преобладание производственно-экономического планирования над финансовым, недостаток комплексных решений;

– процесс планирования затянут во времени, что делает его непригодным для принятия управленческих решений.

Несмотря на важность финансового планирования, в современных условиях отношение в организациях к нему неадекватное. Многие руководители жалуются на недостаток времени. Они считают, что уделяя определенное время планированию, они не смогут эффективно управлять и организовывать работу в своей сфере. Планирование часто считается руководителями и экономическими работниками пустой тратой времени, а часто – и средств, как минимум, в виде заработной платы персонала, занимающегося составлением планов, которое не несет никаких положительных результатов, поскольку будущее неопределенно и будущие результаты никоим образом не изменятся от того, имеются ли плановые цифры по ним или нет. Недоверие к формализованному планированию основано на мнении, что главный фактор достижения успеха фирмы – это предпринимательский талант, умение быстро и точно ориентироваться в меняющейся текущей рыночной обстановке.

Недостаточная квалификация управляющих и служащих, отсутствие необходимой методической базы также ведут к отрицанию финансового планирования. Многие просто боятся планирования из-за отсутствия знаний и опыта в этой области, либо по причине некоторого усложнения их обязанностей из-за необходимости осуществлять планирование.

Современная экономическая отечественная литература в области финансового планирования представлена преимущественно теоретическими разработками и отдельными методическими рекомендациями. Исходя из них, в современных условиях для большинства предприятий характерна «реактивная» форма управления финансами, т.е. принятие управленческих решений как реакция на текущие проблемы. Такая форма управления порождает ряд противоречий между: интересами организации и фискальными интересами государства; ценой денег и рентабельностью производства; рентабельностью собственного производства и рентабельностью финансовых рынков; интересами производства и финансовой службы и т.д. Принятие управленческих решений как реакция на текущие проблемы, вызвано отсутствием эффективного процесса финансового планирования.

Система стратегических и текущих целей должна обеспечивать формирование достаточного объема собственных финансовых ресурсов и эффективное использование собственного капитала, оптимизацию структуры активов, приемлемого уровня финансовых рисков в процессе осуществления предстоящей финансовой деятельности и т.п.

Основной целью оперативного финансового планирования является полное и своевременное финансирование обязательств организации. Преследование этих целей позволяет сбалансировать текущие поступления финансовых ресурсов с расходами организации, а также осуществлять

контроль своевременности, полноты формирования финансовых ресурсов и их целевого использования. Выбор этой цели в качестве основной позволит организации также снизить или либо полностью устранить расходы на штрафы, пени, неустойки, улучшить финансовое состояние. Повысить престижность организации.

Исходя из этих целей, можно определить финансовое планирование как многоплановую работу, состоящую из ряда взаимосвязанных этапов:

- анализ финансовой ситуации и проблем;
- прогнозирование будущих финансовых условия;
- постановка финансовых задач;
- выбор оптимального варианта;
- составление финансового плана;
- корректировка, увязка и конкретизация финансового плана;
- выполнение финансового плана;
- анализ и контроль выполнения финансового плана.

Анализ финансово-экономических результатов российских организаций в современных условиях показывает, что во многих случаях ухудшение их положения связано с отсутствием профессионализма и системного подхода к финансовому планированию организации. Процесс финансового планирования не формализован, вследствие этого работа по его совершенствованию затруднена.

Большинство предприятий России пока ориентируется на выживание путем поиска краткосрочных источников финансирования, диверсификации производства. Отсутствие эффективного процесса финансового планирования приводит их к нулевой результативности и распылению имеющихся финансовых ресурсов. Чтобы избежать этих недостатков, необходимо построить эффективную систему финансового планирования организации.

Особенностью действующих систем управления финансами многих отечественных организаций является ориентация на «авральный» способ управления финансами как реакции на текущие потребности. Тем не менее, некоторые организации стараются применить зарубежный опыт в практике хозяйственной деятельности посредством составления бюджетов и применения различных процедур бюджетирования.

Принятие управленческих решений, как реакция на текущие проблемы, вызвано отсутствием эффективного процесса финансового планирования. Финансовое планирование – неотъемлемая часть общей системы управления финансами, которая в свою очередь является составным элементом общей системы управления предприятием.

Ограниченность распространения финансового планирования в российских организациях, несмотря на его существенные преимущества, обусловлена следующими причинами:

- высокая степень неопределенности на российском рынке вследствие нестабильности внешней среды;

- низкий уровень накопления капитала, не позволяющий осуществлять эффективные затраты на организацию планирования;
- дефицит времени, приоритеты текущих дел;
- мнение об отсутствии влияния планирования на результаты деятельности организации;
- недостаточная квалификация управляющих и служащих в области финансового планирования;
- отсутствие методической базы;
- теоретический подход к планированию со стороны экономистов.

Отличительными чертами современного финансового планирования является его краткосрочный характер и внутренняя направленность. При финансовом планировании используются лишь финансовые показатели, относящиеся к внутрифирменной деятельности. Информация же о внешних условиях функционирования организации – товарных и финансовых рынках, конкурентах, социально-политических проблемах – в них не учитывается.

Использованные источники:

1. Анисимова Ю.А., Бренчагова Н.С. Проблемы финансового планирования на российских предприятиях (на примере ЗАО «Аком»). Вестник науки ТГУ. Серия: Экономика и управление. 2012. № 4(11).
2. Гайсумов А.С., Зайцев С.Ю. Корпоративные финансы: Учебное пособие для бакалавров. Ростов-на-Дону: РСЭИ: ИП Беспамятнов С.В. 2015.
3. Клишевич Н.Б. Финансы организаций: менеджмент и анализ: Учебное пособие. М.: Кнорус. 2009.
4. Леонтьев В.Е., Бочаров В.В., Радковская Н.П. Корпоративные финансы: учебник для бакалавров. М.: Издательство Юрайт. 2014.

*Власенко В.Е.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ И ГОРОДЕ КРАСНОДАРЕ

Аннотация статьи: В статье рассмотрено понятие электронного правительства, его реализация в России на примере Краснодарского края. Обозначены плюсы и минусы электронного правительства, его цели и задачи. Рассмотрено понятие Многофункционального Центра на примере города Краснодара.

Ключевые слова: электронное правительство, МФЦ, Краснодарский край, Краснодар.

THE ELECTRONIC GOVERNMENT IN KRASNODAR KRAI AND THE CITY OF KRASNODAR

Summary of article: *In article the concept of the electronic government, his realization of Russia on the example of Krasnodar Krai is considered. Pluses and minuses of the electronic government, his purpose and a task are designated. The concept of the Multipurpose Center on the example of the city of Krasnodar is considered.*

Keywords: *electronic government, MFTs, Krasnodar Krai, Krasnodar.*

Современное общество всё сильнее углубляется в сферу электроники и сети Интернет. Поэтому не удивительно, что муниципальные, городские и краевые государственные службы так же частично переводят свою деятельность в дистанционное, электронное пространство по средствам электронного правительства и МФЦ (Многофункциональных центров) [4, 5, 6, 7]. Понятие электронное правительство и его правовая основа продиктованы Постановлением Правительства РФ от 8.09.2010г. № 697 «О единой системе межведомственного электронного взаимодействия»: «Система взаимодействия представляет собой федеральную государственную информационную систему, включающую информационные базы данных, в том числе содержащие сведения об используемых органами и организациями программных и технических средствах, обеспечивающих возможность доступа через систему взаимодействия к их информационным системам, о программных и технических средствах, обеспечивающих единый документированный способ взаимодействия информационных систем органов и организаций посредством технологии очередей электронных сообщений, обеспечивающей взаимодействие программ васинхронномрежиме, не требующей установки между ними прямой связи и гарантирующей получение передаваемых электронных сообщений, и предоставлять информационно-методическую поддержку органам и организациям в части использования ими системы взаимодействия, иных информационных систем, включенных в инфраструктуру, обеспечивающую информационно-технологическое взаимодействие информационных систем используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг и исполнения государственных и муниципальных функций в электронной форме и подключенных к системе взаимодействия».[1]. То есть обобщая можно сказать что электронное правительство это предоставление государственных услуг при котором личное взаимодействие минимизировано или вовсе отсутствует. Цели которые которые решает электронное правительство:

- Оптимизация предоставления государственных услуг, ускорение и упрощение их процедур
- Повышение включенности населения в управление городом, краем, страной
- Расширение возможности самообслуживания населения
- Рост технологических знаний граждан

– Снижение негативного фактора географического местоположения

Круглосуточную и бесплатную информационно-справочную поддержку населению при работе со всеми проектами Электронного Правительства обеспечивает дочерняя компания ОАО «Ростелеком», «Ростелеком Контакт-центр» (ЗАО «МЦ НТТ»). Электронные приёмные открывают ведущие отделы и министерства правительства России. На их сайтах население может задать интересующие вопросы, получить определённую информацию и т.д.

По итогам 2011 года, спустя год с момента начала активных действий по организации электронного правительства, Россия заняла 27 место в мире в рейтинге электронного правительства ООН 2012 года «E-GovernmentSurvey 2012».[2].

В Краснодарском крае наиболее распространённым и популярным способом получения государственных услуг является МФЦ. Многофункциональный центр предлагает государственные и муниципальные услуги, это российская организация, предоставляющая услуги в электронной форме, по принципу «одного окна». В настоящее время в Краснодарском крае насчитывается 59 МФЦ, которые предоставляют населению большое количество услуг связанных с:

- Образованием
- Имуществом
- Здоровьем
- Семейные вопросы
- Льготы

Получение услуг через МФЦ происходит очень оперативно. Подготовив документы и взяв талон соответствующий желаемой услуге, клиент в течение пары часов получит консультацию специалиста и сдаст документы на оформление. Через неделю или меньше будет назначена повторная встреча со специалистом, при которой клиенту отдадут готовые документы или же потребуют внести изменения. [3]. Эта система очень проста и быстра, поэтому всё больше людей пользуются услугами МФЦ, в связи с этим растёт их загруженность. Чтобы распределить нагрузку на МФЦ их количество увеличивается, на данный момент в городе Краснодаре находятся пять МФЦ которые в день обслуживают более 2,5 тысяч человек:

- Западный отдел
- Карасунский отдел
- Прикубанский отдел
- Прикубанский 2
- Центральный

Электронное правительство создаётся с целью ускорения и удобства обслуживания по государственным вопросам, а так же для повышения коммуникаций с населением. Его создание значительно сблизило правительство и граждан, упростило их общение. С развитием

информационных и технических возможностей будет развиваться практика электронного правительства, будут появляться новые способы и методы его реализации.

Использованные источники:

1. Постановление Правительства РФ от 8.09.2010г. № 697 «О единой системе межведомственного электронного взаимодействия»
2. Свободная Интернет-энциклопедия «Википедия», Электронное правительство. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Электронное_правительство
3. Официальный сайт МКУ «МФЦ» Краснодар, - URL: <http://mfc.krd.ru/>
4. Ключко Е.Н., Илющенко Т.М., Мешкова Ю.О. Концепция электронного правительства как направление повышения эффективности государственного управления РФ // Экономика и предпринимательство. – М., 2014. – №5. Часть 2. – С. 72-74
5. Ключко Е.Н., Илющенко Т.М., Мешкова Ю.О. Универсальная электронная карта как инструмент управления взаимодействием в рамках электронного правительства // Экономика и предпринимательство. – М., 2014. – №5. Часть 2. – С. 52-55
6. Ключко Е.Н. Особенности реализации проекта открытое правительство в России // Научный вестник Южного института менеджмента. - № 1. 2014. – С. 15-19
7. Ключко Е.Н., Долгова Т.В. Институциональная среда Интернет-коммуникаций региона // Экономика и предпринимательство. – М., 2014. – №11. Часть 4. – С. 373-376

*Власенко В.Е.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

***Аннотация:** Статья посвящена современным видам интернет-коммуникаций. Необходимости коммуникаций и способы их организации в условиях сети Интернет. Рассмотрены способы коммуникаций, различные виды социальных сетей и платформ общения.*

***Ключевые слова:** коммуникации, интернет, социальные сети, общение.*

INTERNET COMMUNICATIONS

***Summary:** Article is devoted to modern types of Internet communications. Need of communications and ways of their organization in the conditions of the Internet. Ways of communications, different types of social networks and platforms of communication are considered.*

***Keywords:** communications, Internet, social networks, communication.*

Коммуникация это жизненно необходимый человеку процесс общения, обмена информацией, передача информативного сообщения. Передача информации бывает вербальной и невербальной. Если вербальная коммуникация – это процесс общения при помощи слов, то невербальная – производится при помощи несловесных средств, то есть различных символов и знаков (например, рисунков, смайликов и т.д.). Суть понятия Интернет-коммуникации уже скрыта в нём, это процесс общения в сети интернет. Интернет, изначально создаваемый с целью обобщения распространения информации по всему миру, на данный момент разделился на два больших блока: информационный и коммуникационный. Информационный представляет собой архив информации с которой может ознакомиться пользователей, коммуникационный представлен платформами в рамках которых пользователи могут виртуально общаться друг с другом.[1].В современном Интернете существует множество платформ для общения людей, такие как:

- Социальные сети
- Чаты
- Блоги
- Форумы и т.д.

На данных ресурсах человек формирует своё электронное «Я», посредством заполнения различных анкет, форм, «информации о себе» за счёт чего может найти других пользователей со схожими интересами и начать с ними общение. Интернет-общение имеет несколько типов классификации, первый из которых по участникам общения:

- Человек - компьютер
- Человек - человек
- Несколько человек - человек
- Человек - несколько человек
- Несколько человек - несколько человек

Другой вид классификации по типу субъекта участвующего в общении [2]:

- Общение реального субъекта с реальным собеседником
- Общение реального субъекта с воображаемым партнером (взаимодействие с роботами, компьютерной игрой и т.д.)
- Общение двух воображаемых партнеров (взаимодействие интеллектуальных агентов, DNS-серверов и т.д.)

Популярность Интернет-коммуникаций продиктована многими условиями. Главные из которых характеризуют общение в Интернете анонимностью, частичной или полной, а так же физической непредставленностью[4, 5, 6, 7]. Это приводит к тому, что участники общения приравниваются по таким характеристикам как статус, положение, возраст, образование, внешние данные, национальность и т.д. То есть в общении участвуют не люди, а личности. Это сближает членов общения переводя их

общение из формального в неформальное, дружеское общение. Общение в Интернете носит свободный и главное не персонализированный характер, это, к сожалению, приводит к изменению речевого этикета, в худшую сторону. Но всё же плюсы данного общения сильнее минусов.

Среди Российских пользователей сети Интернет наиболее популярными способами коммуникаций являются [3]:

- Электронная почта
- «Одноклассники»
- «ВКонтакте»
- Сервисы мгновенных сообщений («Skype», «WhatsApp» и т.д.)
- «Мой Мир»
- «Facebook»
- «Google+»
- «Twitter»
- «LiveJournal»
- Чаты и форумы и т.д.

Развитие Интернета приводит к усилению коммуникаций, а главное изменяет социальную структуру общества, создавая виртуальную социальность. Поэтому Интернет-коммуникации постоянно развиваются и находятся в центре внимания разработчиков и создателей электронных платформ. Само изучение Интернета помогает выявлять новые свойства и признаки данной сферы, преимущества которых можно использовать в новых разработках Интернет-коммуникаций.

Использованные источники:

1. Акопов Г.Л. Глобальные проблемы и опасности сетевой политики, 2004. – URL:<http://problem.politnet.ru/oglavlen.html>
2. Бондаренко С.В. Социальная структура виртуальных сетевых обществ. – Ростов-на-Дону, Изд. Ростовского Государственного Университета, 2004. – 320с.
3. Энциклопедия Маркетинга, Популярные среди пользователей России каналы коммуникации, 17.09.2013 – URL: <http://marketing.spb.ru/mr/media/top.html>
4. Ключко Е.Н., Долгова Т.В. Институциональная среда Интернет-коммуникаций региона // Экономика и предпринимательство. – М., 2014. – №11. Часть 4. – С. 373-376
5. Ткачева Е.Н. Управление виртуальными организациями в информационной экономике: анализ современных средств моделирования процессов / Техника и технологии в XXI веке: современное состояние и перспективы развития: Коллективная монография. – Книга 4. – Новосибирск: ЦРНС, 2009. – 285 с. – С. 220-228.
6. Ткачева Е.Н. Виртуальные организации: особенности управления компонентами в инновационной экономике / Актуальные проблемы экономики, социологии и права. Материалы международной научно-

практической конференции. – Пятигорск: Международная академия финансовых технологий, 2009. – 237 с. – С. 126 – 130.

7. Ткачева Е.Н., Маркозов Д.И. Информационные технологии как фактор повышения конкурентоспособности предприятия в сфере услуг / Социально-экономические проблемы развития Южного макрорегиона. Сборник научных трудов. – Выпуск 20. – Краснодар: издательство Южного института менеджмента, 2009. –С. 129-134.

*Власенко В.Е.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

ВИРТУАЛЬНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК НОВЫЙ ВИД ОРГАНИЗАЦИЙ БУДУЩЕГО

Аннотация: В статье рассмотрено виртуальных организаций. Приведены характеристики исторического развития организаций. Рассмотрены понятия виртуальной реальности, рынка. Описаны преимущества виртуальной формы организации предприятия.

Ключевые слова: виртуальная организация, сетевая организация, технологии.

VIRTUAL ORGANIZATIONS AS NEW TYPE OF THE ORGANIZATIONS OF THE FUTURE

Summary: In article it is considered the virtual organizations. Characteristics of historical development of the organizations are provided. Concepts of virtual reality, the market are considered. Advantages of a virtual form of the organization of the enterprise are described.

Keywords: virtual organization, network organization, technologies.

Глобализация рынков, растущий упор на качество, степень удовлетворённости потребителей приводит к появлению и развитию новых форм организаций, одной из которых являются виртуальные организации. В них главными являются степень использования современных информационных технологий [1, 3, 4, 5, 6].

Если рассматривать тенденции совершенствования организаций, можно выделить следующие характеристики:

– 1980-е гг. – управление качеством, внедрение стратегий, оптимальное управление ресурсами.

– 1990-е гг. – переход от функциональных подразделений и реинжиниринг бизнес-процессов, направленных на наилучшее удовлетворение потребностей

– Начало 21 века – переход к виртуальным и сетевым организациям
Виртуализация предприятий, то есть их переход к современным

технологиям, проходит через три категории явлений:

- Виртуальный рынок. Рынок на основе возможностей глобальной сети Интернет

- Виртуальная реальность. Воспроизведение, отражение реального производства в кибернетическом пространстве, являющимся средой и инструментом

- Виртуальные организационные формы

Виртуальное предприятие – это временное объединение предприятий или коллективов имеющих свои компетенции с целью производства на основе информационных сетей. Однако существует много трактовок данного понятия в зависимости от точки зрения:

- С точки зрения маркетинга – цель виртуального предприятия получение прибыли за счёт максимального удовлетворения потребностей клиентов в товарах и услугах, лучше и быстрее чем конкуренты

- С практической точки зрения – предприятие, которому для функционирования необходимо привлекать партнёров с необходимыми навыками, ресурсами, знаниями.

Партнёрство является временным, заключается на определённый срок или же до выполнения определённого плана. Привлечение партнёров может происходить как изначально, так и на определённом этапе производства. Все партнёры для эффективного функционирования должны иметь крепкую систему информационного обмена, в связи с этим образуется единая информационная система за счёт информационных и коммуникационных технологий.

Обобщая всё выше сказанное можно сказать, что главным преимуществом виртуальных организаций является то, что организация может выбирать наилучшие ресурсы, способности и знания среди партнёров, тратя на это немного времени. Из этого достоинства происходит ряд конкурентных преимуществ виртуальных организаций:

- Высокая скорость выполнения заказов
- Снижение затрат
- Полное удовлетворение потребностей клиента
- Адаптация к изменениям окружающей среды
- Снижение барьеров при выходе на новые рынки

Для организации, планирования и координации деятельности виртуальных организаций необходимы определённые управленческие подходы. При создании виртуальных организаций бывают предприятия которые концентрируют свои усилия только на управлении компетенциями третьей стороны. [2]. Но основе этого можно сформулировать функции управления виртуальным предприятием, как общей сетью партнёрских организаций:

- Определить требования и задачи проекта
- Найти и оценить партнёров

- Выделить среди множества партнёров оптимально соответствующих требованиям проекта
- Привлечь и распределить партнёров
- Контролировать и перераспределять партнёров, ресурсы в зависимости от задач проекта

Эпоха виртуальных организаций только начинается, это обусловлено огромным потенциалом виртуального пространства.

Использованные источники:

1. Патюрель Р., Создание сетевых организационных структур. - Проблемы теории и практики управления №3, 1997г.
2. Катаев А.В., Виртуальные предприятия – новая ступень в организации НИОКР– Таганрог, ТРТУ, 2001г.
3. Ткачева Е.Н. Управление виртуальными организациями в информационной экономике: анализ современных средств моделирования процессов / Техника и технологии в XXI веке: современное состояние и перспективы развития: Коллективная монография. – Книга 4. – Новосибирск: ЦРНС, 2009. – С. 220-228.
4. Ткачева Е.Н. Виртуальные организации: особенности управления компонентами в инновационной экономике / Актуальные проблемы экономики, социологии и права. Материалы международной научно-практической конференции. – Пятигорск: Международная академия финансовых технологий, 2009. – С. 126 – 130.
5. Ткачева Е.Н., Болтава А.Л. Оценка эффективности использования частично виртуальных организаций (аутсорсинговых компаний) в экономической системе Краснодарского края // Бизнес в законе. – М., 2010. – № 3. – С. 324-328.
6. Ткачева Е.Н. Виртуальные организации Южного федерального округа: оценка эффективности системы управления // Бизнес в законе. – М., 2011. – № 2. – С. 245-247.
7. Ткачева Е.Н. Кузнецова А.С. Разработка модели инфраструктуры для виртуальных организаций Краснодарского края // Российское предпринимательство. – М., 2011. - № 5 (2). – С. 45-50.

*Власенко В.Е.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАНИЙ

Аннотация: Статья посвящена знаниям, которыми обладает организация. Рассмотрено понятие интеллектуального капитала, спирали знаний Икуджиро Нонаки. Объяснена концепция Мильнера и модель управления знаниями.

Ключевые слова: знания, управление знаниями, менеджмент знаний.

MANAGEMENT OF KNOWLEDGE

Summary: Article is devoted to knowledge which is possessed by the organization. The concept of the intellectual capital, a spiral of knowledge of Ikuudzhirononaki is considered. Milner's concept and model of management of knowledge is explained.

Keywords: knowledge, management of knowledge, management of knowledge.

Менеджмент или управление знаниями – это регулярные процессы по созданию, накоплению, распределению и главному применению элементов интеллектуального капитала компании. [1].

Знания в организации способны повлиять на эффективность её деятельности, поэтому в современных условиях именно знания становятся ведущей категорией конкурентных преимуществ на рынке. Однако важно не их создание или наличие, а движение и использование знаний.

Основа интеллектуального капитала предприятия, знания и информация обладают рядом характеристик:

- Ценность знаний в их изобилии
- При «материализации знания» велики издержки на начальном этапе производства

- Затраты знаний на входе и на выходе экономически не соответствуют

НонакаИкуджиро разработал спираль знаний – модель, представляющая каким образом, взаимодействуют явные и неявные знания предприятия. Они проходят четыре процесса преобразования [2]:

- Социализация (неявные – неявные). Невербальная передача неявного знания между людьми, например наблюдение.

- Экстернализация (неявные - явные). Вербальное объяснение неявных знаний.

- Комбинация (явные - явные). Передача друг другу документированных знаний.

- Интернализация (явные - неявные).

Чередование этапов спирали обеспечивает работу и движение знаний в организации, в связи с этим главной задачей менеджера является поддержание эффективного функционирования спирали. С этой целью Нонака также разработал модель предприятия, в котором управление происходит по структуре «из центра – вверх – вниз», где знания происходят от специалистов, доставляются верхнему управленческому звену и уже потом распространяются среди работников.

У каждого предприятия есть своя модель управления знаниями, которая подстроена под специфику организации, её производство, корпоративную культуру. Управление знаниями на предприятии выполняет следующие операции:

- Создание новых знаний
- Применение имеющихся знаний
- Воплощение знаний в продукции компании
- Движение знаний в организации
- Организация общей базы данных
- Защита знаний
- Система хранения знаний

Единая система управления знаниями заключается в наборе управленческих процедур, предназначенных для сбора, хранения, распространения и использования информации важной для предприятия.

Мильнер Б.З. в статье «Концепция управления знаниями в современных организациях», выделил три главных составляющих системы управления знаниями [3]:

- Человеческое
- Технологическое
- Организационное

Человеческий фактор является основной проблемой в различных сферах, в том числе и в управлении знаниями. Личные интересы и ценности работников иногда противоречат действиям организации и разрушают систему управления знаниями. Однако иногда они так же могут помогать в её создании.

Технологии не могут быть самостоятельным решением проблем организации, поэтому при взаимодействии с другими компонентами они помогают создать среду обмена знаниями, являющейся одной из важнейших в организации.

Структура знаний организации состоит из различных видов: практические, теоретические, производственные, коммерческие, стратегические знания и т.д. Управление каждым из перечисленных знаний основано на процессах создания, хранения, распространения и использования. Именно эффективная организация данных процессов является главной задачей предприятия в управлении знаниями.

Таким образом, с точки зрения управления знаниями задачей фирмы является создание, эксплуатация, интеграция знаний как активов, используемых при производстве. Управление знаниями объединяет в себе множество дисциплин: управление персоналом, психология, экономика, информатика, маркетинг и т.д. В связи с этим оно позволяет организациям обеспечить свою конкурентоспособность на рынке.

Использованные источники:

1. Гапоненко А.Л. Управление знаниями. – М.: ИПК госслужбы, 2001г. – 60 с.
2. НонакаИкуджиро, ТакеучиХиротака.,Компания — создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах. - М.: Олимп-Бизнес., 2003г. - 320 с.
3. Мильнер Б. З. Управление знаниями: эволюция и революция в организации.

*Власенко В.Е.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: В статье рассмотрено понятие человеческого капитала в организации, его элементы. Описан термин предпринимательский потенциал человеческих ресурсов, их важность и необходимость.

Ключевые слова: кадры, человеческий капитал, предпринимательский потенциал.

HUMAN CAPITAL OF THE ORGANIZATION

Summary: In article the concept of the human capital of the organization, his elements is considered. The term the enterprise potential of human resources, their importance and need is described.

Keywords: shots, human capital, enterprise potential.

Человеческий капитал – совокупность знаний, навыков и умений используемых для удовлетворения человеческих и общественных потребностей.

Первоначально под человеческим капиталом было принято понимать совокупность инвестиций в человека, с целью повышения его способностей к труду, преимущественно в его образование и профессиональные навыки. В дальнейшем данное понятие расширилось, в него стали включать также потребительские расходы.

Тема способностей человека, их накопление и развитие, общего потенциала была отражена в научных работах В. Пети, А. Смита, Н. Сениора, И.Фишера, Г. Беккер, А. Маршалл и др. Становление экономики, направленной на инновационное развитие предпринимательства, привело к новой концепции подготовки кадров. Изначально рассматриваемые как простой капитал, теперь человеческие ресурсы, рассматривались как личности, и стали источником творческих и предпринимательских способностей. Человеческий капитал рассматривают как один из источников дохода, зависящий от знаний и способностей человека [4, 5, 6].

Отечественными исследователями по вопросам человеческого капитала можно назвать Струмилина С.Г. и Дятлова С.А.[1]. Дятлов рассматривал человеческий капитал как: «сформированный в результате вложений и накопленный человеком запас здоровья, знаний, навыков, мотиваций которые целесообразно применяются в сфере воспроизводства, и содействуют росту производительности труда и производства, влияя на рост прибыли» [2].

Объединяя опыт российских и зарубежных специалистов состав

человеческого капитала можно представить следующим образом:

- Здоровье
- Энергия
- Мотивация
- Природные способности
- Предпринимательские способности
- Профессиональные навыки

Человеческий капитал компании можно представить: общий человеческий капитал = общий человеческий капитал работников + общий человеческий капитал специалистов и служащих + общий человеческий капитал руководителей.[3].

Использование предпринимательских способностей является особым видом человеческого капитала. В условиях постоянно меняющейся и развивающейся экономики предпринимательский потенциал становится движущей силой, одним из главных конкурентных преимуществ. Предпринимательские способности характеризуют воздействие качественного фактора, позволяющего осуществить экономический рост на инновационной основе, то есть за счёт привлечения более квалифицированной рабочей силы, новых материалов и технологий и т.д. Всё это объясняет важность и востребованность предпринимательских способностей как ведущего фактора производства.

Так как человеческий капитал крайне важен, остро встаёт вопрос подготовки кадров. В основе требований к подготовке кадров лежит становление и развития творческой жилки личности. Именно способность работника создавать и реализовывать инновации в работе оказывает главенствующее воздействие на результат любой деятельности.

Предпринимательские способности зависят от:

- Уровень образования
- Потребности
- Квалификация и профессиональные качества
- Технологии и методы обучения
- Подходы к формированию
- Требования
- Корпоративная культура
- Наличие знаний соответствующих профессиональным обязанностям

Для развития предпринимательского потенциала необходимо чтобы каждый фактор был положителен.

Таким образом, при экономике, которая основана на знаниях, важным является высокий уровень человеческого капитала, необходимый для экономического, социального, культурного развития предприятия. Низкий уровень – это главное препятствие для развития. Поэтому высокий уровень человеческого капитала зависит от наличия всех его элементов. Способность сотрудника к наращиванию человеческого капитала становится важным

условием развития предприятия, так как эффективное использование в производстве знаний, инноваций и творческих способностей становится главным фактором экономического роста.

Использованные источники:

1. Беляева С.С., Роль человеческого капитала в развитии предприятия, Журнал «Креативная экономика» № 10 (22) за 2008г.
2. Дятлов С.А., Основы теории человеческого капитала. – СПб.: СПбУЭФ, 1994г. – 156с.
3. Маршалл А. Принципы экономической науки. – М.: Издательская группа «Прогресс», 1993г. – 832с.
4. Ткачева Е.Н. Управление инновационным потенциалом виртуальных организаций в сфере человеческого капитала / Научно-правовое обеспечение развития инновационной экономики и модернизации промышленной политики России. Материалы международной научно-практической конференции. – Краснодар: издательство Южного института менеджмента, 2012. – С. 302-309.
5. Ткачева Е.Н. Исследование человеческого капитала как актива виртуальных организаций Южного федерального округа // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Экономика». – Майкоп: издательство АГУ, 2011. – № 1 (73). – С. 36-41.
6. Ткачева Е.Н. Персонал в виртуальных организациях: особенности управления в информационной экономике / Социально-экономический ежегодник. – Краснодар: издательство Южного института менеджмента, 2009. – С. 145-148.

*Воложанина А.С.
студент 3 курса
факультет «Экономика»
Солодовникова У.Н.
доцент
кафедра экономики*

*Югорский государственный университет
Россия, г. Ханты-Мансийск*

АНАЛИЗ ПОСТУПЛЕНИЙ НАЛОГА НА ИМУЩЕСТВО ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В МЕСТНЫЙ БЮДЖЕТ Г. ХАНТЫ- МАНСИЙСКА

Аннотация. В статье проведен анализ налога на имущество физических лиц г. Ханты-Мансийска. Выявлена роль налога на имущество физических лиц в формировании бюджета муниципального образования г. Ханты-Мансийска.

Annotation. The article analyzes the tax on property of individuals Khanty-Mansiysk. The role of the property tax of physical persons in the formation of the budget of the municipality of Khanty-Mansiysk.

Ключевые слова: местные налоги, местный бюджет, налог на

имущество физических лиц.

Keywords: local taxes, local budgets, property tax of individuals.

Налог на имущество физических лиц вводится в действие муниципальными правовыми актами представительных органов муниципальных образований. 100% платежей имущественного налога подлежит зачислению в местные бюджеты. Налог на имущество уплачивают физические, которые обладают правом собственности на имущество, которое в свою очередь признается объектом налогообложения. Сначала необходимо рассмотреть количество налогоплательщиков (физических лиц) в Ханты-Мансийске для расчета налоговой базы на 1 налогоплательщика.

Таблица 1

Количество налогоплательщиков в Ханты-Мансийске

Показатели	2012	2013	2014	Отклонение
Количество налогоплательщиков, учтенных в базе данных налоговых органов, единиц	22 954	23 026	21 197	-1 757

Источник: Федеральная налоговая служба

В 2012 году количество налогоплательщиков (физических лиц) составило 22 954 единицы. В 2013 году количество рассматриваемой категории налогоплательщиков увеличилось на 72 единицы и составило 23 026 единиц. В 2014 году количество налогоплательщиков составило 21 197 единиц, что на 1 829 единиц (7,94%) меньше, чем в 2013 году и на 1 757 единиц (7,64%) меньше, чем в 2012 году.

Таким образом, количество налогоплательщиков в Ханты-Мансийске с 2012 года по 2013 увеличилось на 72 единицы, а с 2012 года по 2014 количество налогоплательщиков сократилось на 1 757 единиц.

После того, как было рассмотрено количество налогоплательщиков, необходимо проанализировать количество строений, помещений и сооружений физических лиц в Ханты-Мансийске, чтобы в дальнейшем рассчитать налоговую базу по данным строениям, помещениям и сооружениям.

Таблица 2

Анализ количества строений, помещений и сооружений физических лиц в Ханты-Мансийске

Показатели	2012		2013		2014		Отклонение
	Ед.	Доля, %	Ед.	Доля, %	Ед.	Доля, %	
Количество строений, помещений и сооружений, по которым налог предъявлен к уплате, единиц	24 490	100	24 427	100	25 066	100	576

Источник: Федеральная налоговая служба

В 2012 году количество строений, помещений и сооружений, по которым налогоплательщикам предъявлен налог к уплате, составило 24 490 единиц. В 2013 году количество строений, помещений и сооружений уменьшилось на 63 единицы и составило 24 427 единиц. В 2014 году количество строений, помещений и сооружений составило 25 066 единиц, что на 639 единиц (2,62%) больше, чем в 2013 году и на 576 единиц (2,35%) больше, чем в 2012 году.

Таким образом, количество строений, помещений и сооружений, в отношении которых налогоплательщикам (физическим лицам) был исчислен налог за анализируемый период выросло на 576 единиц.

Проанализируем налоговую базу по физическим лицам, а так же налоговую базу в расчете на 1 физическое лицо. Это необходимо в дальнейшем для расчета суммы налога.

Таблица 3

Анализ динамики налоговой базы по налогу на имущество физических лиц

Показатели	2012	2013	2014	Отклонение
Налоговая база, тыс.руб.	7 062 404	7 321 769	8 089 219	1 026 815
Налоговая база на 1 физическое лицо, тыс.руб.	307,68	317,98	381,62	73,94

Источник: Федеральная налоговая служба

Инвентаризационная стоимость строений, помещений и сооружений физических лиц в 2012 году составила 7 062 404 тыс.руб. В 2013 году налоговая база составила 7 321 769 тыс.руб., что на 259 365 тыс.руб. (3,67%) больше, чем в 2012 году. В 2014 году инвентаризационная стоимость выросла на 767 450 тыс.руб. (10,48%) по сравнению с 2013 годом и на 1 026 815 тыс.руб. (14,54%) по сравнению с 2012 годом.

В 2012 году налоговая база на 1 физическое лицо составила 307,68

тыс.руб. В 2013 году налоговая база увеличилась на 10,3 тыс.руб. (3,35%) по сравнению с 2012 годом и составила 317,98 тыс.руб. Налоговая база на 1 физическое лицо в 2014 году составила 381,62 тыс.руб., что на 63,64 тыс.руб. (20,01%) больше, чем в 2013 году и на 73,94 тыс.руб. (24,03%) больше, чем в 2012 году.

Рассмотрев количество строений, сооружений и помещений, а также налоговую базу по физическим лицам, можно проанализировать сумму налога, подлежащую в бюджет Ханты-Мансийска.

Таблица 4

Начисление по налогу на имущество физических лиц

Показатели	2012	2013	2014	Отклонение
Сумма налога, подлежащая уплате в бюджет, тыс.руб.	13 809	14 182	16 018	2 209
Сумма налога, подлежащая уплате в бюджет с 1 физического лица, тыс.руб.	0,60	0,62	0,76	0,16

Источник: Федеральная налоговая служба

В 2012 году сумма налога, подлежащая в бюджет, составила 13 809 тыс.руб. В 2013 году сумма налога увеличилась на 373 тыс.руб. (2,7%) по сравнению с 2012 годом и составила 14 182 тыс.руб. В 2014 году сумма налога, которая подлежит уплате в бюджет, составила 16 018 тыс.руб., что на 1 836 тыс.руб. (12,95%) больше, чем в 2013 году и на 2 209 тыс.руб. (16%) больше, чем в 2012 году.

В 2012 году сумма налога, подлежащая уплате в бюджет с 1 физического лица, составила 0,60 тыс.руб. В 2013 году сумма увеличилась на 0,02 тыс.руб. (3,33%), по сравнению с 2012 годом и составила 0,62 тыс.руб. В 2014 году сумма налога, которая подлежит уплате в бюджет, составила 0,76 тыс.руб., что на 0,14 тыс.руб. (22,58%) больше, чем в 2013 году и на 0,16 тыс.руб. (26,67%) больше, чем в 2012 году.

При анализе количества налогоплательщиков были рассмотрены налогоплательщики, которым были предоставлены налоговые льготы. Поэтому будет целесообразно проанализировать сумму налога на имущество физических лиц, которая не поступила в бюджет Ханты-Мансийска из-за применения налоговых льгот. Итак, проведем анализ выпавших сумм налога на имущество физических лиц.

Таблица 5

Анализ суммы налога, которая не поступила в бюджет в связи с
предоставлением налоговых льгот

Показатель	2012		2013		2014		Отклонение
	Тыс.руб.	Тыс.руб.	Темп роста, %	Темп роста, %	Тыс.руб.	Темп роста, %	
Общая сумма налога, не поступившая в бюджет ХМАО-Югры, тыс.руб.	7 280	6 347			8732		1 452

Источник: Федеральная налоговая служба

В 2012 году общая сумма налога, которая не поступила в бюджет в связи с предоставлением налогоплательщикам налоговых льгот и в связи с применением налогоплательщиками специальных налоговых режимов, составила 7 280 тыс.руб. выпавшая сумма в 2013 году уменьшилась на 933 тыс.руб. и составила 6 347 тыс.руб. В 2014 выпавшая сумма составила 8 732 тыс.руб., что на 2 385 тыс.руб. больше, чем в 2013 году и на 1 452 тыс.руб. больше, чем в 2012 году.

Таким образом, можно сделать следующие выводы, количество налогоплательщиков по налогу в анализируемом периоде уменьшилось на 1 757 единиц. Количество строений, сооружений и помещений 576 единиц за три года. С 2012 по 2014 года сумма налога, подлежащая уплате в бюджет, увеличилась на 2 209 тыс.руб. В связи с предоставлением льгот налогоплательщикам за анализируемый период не поступило в бюджет Ханты-Мансийска 8 730 тыс.руб., что на 1 624 тыс.руб. больше, чем в 2012 году.

Для того, чтобы оценить роль налога на имущество физических лиц в формировании бюджета Ханты-Мансийска, необходимо провести анализ налоговых поступлений в местный бюджет и найти удельный вес налога на имущество физических лиц в общей сумме.

Таблица 6

Поступление налога на имущество физических лиц
в бюджет Ханты-Мансийска

Показатель	2012		2013		2014	
	тыс. руб.	Доля, %	тыс. руб.	Доля, %	тыс. руб.	Доля, %
Налоговые поступления, тыс.руб.	3 098 148,77	100	3 314 674,2	100	2 789 276,2	100
в том числе:						
Налог на доходы физических лиц, тыс.руб.	2 789 567, 3	80,63	2 678 589,9	80,81	2 284 4 24,7	81,9

Налоги на товары (работы, услуги), реализуемые на территории РФ, тыс.руб.	-	-	-	-	33 087,4	1,18
Налоги на совокупный доход, тыс.руб.	361 332,64	10,44	350 358,0	10,57	359 898,5	12,90
Налог на имущество физических лиц, тыс.руб.	9 332,53	0,27	13 674,3	0,41	13 543,3	0,48
Транспортный налог, тыс.руб.	145 624,15	4,20	137 206,70	4,14	-	-
Государственная пошлина, сборы, тыс.руб.	18 831,88	0,54	22 188,3	0,00	25 371,8	0,91
Земельный налог, тыс.руб.	134 657,27	3,89	112 465,81	0,67	72 930,40	2,61
Задолженность и перерасчёты по отменённым налогам, тыс.руб.	135,64	0,004	191,2	3,39	20,1	0,001

Источник: АИС «Мониторинг Югра»

Итак, налог на имущество физических лиц занимает в формировании налоговых доходов местного бюджета от 0,2 до 0,5%. В 2012 году его доля составила 0,27%. В 2013 году доля налога на имущество физических лиц увеличилась на 0,14%, по сравнению с 2012 годом и составила 0,41%. В 2014 году доля налога на имущество физических лиц составила 0,48%, что на 0,07% больше, чем в 2013 году и на 0,21% больше, чем в 2012 году.

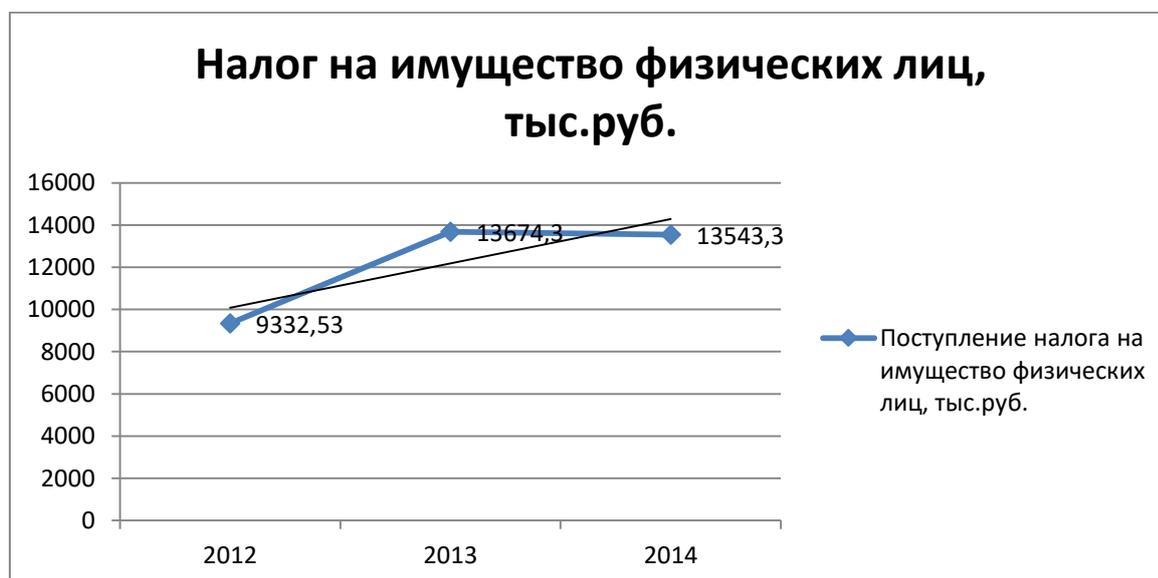


Рисунок 1 – Поступление налога на имущество физических лиц в бюджет Ханты-Мансийска в период с 2012 по 2014 года

Таким образом, поступление налога на имущество имеет скачкообразную форму, так как в 2013 году поступления увеличиваются, по сравнению с 2012 годом, а в 2014 году поступления уменьшаются

относительно 2013 года. Рост поступлений налога может быть связан с увеличением налоговой базы.

Итак, можно сделать вывод о том, что налог на имущество физических лиц играет не первостепенную роль в формировании бюджета г.Ханты-Мансийска. Его доля в бюджете находится в диапазоне 0,27 – 0,48%.

Для того, чтобы увеличить долю налога на имущество физических лиц в бюджете Ханты-Мансийска возможны такие мероприятия как:

- 1) повышение налоговой нагрузки на среднего налогоплательщика;
- 2) ограничение предоставления налоговых льгот по налогу на имущество физических лиц;
- 3) применение прогрессивных налоговых ставок на нежилую и элитную недвижимость;
- 4) принятие мер, направленных на обложение налогом ранее неучтенных и неоцененных объектов.

Использованные источники:

1. Бабун Р. В. Организация местного самоуправления: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2010. - 224с.
2. Грязновой А.Г. Финансы: учебник М.: Финансы и статистика, 2010. - 504с.
3. Поляка Г.Б.- Финансы: учебник.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 607с.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации часть первая от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ и часть вторая от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ. - М.: ТК Велби, 2014.- 544с.

*Вологина Ж.Ю., к.биол.н.
доцент*

Сакаева А.А.

студент 4 курса

факультет информационных технологий и управления

Башкирский государственный аграрный университет

Россия, г. Уфа

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОКАЗАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье рассматривается система оказания государственной социальной помощи населению в Российской Федерации, обозначаются основные проблемы данной системы, а также предлагаются пути решения данных проблем.

Ключевые слова: социальная помощь, социальная политика, социальное государство.

Понятие государственной социальной помощи населению напрямую связано с оказанием различных социальных услуг незащищенным слоям населения, а также реализацией государственных социальных программ, направленных на улучшение жизни определенных слоев населения.

Российская Федерация впервые провозгласила себе социальным

государством в 1993 году, ставя перед собой следующие задачи обеспечения гражданам данных условий:

- каждый гражданин должен иметь достойный человека прожиточный минимум;

- каждый трудоспособный человек должен иметь возможность зарабатывать на себя и на содержание всей семьи;

- нетрудоспособные или граждане, не имеющие по каким-либо причинам возможности трудиться (дети, больные, инвалиды, пенсионеры, безработные, беженцы и переселенцы), должны иметь возможность поддерживать обычный жизненный стандарт за счет перераспределения государством средств, накопленных субъектами, участвующими в экономической жизни страны. [1]

Можно сказать, что сущность государственной социальной помощи населению заключается в нормативно-правовом регулировании, а также реализации государственных программ, с помощью которых можно должным образом обеспечивать социальные гарантии всех слоев населения, а также поддерживать достойный уровень жизни, повышая благосостояние всех граждан страны.

На данный момент в Российской Федерации реализуется ряд государственных программ, направленных на осуществление социальной помощи населению, что также свидетельствует о том, что Российская Федерация является социальным государством. [2]

Необходимо понимать, что реализация концепции «социального государства» предполагает слаженную и эффективную систему осуществления государственной социальной помощи населению, а также соответствующее нормативно-правовое регулирование данной сферы.

На сегодняшний день можно выделить следующие проблемы в области оказания государственной социальной помощи в Российской Федерации:

- 1) Эффективное осуществление социальной помощи населению и постоянное её совершенствование просто невозможно без соответствующей нормативно-правовой базы, отвечающей современным реалиям и вызовам. На сегодняшний день, нормативно-правовая база Российской Федерации в области регулирования государственной социальной помощи населению достаточно обширна и многообразна, однако, существует проблема низкой кодификации законов, что создает ряд проблем и неточностей. В связи с этим возникает потребность в четкой систематизации законодательства с помощью создания единого кодифицированного нормативно-правового акта, регулирующего данную сферу жизни общества.

- 2) Существует проблема низкой активности представителей бизнес-структур в области обеспечения социальной помощи населению. Зарубежный опыт показывает, что оказание социальной помощи населению может осуществляться более эффективно благодаря повышению активности инициативных граждан (предпринимателей, общественных организаций), и государство, в свою очередь, может передавать данным структурам часть

своих полномочий по обеспечению социальной помощи населению. Для этого необходимо развивать такой институт, как государственно-частное партнерство, давая представителям бизнеса различные преференции с целью повышения уровня и качества оказания социальной помощи населению, а также необходимо развивать такую новую для нашей страны сферу, как социальное предпринимательство, стимулируя бизнесменов различными правовыми и экономическими методами.

3) Оказание социальной помощи населению является сложным многоуровневым процессом и осуществляется как на федеральном уровне и уровне субъектов, так и в большей степени органами местного самоуправления. Соответственно, для повышения эффективности оказания социальной помощи и координации между органами государственной власти и местного самоуправления необходимо создание четкой иерархичной системы органов оказания социальной помощи населению с целью реализации единой государственной политики в данной области. Также необходимо создать развитую информационно-коммуникативную инфраструктуру социальной сферы, что предполагает создание межведомственной информационной сети, с помощью которой появится возможность совместной работы по анализу социальной информации и консолидированного подхода к решению существующих проблем.

Таким образом, в системе оказания социальной помощи населению в Российской Федерации имеется ряд проблем, решить которые возможно с помощью эффективного взаимодействия государства и институтов гражданского общества, а также с использованием положительного опыта зарубежных стран.

Использованные источники:

- 1 Конституция Российской Федерации : от 12 дек. 1993 г. [Электронный ресурс] : (ред. от 21.07.2014) // СПС «Консультант Плюс».
- 2 Портал государственных программ Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://programs.gov.ru/Portal/>

*Ворошилова И. В., доктор экономических наук
профессор*

кафедра «Денежное обращение и кредит»

Ганеева А. С.

студент 4 курса

факультет «Финансы и Кредит»

*ФГБОУ ВПО «Кубанский Государственный
Аграрный Университет»*

Россия, г. Краснодар

РАЗВИТИЕ СХЕМ РЕФИНАНСИРОВАНИЯ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

В статье рассматриваются действующие схемы рефинансирования ипотечного кредитования на основе закладных, дается оценки их

преимуществ и недостатков, и предлагаются пути совершенствования имеющихся схем на базе рыночных инструментов фондового рынка.

Ключевые слова: схема рефинансирования, ипотечное кредитование, закладная, облигации.

DEVELOPMENT OF SCHEMES OF REFINANCING OF MORTGAGE LENDING IN COMMERCIAL BANK

In article the acting schemes of refinancing of mortgage lending on the basis of mortgages are considered, it is given estimates of their benefits and shortcomings, and ways of enhancement of the available schemes based on market tools of the stock market are offered.

Keywords: scheme of refinancing, mortgage lending, mortgage, bonds.

Современная теория банковского дела понимает под рефинансированием ипотечного кредита привлечение кредитными организациями дешевых краткосрочных межбанковских ссуд или кредитов ЦБ РФ, заемных средств посредством выпуска ценных бумаг для обеспечения, выданных банком кредита либо с целью пополнения ресурсной базы банка. Современная практика предлагает множество схем рефинансирования, многие из которых базируются на использовании ипотечных ценных бумаг. В настоящее время разработка вопросов построения эффективных программы рефинансирования имеет большое научное и практическое значение, что связано со специфическими характеристиками ипотечного кредитования.

ПАО «Сбербанк России» проводит рефинансирование ипотечного кредитования через схему привлечения инвесторов через общий фонд банковского управления (ОФБУ).

Механизм рефинансирования в рассматриваемом банке включает следующие этапы:

1. Заключается кредитный договор между банком и заемщиком по ипотечному кредиту – приобретателем жилья.

2. Оформляется закладная, которая переходит банку. В регистрирующем учреждении юстиции делается запись в государственном реестре об ипотеке.

3. Доверительный управляющий ОФБУ на средства учредителей приобретает закладные.

4. Для перехода прав по закладной на ней совершается передаточная надпись в пользу доверительного управляющего и ему передается закладная. Переход прав по закладной означает передачу этому же лицу прав по обеспеченному ипотекой обязательству (кредиту). Орган, осуществляющий государственную регистрацию ипотеки, регистрирует доверительного управляющего в едином государственном реестре прав на недвижимое имущество в качестве залогодержателя с указанием его наименования и места нахождения и стоимости обеспеченного ипотекой обязательства.

5. Должник по обязательству, обеспеченному ипотекой, получивший от нового владельца закладной письменное уведомление о регистрации

последнего в едином государственном реестре прав на недвижимое имущество с заверенной надлежащим образом выпиской из реестра, делает промежуточные и окончательные платежи.

б. Доверительный управляющий формирует портфель закладных с тем, чтобы обеспечить учредителям ОФБУ стабильный доход. В случае погашения, в том числе досрочного, доверительный управляющий покупает на вырученные средства другие закладные.

Необходимость рефинансирования обусловлена отсутствием у банка долгосрочных ресурсов, что усугубляется длительными сроками действия ипотечных кредитных договоров. Одним из инструментов решения проблемы является выпуск закладных, правоотношения по которым регулируются нормами 3 главы Федерального закона “Об ипотеке (залоге недвижимости)” [1].

Закладная, являясь ценной бумагой, может участвовать в хозяйственном обороте наравне с другими ценными бумагами. Оборот закладных сопровождается рядом проблем: отсутствие регистрации и централизованной базы данных по закладным, поскольку они не являются эмиссионными бумагами, что может привести к ухудшению регулирования рынка ипотечных кредитов; затрудненность использования, создаваемая формой документа, характеризующееся громоздкостью, множеством приложений. Для выхода из этой ситуации целесообразно контролировать переход соответствующих прав собственности посредством функционирования специального ипотечного регистратора, который не должен заменять государственные органы, регистрирующие сделки по ипотеке, в его функции может входить весь объем работ по регистрации перехода прав требования по закладным [2].

Для устранения отмеченных недостатков нами предлагается усовершенствовать действующую схему рефинансирования на базе расширения спектра используемых ценных бумаг, включая облигации, которые рассматриваются участниками рынка как надежные легко обращаемые финансовые инструменты. Механизм рефинансирования с участием ОФБУ на базе облигаций в этом случае будет выглядеть следующим образом (рис. 1).



Рисунок 1 – Усовершенствованная схема участия ОФБУ ПАО «Сбербанк России» в рефинансировании ипотеки на базе облигаций

Региональные и местные органы власти, заинтересованные в развитии ипотечного кредитования в своем регионе, могут инициировать создание ОФБУ при крупных региональных банках. В фондах целесообразно размещать денежные средства региональных и местных органов власти, направленные на поддержку ипотечного кредитования, а также средства пенсионных фондов, населения, предприятий.

При этом бюджетные средства, направленные в ОФБУ, не следует рассматривать как безвозмездное бюджетное финансирование программы, а как долгосрочный актив, приносящий стабильный индексированный доход, защищенный от возможного банкротства кредитной организации, поскольку кредитная организация является лишь доверительным управляющим, а имущество, переданное в управление, не будет включено в конкурсную массу при банкротстве банка. При этом в инвестиционной декларации может быть указано, что деньги учредителей направляются на покупку закладных данного региона или сформулированы другие ограничения.

Главным преимуществом данной схемы является то, что в регионе создается рынок закладных, ипотечных облигаций, что необходимо для создания самостоятельной системы рефинансирования ипотечного кредитования и активного вовлечения кредитных организаций региона в такое кредитование [3].

Использованные источники:

1. Об ипотеке (залоге о недвижимости): федеральный ФЗ РФ от 16.07.1998г. [принят Гос. Думой 24 июня 1997г.; по сост. на 05.10.2015г.] - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Об ипотечных ценных бумагах: федеральный ФЗ РФ от 11.11.2003г. [принят Гос. Думой 14 октября 2003г.; по сост. на 30.12.2015г.] -

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

3. Сигал И. М. Основные модели привлечения инвестиций в развитие ипотечного жилищного кредитования/ И. М. Сигал// Проблемы современной экономики. - 2011. - №1. – С. 258-261.

*Габова Е.А.
студент 4го курса
ИМЭК*

*Югорский Государственный Университет
Апаликов А.Н.
научный руководитель
Россия, г. Ханты-Мансийск*

СТРАХОВАНИЕ КАК МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ

Любая предпринимательская деятельность тесно связана с опасностями, угрожающими различным имущественным интересам участника экономической деятельности, т.е. рисками. Под рисками следует понимать возможные негативные действия или события, в результате которых могут возникнуть убытки, и имущественный ущерб.

Целью управления финансовым риском считается сокращение издержек, связанных с данным риском до минимума. Хорошо известны четыре метода управления риском: упразднение, предотвращение потерь и контроль, страхование, поглощение. Среди методов управления рисками большое внимание уделяется страхованию.

С экономической точки зрения страхование это способ возмещения убытков, которые потерпело физическое или юридическое лицо, с помощью их распределения между многими лицами (страховой совокупностью).

Страхование - это способ побуждения другого лица к принятию на себя риска - взамен получения определенного вознаграждения. Предприниматель, собственник производства, страхуя свои возможные финансовые потери, заключает со страховой компанией своего рода пари – произойдет страховой случай или нет. А страховая компания на основе статистики с математической точностью рассчитывает вероятность наступления риска.

Выбор конкретного метода управления рисками в значительной степени зависит от специфики предпринимательской деятельности, принятой стратегии достижения поставленных целей, конкретной ситуации и других факторов.

Риск может быть застрахован, если отвечает четырем критериям:

- риск связан с угрозой большому количеству клиентов;
- убытки должны быть делом случая и не должны быть подвластны воле предпринимателя;
- убытки должны поддаваться точному измерению;
- вероятные убытки должны быть столь серьезными, что предприниматель не сможет их восполнить.

В целом, преимущества использования страхования как механизма

управления риском сводятся к следующим факторам:

- привлечение страхового капитала для компенсации убытков предприятия;
- снижение неопределенности в финансовом планировании деятельности предприятия;
- высвобождение денежных средств для более эффективного использования;
- сокращение затрат на управление риском путем использования опыта страховых экспертов для оценки и управления риском.

Привлечение страхового капитала является очень важной задачей. Страховые фонды представляют собой гарантированный источник денежных средств для компенсации убытков страхователя в случае возникновения неблагоприятных событий, например, когда при возникновении крупных убытков использование собственных денежных ресурсов может быть ограничено. Это также актуально в том случае, если ограничена способность предприятия привлекать внешние кредиты для компенсации убытков.

Страхование рисков предприятия снижает неопределенность в планировании финансовой деятельности. Предприятие заменяет неизвестные ему затраты на компенсацию убытков в будущем определенными затратами на уплату страховой премии. Происходит это благодаря эффекту интегрирования отдельных рисков индивидуальных страхователей в общем массиве страхового фонда страховщика. В соответствии с законом больших чисел неопределенность при этом уменьшается, что находит свое отражение и в размере страховой премии.

Снижение неопределенности в финансовом планировании дает существенную экономическую выгоду - высвобождение денежных средств, которые должны были бы резервироваться в фонде риска для покрытия непредвиденных убытков, а теперь могут быть использованы для получения дохода при инвестировании в производство.

Особую роль играет и такой фактор, как сокращение затрат на управление риском. Для страхователя очень важно то обстоятельство, что страховые компании располагают опытом и статистическими данными в отношении разнообразных рисков. Этот опыт находит свое отражение в страховых тарифах. Страховщик, таким образом, выполняет за страхователя часть работы по сбору статистических данных о вероятности наступления и ожидаемых потерях при наступлении страховых событий, а страхователь косвенным образом оплачивает эти расходы, поскольку они заложены в страховую премию.

Использование механизма страхования как финансового инструмента для покрытия риска связано с определенными проблемами, основная из которых заключается в том, что практически никогда страхование не может обеспечить полную компенсацию всех убытков.

Любой крупный промышленный объект обладает чертами уникальности, и это обстоятельство следует иметь в виду при обсуждении

условий страхования. Проблемы, связанные с уникальностью объектов страхования, можно разделить условно на несколько категорий:

1. Невозможность определить адекватное страховое покрытие. Предлагаемое в рамках договора страховое покрытие может быть неполным либо в части перечня охватываемых событий, либо в части проведения оценки, т.е. максимально возможной величины убытка для данного риска. Ошибка в ту или иную сторону приведет к недострахованию либо к чрезмерному страхованию.

2. Отсутствие страхового покрытия для специфических рисков. Уникальность объектов страхования или нестандартность их функционирования могут привести к тому, что предприятие не сможет найти даже частичное страховое покрытие некоторых своих рисков в силу отсутствия рыночной практики их страхования.

3. Неадекватный размер страховой премии. Неопределенность относительно будущих убытков заставляет страховщика «подстраховываться» самому и завышать размер страховой премии, что, разумеется, невыгодно страхователю. Как показывает опыт, подобное завышение может быть двух-трехкратным и более против разумной величины страховой премии.

4. Трудности сравнения условий конкурирующих страховых компаний. Как правило, крупный риск побуждает страхователя организовывать своеобразный «тендер» среди страховщиков для получения максимально выгодных для себя условий страхования. Однако сравнить условия различных страховых компаний для сложного и уникального объекта зачастую очень непросто, и минимальный размер страхового тарифа здесь не является главным критерием. В подобных случаях факторами, определяющими выбор, являются, как правило, надежность и опыт работы страховщика в данной отрасли промышленности.

Процесс управления рисками может быть разбит на несколько этапов:

- определение цели — для индивида: забота о здоровье, поддержании уровня жизни, защите домашнего имущества, автомобиля и т.д.; предпринимательской структуры: обеспечение существования фирмы в непредвиденных обстоятельствах (пожар, ограбление, затопление и т.д.);

- выяснение риска — осознание риска индивидом или хозяйствующим субъектом. Осознание риска, как правило, опирается на статистическую практику (например, процент невозвращения кредитов, выдаваемых банками, или средняя сумма невозвращенного кредита);

- оценка риска — определение его серьезности с позиции вероятности и размера возможного ущерба;

- выбор и применение метода управления рисками — из рассмотренных выше (избежание, предотвращение потерь и контроль, страхование, поглощение). Конкретный метод выбирается в зависимости от вида риска. На практике распространено использование нескольких методов управления рисками;

- оценка результатов – производится на базе точной информации, дающей возможность рассмотреть имеющиеся убытки и действия, осуществляемые для их предотвращения

Таким образом, конечная цель управления рисками соответствует главной цели предпринимательства – получение наибольшей прибыли при возможно минимальном риске.

Использованные источники:

1. Аракельян К. С. Управление рисками с использованием механизма страхования // Вестник АГТУ. Серия: экономика. -2014. - №1.
2. Особенности управления риском в страховании / А.В. Гукова, Д.А. Вишенин// Финансы и кредит, 2013. - №8. - с. 43-46
3. Грищенко Н.Б. Основы страховой деятельности: учеб. пособ. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2015. - 274 с.

Газарян Н.Г.

студент 3 курса

факультет Финансы и кредит

Захарян А.В., к.э.н.

научный руководитель, доцент

факультет Финансы и кредит

Кубанский государственный аграрный университет

Российская Федерация, г. Краснодар

СУЩНОСТЬ И МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА РФ В ПЕРИОД ЕВРОПЕЙСКИХ САНКЦИЙ

Государственный бюджет – это форма образования и использования централизованного фонда денежных средств для выполнения задач и функций государства.

Сбалансированность бюджетов всех уровней является основополагающим принципом бюджетной системы. Ситуация, в которой доходы бюджета превышают его расходы, называется профицитом бюджета. Дефицит бюджета, наоборот, предполагает превышение расходов государства над его доходами [2].

Какая же ситуация является наиболее благоприятной для экономики государства: дефицит или профицит бюджета? Для начала необходимо отметить, что первичный профицит необходим многим кредиторам и инвесторам, чтобы определить, сможет ли государство погашать долги, которые есть сегодня и будут из этого первичного дефицита. Первичный дефицит – это превышение доходов над расходами без учета расходов на обслуживание государственного долга.

Однако для бюджетов западных стран дефицит бюджета является нормальной и даже более благоприятной ситуацией, так как это стимулирует экономическое развитие государства. Дефицит не опасен для страны в случаях, если он связан с крупными государственными вложениями в

экономику. Это влечет за собой развитие экономики.

Но дефицит может отражать и кризисное состояние экономики, неэффективность финансовых вложений и связей.

В Бюджетном кодексе Российской Федерации определено, что бюджеты всех уровней должны быть составлены без профицита.

Для борьбы с профицитом бюджета и для его сокращения необходимо принять следующие меры:

- сократить поступление доходов от продажи государственного и муниципального имущества;
- обеспечить дополнительное погашение долговых обязательств;
- увеличить расходы бюджета;
- уменьшить налоговые доходы путем изменения налогового законодательства РФ [1].

Важно отметить, что бюджет РФ сегодня учитывает последствия санкций и падение цен на нефть. Сокращение доходной части бюджета из-за того, что фактическая цена на нефть ниже прогнозной цены на следующий год может заставить правительство пересмотреть бюджет государства. Дополнительные нефтегазовые доходы могут быть распределены напрямую на покрытие дефицита бюджета, если не будет выполнена программа заимствований.

На экономику России негативно влияют и ограничения в сотрудничестве в наиболее важных сферах, а именно в сферах высоких технологий, финансов, стратегических отраслей.

Введение санкций также ухудшило инвестиционное положение в Российской Федерации. Таким образом, бюджет РФ испытывает большие потери, связанные со снижением темпов роста экономики и объемов импорта.

Если дефицит бюджета превышает 3%, то необходимо отыскать источники его финансирования. Ими могут быть:

- внутренние источники финансирования (кредиты кредитных учреждений, государственные внутренние займы через ценные бумаги, безвозмездная передача средств из бюджета другого уровня);
- внешние источники финансирования (государственные займы в иностранной валюте, кредиты правительств иностранных государств, зарубежных банков, фирм и международных финансовых организаций) [4].

Дефицит бюджета не должен превышать суммарного объема бюджетных инвестиций и расходов на обслуживание государственного долга [3].

Также для сокращения государственного дефицита необходимо сократить расходы бюджета на дотации убыточным отраслям. Это весьма негативно влияет на экономику, так как в этом случае это не принесет никакой экономической пользы государству, а денежные средства будут израсходованы попусту.

Еще одним способом для борьбы с дефицитом является дополнительная

эмиссия денег Центральным банком, что ведет к увеличению денежной массы. В обращении появляются дополнительные деньги, но это может привести к инфляции, поэтому необходимо грамотно спрогнозировать последствия применения данного способа.

Необходимо также отметить, что коррупция в государственном секторе является одной из причин дефицита государственного бюджета. Для решения этой проблемы в 2008 году был принят Федеральный закон "О противодействии коррупции".

Федеральный бюджет Российской Федерации на 2016 год принят с дефицитом в 2,36 триллиона рублей (3 процента ВВП), что является не опасным дефицитом.

Использованные источники:

1. Захарян А.В. Основные пути развития бюджетной системы/Степина В.В., Захарян А.В.//Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 134-136.
2. Захарян А.В. Государственный бюджет и проблема его сбалансированности/Комаревцева Д.М., Захарян А.В.// Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 192.
3. Захарян А.В. Государственный бюджет как инструмент экономической политики РФ/Легкодымова Е.Е., Захарян А.В.// Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 67-70.
4. Захарян А.В. Совершенствование и оптимизация бюджетной системы РФ/Чич З.А., Захарян А.В.//Новая наука: Проблемы и перспективы. 2016. № 3-1 (67). С. 90-92.

*Гайсина Д.Ф.
студент 3го курса
Балыкбаева Р.С.
ассистент*

*Башкирский Государственный Аграрный Университет
Россия, г. Уфа*

ПРОБЛЕМЫ ВЫХОДА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ

Аннотация: В статье представлены способы выхода предприятий на фондовый рынок. Рассмотрены основные серьезные проблемы, с которыми сталкиваются предприятия при выходе на рынок ценных бумаг в России. Предложены мероприятия, с помощью которых предприятие сможет улучшить свое финансовое положение и заинтересовать инвесторов.

Ключевые слова: рынок ценных бумаг, фондовый рынок, инвестиции, инвестор, компания-эмитент, котировка, финансовые ресурсы.

На сегодняшний день многие российские компании для развития своего бизнеса нуждаются в инвестициях. Обычный путь решения этой проблемы —

поддержка государства в виде льгот, дотаций и т.д. Однако существует и другой вариант привлечения инвестиций – выпуск ценных бумаг компании.

Выход компании-эмитента на фондовый рынок означает появление котировок ее ценных бумаг на организованных торговых площадках. В современном мире существуют следующие варианты выхода на рынок:

1. Первичное размещение ценных бумаг бывает двух видов:

А) Частное размещение: пакет ценных бумаг продается ограниченному кругу лиц, предполагается закрытый характер сделки.

Б) Публичное размещение: происходит с помощью посредников, которыми могут выступать биржи или институциональные брокеры.

2. Вторичное обращение ранее выпущенных ценных бумаг: дальнейший после первичного размещения переход ценных бумаг от одних владельцев к другим, при этом сами эмитенты на вторичном рынке не получают финансирования.

К сожалению, при выходе на рынок ценных бумаг предприятие сталкивается с рядом серьезных проблем.

Во-первых, это отсутствия понимания менеджмента целесообразности и преимуществ выхода на фондовый рынок. При этом российские предприятия остро нуждаются в инвестициях. Одним из источников привлечения этих ресурсов является рынок ценных бумаг.

Многие руководители утверждают что, предприятию нужны оборотные средства, что основные средства изношены и требуется их модернизация. Одновременно жалуются на неприемлемые условия банков и на государство, которое поставило их в жесткие рамки, но когда заходит разговор о возможностях рынка ценных бумаг, оказывается, что они ничего не знают об этом.

Поэтому первая проблема, которую необходимо решить - разъяснить предприятиям возможность привлечения инвестиционных ресурсов посредством выпуска корпоративных ценных бумаг, использования рынка ценных бумаг как канала поступления финансовых ресурсов на предприятие.

Во-вторых, это желание получить контроль над предприятием. Как правило, менеджмент, группа инвесторов, стоящих за ним, или коалиция крупных акционеров, стремятся получить полноценное влияние на предприятие.

В-третьих, вопрос сохранения в процессе выхода на рынок уже полученного контроля над компанией-эмитентом. Сегодня в России сложился крупнооптовый рынок ценных бумаг. Собственники блокирующих и контрольных пакетов акций, получившие их в тяжелой борьбе приватизационного периода, предпочитают лишний раз не давать возможность недружественным конкурентам перехватить контроль. Поэтому убедить таких собственников в целесообразности выхода таких компаний на рынок крайне тяжело. Другое возможное решение - выпуск облигаций или привилегированных акций. Рынок облигаций сегодня в России переживает период своего активного развития. Однако для привлечения значительных

финансовых ресурсов через выпуск облигаций необходимо либо обеспечение третьих лиц, — а его получить обычно достаточно проблематично, либо значительный размер уставного капитала, который у большинства компаний ничтожно мал.

В-четвертых, низкая капитализация компаний-эмитентов. Большинство российских предприятий имеют небольшой уставный капитал, сформировавшийся еще во времена приватизации. Кроме того, многие компании не проводили независимую оценку своих основных активов для целей определения их реальной рыночной стоимости и отражения в бухгалтерской отчетности. Поэтому выходу компании на рынок ценных бумаг должна предшествовать переоценка (если таковая не делалась) и проведение технической эмиссии, связанной с увеличением уставного капитала общества.

В-пятых, неуверенность компаний-эмитентов в наличии потенциальных инвесторов. Прежде всего, она объясняется отсутствием информационной системы, обеспечивающей всех заинтересованных лиц оперативной информацией о деятельности компании-эмитента, рыночных котировках их ценных бумаг и объемах торговли ими. Большинство компаний-эмитентов ориентируется на западных инвесторов, что, не является исчерпывающим перечнем, поскольку на руках у частных российских инвесторов, сосредоточены значительные финансовые ресурсы, которые в определенных условиях могут прийти на рынок ценных бумаг.

На сегодняшний день создана инфраструктура, обеспечивающая возможность беспрепятственного доступа физических лиц на рынок ценных бумаг. Действенной мерой по привлечению инвесторов на фондовый рынок ценных бумаг могла бы стать льгота по подоходному налогу с физических лиц, приобретающих ценные бумаги на организованном рынке через профессиональных участников рынка ценных бумаг.

Выход предприятий на фондовый рынок позволит направить средства населения в выпускаемые ими ценные бумаги. Возникает мультипликативный эффект: растут доходы предприятий, населения, государства.

Учитывая все проблемы, с которыми компания может столкнуться выходя на фондовый рынок, предприятию необходимо постоянно анализировать спрос на ценные бумаги, развивать рекламно-информационную деятельность, совершенствовать производственный процесс, чтобы стать более привлекательной для инвесторов. Курс ценных бумаг зависит не только от реального положения дел в компании и в экономике в целом, но и от ожиданий. Поэтому инвесторам следует уделять больше внимания анализу и прогнозированию котировок.

Использованные источники:

1. Галланов, В.А. Рынок ценных бумаг [Текст]: учебник для студ. экон. спец. и напр. вузов / Под ред. В. А. Галанова, А. И. Басова; Российская экономическая академия им. Г. В. Плеханова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2013. - 448 с.
2. Едророва, В. Н. Рынок ценных бумаг [Текст]: учебное пособие для студ.,

обучающихся по спец. "Финансы и кредит": рек. УМО по образованию / В. Н. Едронова, Т. Н. Новожилова. - М.: Магистр, 2014. - 684 с.

3. Жуков, Е.Ф. Рынок ценных бумаг [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. "Финансы и кредит", "Мировая экономика", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" : допущено УМО по образованию / Е. Ф. Жуков [и др.]. - М. : Вузовский учебник , 2014. - 253 с.

4. Поляк, Г.Б. Финансы: Учебник для вузов, 3-е изд., перераб. и доп. / Под ред. проф. Г.Б. Поляка – М.: Юнити-Дана, 2015. – 277 с.

*Галецкий А.С.
студент 3-го курса
Константинов К.А.
студент 3-го курса
Шилова А.Э.*

*научный руководитель, преподаватель
кафедра финансы и кредит*

Кузбасский государственный технический университет

им. Т.Ф. Горбачева

Российская Федерация, г. Кемерово

ПРОБЛЕМА ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

В современных условиях все более актуальной становится проблема поиска работы для выпускников вузов, а так же наиболее полной реализации их профессионального и личностного потенциала. Попадая на рынок труда, молодые специалисты сталкиваются с различными видами сложностей. Современная рыночная ситуация в стране предъявляет высокие требования к качеству рабочей силы, специалисты обязаны обладать достаточным образовательным, профессиональным, квалификационным потенциалом, рабочая сила должна характеризоваться высокой мобильностью. Структурные преобразования российского общества на современном этапе актуализировали проблему эффективного обеспечения социально-экономического развития страны полноценными специалистами.

Особенно остро стоит вопрос противоречия между потребностями рынка труда в трудовых ресурсах, в том числе в труде выпускников высших профессиональных учебных заведений. Очевидно, что сегодня необходимо привести соответствие структуры спроса и предложения рабочей силы на рынке труда, поскольку только в этом случае возможно обеспечение достойного уровня оплаты труда молодых специалистов.

У современных молодых специалистов есть как ряд преимуществ перед другими претендентами, так и значительное количество проблем при трудоустройстве, причем проблемы эти новые, связанные со структурными изменениями российской экономики.

К сожалению, в современных условиях, когда высшее образование является одним из важнейших требований, предъявляемых к кандидату при трудоустройстве, появляется негативная для рынка труда тенденция: в

среднем 20-25 % абитуриентов, поступаая в вуз, руководствуются не личными предпочтениями и особенностями рынка труда, а лишь необходимостью получения любого диплома высшем образовании. Очевидно, что это негативным образом сказывается на уровне квалификации таких работников, зачастую подрывая в глазах работодателей рейтинг всех молодых специалистов.

Также можно отметить, что, поступаая в вуз после завершения обучения в школе и не определившись окончательно с выбором своей профессиональной деятельности в дальнейшем, некоторые студенты планируют получение второго высшего образования, причем выбор этот мотивирован не производственной необходимостью, а несоответствием первого образования требованиям рынка или личным предпочтениям. Такое сознательное затягивание профессионального выбора свидетельствует о низкой эффективности профориентационной работы, проводимой с молодёжью, о недостатке информации о перспективных вакансиях рынка труда, так же о низком уровне прогнозирования потребностей квалифицированных кадров для нужд экономики, о недостаточной мотивации выпускников школ на те профессии, которые действительно будут востребованы в перспективе.

Недостаточно выражена связь, между получаемыми профессиями и рынком труда: по разным оценкам, через три года после окончания вуза менее 20 % студентов вузов работают в областях, связанных с полученной специальностью.

Рассмотрим показатели, характеризующие уровень образования, а именно в ВУЗах за 2013-2015гг.

Таблица – 1.

Показатели	2013 Г.	2014 Г.	2015 Г.	Абсол	Абсол	Абсол	Относит	Относит	Относит
				ютное Отклон ение 2015\ 2013г	ютное Отклон ение 2015\ 2014г	ютное Отклон ение 2014\ 2013г	ельное отклоне ние; % 2015\ 2013	ельное отклоне ние; % 2015\ 2014	ельное отклоне ние; % 2014\ 2013
Численность образовательных учреждений ВПО	41	42	39	-2	-3	1	95,1	92,9	102,4
Всего студентов	87587	82557	76442	-11145	-6115	-5030	87,3	92,6	94,3
Количество студентов на 10 тыс. чел. населения	318	301	280	-38	-21	-17	88,0	93,0	94,7
Принято студентов в ВУЗы	16033	18358	16138	105	-2220	2325	100,7	87,9	114,5

В том числе государственные	15538	17436	15702	164	-1734	1898	101,1	90,1	112,2
В том числе не государственные	495	895	436	-59	-459	400	88,1	48,7	180,8
Выпущено специалистов	17774	17136	15833	-1941	-1303	-638	89,1	92,4	96,4
В том числе государственные образовательные учреждения	16857	16131	14931	-1926	-1200	-726	88,5	92,6	95,7
В том числе не государственные образовательные учреждения	917	1005	902	-103	-15	88	98,4	89,8	109,6
Выпущено специалистов на 10тыс. чел. населения	64	63	60	-4	-3	-1	93,8	95,2	98,4

Опираясь на статистические данные, представленные в таблице 1, можно выявить множество негативных факторов, однако среди них, есть и положительные. Так, например число принятых студентов в ВУЗы, за весь анализируемый период, выросло на 105, или же почти на 1%. Однако в 2015г. по сравнению с 2014г., число принятых студентов снизилось на 12%. За весь анализируемый период наблюдалось снижение количества студентов, а именно – 11145 чел., или же на 12,7%. Это происходит, из-за сокращения бюджетных мест в ВУЗах, наряду с этим, многие семьи не в состоянии предоставить детям хорошее обучение. А так же, это свидетельствует о не заинтересованности детей к обучению в современном обществе. Анализируя показатель: выпущено специалистов, можно отметить так же тенденцию к снижению, за весь период число выпускников сократилось на 11%. Так же происходит снижение выпуска специалистов с государственных ВУЗов, так как, большая часть студентов учиться именно в государственных, спад произошел на 11,5%. За период 2013-2015гг., наблюдалось сокращение численности образовательных учреждений, а именно почти на 5%. Это происходит в большей степени от не прохождения Государственной Аттестации и в меньшем случае от нехватки денежных средств если это не государственные.

Одной из проблем для выпускников вузов является низкий уровень оплаты труда, который предлагают потенциальные работодатели. В сегодняшних условиях основные сложности с трудоустройством испытывают в первую очередь молодые специалисты, только вступающие на карьерную лестницу. У работодателей же, сложилось неоднозначное отношение к сотрудникам не имеющих опыта работы, для принятия на вакантную

должность. Для одних компаний это рассматривается как бесполезная трата времени, для других - наоборот, как возможность укрепить и даже улучшить свои позиции на рынке, когда они готовы обучать и способствовать развитию молодого специалиста, обладающего потенциалом. Но привычным сегодня явлением становится поведение студентов и молодых специалистов, имеющих лишь диплом о высшем образовании, но без опыта, при котором они стараются диктовать свои условия при принятии на работу. В связи с этим молодому специалисту предпочтительнее аргументировать свою позицию теми знаниями и навыками, которыми он обладает, а не просто желанием получать заработную плату с «большим количеством нулей». Для решения данных проблем необходимо применять мероприятия по повышению уровня практического обучения в учебных заведениях.

В настоящее время можно выделить ряд основных методов работы с выпускниками, которые используют крупные Российские и западные компании. Так же практикуется 4 метода работы с молодыми специалистами: программы стажировок; проведение презентаций в вузе; участия в днях карьеры; а так же подбор молодых специалистов на отдельные места в компании.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: выпускники вузов, как специфическая категория специалистов на рынке труда являются достаточно уязвимыми, очевидна необходимость государственной поддержки при их трудоустройстве. Разумеется, все пути выхода из сложившейся кризисной ситуации на молодежном рынке труда сталкиваются с препятствиями в социальной, экономической, правовой, политической сферах нашей жизни, поэтому все меры должны приниматься комплексно.

Использованные источники:

1. Проблемы в сфере высшего профессионального образования и рынок труда; Бондаренко О.В. – Учебник (стр. 44-79).
2. http://kemerovostat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/kemerovostat/resources/6156eb00408f5a2b9445f7367ccd0f13/Образование.htm
3. <http://www.rae.ru/forum2012/21/1478>
4. <http://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=31720>

*Ганибаева Р.Р.
магистрант 2-го курса
направление «Финансы публично-правовых образований»
ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный
университет»
Россия, г. Казань*

АНАЛИЗ ДОЛГОВОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЕФИЦИТА БЮДЖЕТОВ СУБЪЕКТОВ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация

Данная статья посвящена анализу долгового финансирования дефицита бюджетов субъектов Российской Федерации на примере субъектов Приволжского федерального округа. В статье рассмотрена структура и проведен анализ долговых источников финансирования дефицита региональных бюджетов по каждому субъекту Приволжского Федерального округа. Анализ объема привлекаемых средств для финансирования дефицита бюджетов из состава заемных источников, позволил выявить, что в среднем регионы Приволжского федерального округа привлекают в среднем 70-75% заемных средств.

***Ключевые слова:** дефицит бюджетов субъектов РФ, долговое финансирование, долговые обязательства в ценных бумагах, бюджетные кредиты, кредиты, полученные от кредитных организаций.*

*Ganibaeva R.R.
graduate student of the 2nd course, direction
"Finance public law entities"
FGAOU VPO "Kazan (Volga)
Federal University", Kazan*

ANALYSIS OF DEBT FINANCING BUDGET DEFICITS SUBJECTS OF THE VOLGA FEDERAL DISTRICT OF THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract

This article analyzes the debt financing of the Russian Federation budget deficit by the example of subjects of the Volga Federal District. The article describes the structure and analysis of debt financing sources for each subject of the Volga Federal District of the regional budget deficits. Analysis of the volume of attracted funds to finance the budget deficit from the borrowed sources revealed that on average, the regions of the Volga Federal District attracted an average of 70-75% of the borrowed funds.

***Keywords:** deficit budgets of the RF subjects, debt financing, debt securities, budgetary loans, loans from credit institutions.*

Долговые обязательства субъектов Российской Федерации представляют собой обязательства, формируемые из государственных заимствований, гарантий по обязательствам третьих лиц, другие

обязательства в соответствии с видами долговых обязательств, установленными БК РФ, принятые на себя субъектом Российской Федерации.

Актуальность темы исследования подтверждается тем, что в условиях значительного дефицита многих бюджетов регионов, невозможности существенного увеличения доходов в большинстве регионов за счет собственных источников, ограниченности финансовой помощи федерального центра субъекты РФ будут вынуждены более активно прибегать к использованию займов для финансирования дефицита бюджета.

Необходимо провести анализ объема средств, привлекаемых субъектами Приволжского федерального округа для финансирования дефицита бюджетов (таблица 1).

Таблица 1

Динамика и структура средств, привлекаемых для покрытия дефицита бюджетов субъектов Приволжского федерального округа и г. Москвы

Субъект ПФО	2013г.		2014г.		2015г.	
	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%
Общий объем средств, привлекаемых для покрытия дефицита бюджетов	217019	100	527166	100	591531	100
в т.ч. займы	147072	67,8	402518	76,4	439064	74,2
Республика Башкортостан	19316,7	100	22451,7	100	25689,1	100
в т.ч. займы	6837	35,4	6700	29,8	3202,4	12,5
Республика Марий Эл	3589,7	100	12451,2	100	15478,9	100
в т.ч. займы	2364,9	65,9	7093	57,0	11954,2	77,2
Республика Мордовия	21458,9	100	68952,1	100	58233,2	100
в т.ч. займы	11816,2	55,1	53293,3	77,3	45019,4	77,3
Республика Татарстан	254,1	100	6900	100	112457	100
в т.ч. займы	156,1	61,4	5300	76,8	92139	81,9
Удмуртская Республика	25487,1	100	30124,4	100	41117,8	100
в т.ч. займы	21240,2	83,3	24026,4	79,8	30968,6	75,3
Кировская область	25412,2	100	25890	100	41223,3	100
в т.ч. займы	14762,4	58,1	19390,4	74,9	30018,9	72,8
Нижегородская область	68520,1	100	174123	100	102451	100
в т.ч. займы	51506	75,2	153558	88,2	79253,9	77,4
Оренбургская область	7500	100	22123,3	100	18745,2	100
в т.ч. займы	5000	66,7	15203,2	68,7	13260,3	70,7
Пензенская область	18960	100	12451,8	100	13560	100
в т.ч. займы	13150	69,4	8364,6	67,2	5000	36,9
Пермская область	122,3	100	65220	100	115457	100
в т.ч. займы	12,2	10,0	46400	71,1	98178,6	85,0
Самарская область	15478,6	100	25877,1	100	20411,9	100
в т.ч. займы	11683,6	75,5	21806,7	84,3	15489,9	75,9
Ульяновская область	5220,6	100	15478,9	100	26588,2	100

в т.ч. займы	4408,5	84,4	10541	68,1	14489,7	54,5
г. Москва	5698,3	100	45122,6	100	118,5	100
в т.ч. займы	4135,2	72,6	30841,7	68,4	89,4	-

По данным таблицы видно, что заемные средства занимают в среднем 70-80% всего объема средств, привлекаемых для покрытия дефицита бюджета некоторых субъектов Приволжского федерального округа, в частности в 2015 году:

- доля заемных средств Удмуртской Республики составляет 75,3%;
- Кировской области – 72,8%;
- Оренбургской области – 70,7%;
- Пензенской области – 36,9%.

Положительная динамика структуры заемных источников присуща Республике Башкортостан, в 2015 году она сократила долю займов с 29,8% до 12,5%. Также Нижегородская область сократила долю займов с 88,2% до 77,4%. Отрицательная динамика наблюдается у Республики Мордовия, которая привлекает высокий уровень заимствований для покрытия дефицита бюджета (с 55,1% в 2013 году до 77,3% в 2015 году).

Сравнительно низкий удельный вес заимствований в источниках финансирования дефицита бюджета наблюдается в регионах: Республика Башкортостан (12,5%), Пензенская область (36,9%), Ульяновская область (54,5%).

Общий объем средств, привлекаемых для покрытия дефицита бюджета Приволжского федерального округа в целом, составил 591531 млн. руб. в 2015 году, причем данный показатель значительно возрос, начиная с 2013 года.

По результатам анализа, проведенного в параграфе 2.1, можно установить, что у регионов с более низким уровнем развития, Республики Марий Эл, Республики Мордовия, Кировской области наблюдается высокий уровень привлечения заемных средств для покрытия дефицита бюджетов (в среднем 70-75%). Но Республика Татарстан – наиболее развитый регион федерального округа, привлекает 81% заемных средств.

Долговые источники финансирования дефицита бюджета увеличивают государственный долг субъектов Приволжского федерального округа, тем самым, ухудшая его социально-экономическое положение.

Далее подробно рассмотрим структуру источников финансирования и заемных средств, привлекаемых для покрытия дефицита бюджета по каждому субъекту Приволжского федерального округа более подробно.

Проведем анализ средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета Республики Башкортостан в таблице 2.

Таблица 2

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета
Республики Башкортостан, млн. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Всего средств, в т.ч.	6837	6700	3202,4
- долговые обязательства в ценных бумагах	5000	5100	1500
- бюджетные кредиты	277	-	1702,4
- кредиты, полученные от кредитных организаций	1560	1600	-

Объем средств Республики Башкортостан, привлекаемый в 2015 году, имеет тенденцию к сокращению до 3202,4 млн. руб., из которых наибольший удельный вес занимают кредиты вышестоящего бюджета (1702,4 млн. руб.). Республика Башкортостан является достаточно развитым регионом, что было доказано в ходе проведения анализа.

Далее в таблице 3 необходимо провести анализ структуры источников финансирования дефицита бюджета Республики Марий Эл.

Таблица 3

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета
Республики Марий Эл, млн. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Всего средств, в т.ч.	2364,9	7093	11954,2
- долговые обязательства в ценных бумагах	300	1400	-
- бюджетные кредиты	140	3550,6	6752,8
- кредиты, полученные от кредитных организаций	1924,9	2142,4	5201,4

Анализируя источники финансирования дефицита бюджета Республики Марий Эл, видим, что лидирующую долю занимают заимствования, привлекаемые путем получения кредитов от вышестоящего бюджета. В структуре долговых источников финансирования дефицита бюджета преобладает статья бюджетных кредитов (6752,8 млн. руб. в 2015 году). Динамика бюджетных кредитов имеет тенденцию к росту в 2013-2015гг. В целом Республика Марий Эл стоит на низком уровне в рейтинге социально-экономического положения субъектов Приволжского федерального округа, что было показано в теоретической части исследования, уровень долговых источников Республики также высок.

Проведем анализ динамики и структуры источников финансирования дефицита бюджета Республики Мордовия в 2013-2015 годах (таблица 4).

Таблица 4

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета
Республики Мордовия, млн. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Всего средств, в т.ч.	11816,2	53293,3	45019,4
- долговые обязательства в ценных бумагах	3000	-	2400
- бюджетные кредиты	871,5	20064,9	24847
- кредиты, полученные от кредитных организаций	7944,7	33228,4	17772,4

В таблице видна тенденция к снижению величины долговых источников в связи с сокращением дефицита бюджета Республики Мордовия в 2015 году. В целом отмечается высокий удельный вес бюджетных кредитов, полученных из федерального бюджета в структуре заимствований, динамика кредитов кредитных организаций также снижается.

В таблице 5 предлагаем рассмотреть источники финансирования бюджетного дефицита Республики Татарстан.

Таблица 5

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета
Республики Татарстан, млн. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Всего средств, в т.ч.	156,1	5300	92139
- долговые обязательства в ценных бумагах	-	-	-
- бюджетные кредиты	156,1	5300	92139
- кредиты, полученные от кредитных организаций	-	-	-

В структуре источников финансирования дефицита бюджета Республики Татарстан присутствуют только кредиты вышестоящего бюджета. В 2015 году уровень бюджетного дефицита Республики Татарстан резко возрос, в связи, с чем Министерству финансов пришлось рассматривать новые направления поиска источников финансирования дефицита.

Республика Татарстан считается наиболее развитой среди остальных субъектов Приволжского федерального округа по уровню социально-экономического положения.

Обратимся к таблице 6, в которой представлены сведения об источниках финансирования дефицита Удмуртской Республики.

Таблица 6

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета
Удмуртской Республики, млн. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Всего средств, в т.ч.	21240,2	24026,4	30968,6
- долговые обязательства в ценных бумагах	300	-	700
- бюджетные кредиты	940,2	7026,4	21268,6
- кредиты, полученные от кредитных организаций	20000	17000	9000

Величина источников финансирования бюджетного дефицита Удмуртской Республики имеет тенденцию к увеличению, в 2014 году. Долговые обязательства Удмуртской Республики представлены кредитами по кредитным соглашениям и договорам, динамика которых имеет положительную тенденцию к снижению в 2015 году. Также немалую долю в структуре долговых источников покрытия дефицита бюджета составляет бюджетные кредиты, а также средства от размещения ценных бумаг.

В таблице 7 рассмотрим структуру источников Чувашской Республики области.

Таблица 7

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета
Чувашской Республики, млн. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Всего средств, в т.ч.	4154,5	20932,2	33062
- долговые обязательства в ценных бумагах	1504,8	-	-
- бюджетные кредиты	949,7	9132,2	21826
- кредиты, полученные от кредитных организаций	1700	11800	11236

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета Чувашской Республики, значительно возрос в 2015 году, в его структуре наибольший удельный вес занимают кредиты федерального бюджета.

Таблица 8

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета
Кировской области, млн. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Всего средств, в т.ч.	14762,4	19390,4	30018,9
- долговые обязательства в ценных бумагах	-	-	-
- бюджетные кредиты	898,4	1964,3	22141,7
- кредиты, полученные от кредитных организаций	13864	17426,1	7877,2

В Кировской области особое внимание уделяется бюджетным кредитам от Федерального бюджета, как источнику финансирования областного бюджета. Но, несмотря на это, в структуре источников их вес незначителен, чем в других субъектах Приволжского федерального округа. В 2015 году дефицит бюджета Кировской области имеет тенденцию к росту. В структуре долговых источников Кировской области занимают бюджетные кредиты (73,8%), кредиты кредитных организаций составляют 26,2%.

В таблице 9 представлены источники финансирования по Нижегородской области в 2013-2015 годах.

Таблица 9

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета Нижегородской области, млн. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Всего средств, в т.ч.	51506	153558	79253,9
- долговые обязательства в ценных бумагах	6500	-	5400
- бюджетные кредиты	1606	55618	73853,9
- кредиты, полученные от кредитных организаций	43400	97940	108864,5

В структуре источников финансирования бюджетного дефицита Нижегородской области также преобладают долговые источники. В целом величина источников финансирования дефицита снизилась в 2015 году до 79253,9 млн. руб., вследствие чего снизился уровень размещения ценных. У Нижегородской области высокий уровень заемных источников финансирования в части кредитов кредитных организаций в сравнении с остальными субъектами Приволжского федерального округа.

Динамика источников финансирования дефицита бюджета Оренбургской области приведена в таблице 10.

Таблица 10

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета Оренбургской области, млн. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Всего средств, в т.ч.	5000	15203,2	13260,3
- долговые обязательства в ценных бумагах	5000	5000	1145,8
- бюджетные кредиты	-	1653,2	2714,5
- кредиты, полученные от кредитных организаций	-	8550	9400

Величина источников финансирования дефицита бюджета

Оренбургской области снижается в 2015 году до 13260,3 млн. руб., в структуре источников лидирующую долю занимают кредиты кредитных организаций из категории долговых источников. Они занимают большую часть средств, привлекаемых для покрытия дефицита бюджета республики.

Для оценки структуры источников финансирования дефицита бюджета Пензенской области используем таблицу 11.

Таблица 11

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета Пензенской области, млн. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Всего средств, в т.ч.	13150	8364,6	5000
- долговые обязательства в ценных бумагах	-	-	-
- бюджетные кредиты	1850	3959,6	5000
- кредиты, полученные от кредитных организаций	11300	4405	-

В 2014 году отмечается снижение величины источников финансирования дефицита бюджета Пензенской области до 5000 млн. руб. Дефицит бюджета Пензенской области сравнительно низкий, что свидетельствует о качественном управлении государственными финансами на региональном уровне. Выпуск ценных бумаг отсутствует, бюджетные кредиты составляют 100%. В таблице 12 представлены сведения о структуре источников финансирования дефицита бюджета Пермской области.

Таблица 12

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета Пермской области, млн. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Всего средств, в т.ч.	12,2	46400	98178,6
- долговые обязательства в ценных бумагах	-	-	-
- бюджетные кредиты	12,2	27000	59178,6
- кредиты, полученные от кредитных организаций	-	19400	39000

Величина источников финансирования бюджетного дефицита Пермской области носит нестабильный характер, в 2014 году она резко увеличивается, и в 2015 году продолжает возрастать. Долговые обязательства Пермской области представлены кредитами, полученными от кредитных организаций, а также межбюджетными кредитами. Удельный вес заемных источников в структуре средств, привлекаемых для покрытия дефицита

бюджета, составляет около 70%, данная величина является достаточно высокой.

Таблица 13 отражает сведения об источниках финансирования дефицита бюджета Самарской области в 2013-2015 годах.

Таблица 13

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета Самарской области, млн. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Всего средств, в т.ч.	11683,6	21806,7	15489,9
- долговые обязательства в ценных бумагах	8300	3620	700
- бюджетные кредиты	133,6	3336,7	5286,8
- кредиты, полученные от кредитных организаций	3250	14850	9503,1

Величина источников финансирования дефицита бюджета Самарской области варьирует на протяжении 3 лет в пределах 15-20 млн. руб. Надо сказать, что Самарская область имеет сравнительно высокий уровень дефицита областного бюджета среди остальных субъектов Приволжского федерального округа. Ценные бумаги занимают около 4,5% в структуре заимствований, почти 34% приходится на кредиты федерального бюджета.

Таблица 14

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета Саратовской области, млн. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Всего средств, в т.ч.	7757,7	31206,6	24203
- долговые обязательства в ценных бумагах	-	-	-
- бюджетные кредиты	6100	17882,3	22203
- кредиты, полученные от кредитных организаций	1657,7	13324,3	2000

По сравнению с 2013 годом объем привлеченных средств возрос значительно, в структуре долговых источников высокий удельный вес занимают кредиты вышестоящего бюджета.

И, наконец, рассмотрим динамику источников финансирования Ульяновской области (таблица 15).

Таблица 2.2.16

Объем средств, привлекаемых для финансирования дефицита бюджета Ульяновской области, млн. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Всего средств, в т.ч.	4408,5	10541	14489,7
- долговые обязательства в ценных бумагах	-	-	-
- бюджетные кредиты	1008,5	4391	6639,7
- кредиты, полученные от кредитных организаций	3400	6150	7850

Дефицит бюджета и величина его источников в Ульяновской области увеличиваются, долговые источники представлены преимущественно кредитами, предоставляемыми федеральным бюджетом и кредитными организациями. Динамика дефицита бюджета области и источников его финансирования имеет тенденцию к увеличению в 2015 году. Кредиты кредитных организаций занимают около 60% в структуре региональных заимствований.

Таким образом, проведя анализ динамики и структуры источников финансирования дефицитов бюджетов субъектов Приволжского федерального округа мы пришли к выводу, что большая часть регионов привлекает к покрытию дефицита бюджета заемные средства, которые в структуре источников финансирования составляют в среднем 70-80%, а в некоторых субъектах РФ даже эта величина доходит до 95%. Причем эти регионы не только с низким уровнем финансовых результатов и инвестиций в основной капитал, но и вполне благополучные субъекты ПФО.

Использованные источники:

1. Министерство финансов Российской Федерации. [Электронный ресурс] : официальный сайт, 2016. - Режим доступа: <http://www.minfin.ru/ru/>. –Версия от 01.04.16
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации №145-ФЗ от 31.07.1998 года (с изм. и доп. по состоянию на 29.12.2015 года) // <http://www.consultant.ru>

Гареева Д.Д.
студент 4 курса
Институт экономики, финансов и бизнеса
Башкирский государственный университет
Россия, г. Уфа

К ВОПРОСУ О ДОХОДАХ ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Статья посвящена корреляционному анализу доходной части федерального бюджета за 2000-2014 гг.

Ключевые слова: доходы, бюджет, федеральный бюджет, корреляция, коэффициенты, динамика.

Доходы государства напрямую зависят от эффективного функционирования его экономики и имеют определенные особенности, как по объему финансовых средств, так и по источникам их поступления в различных регионах. Доходы бюджета по своему содержанию выражают экономические, имущественные отношения, возникающие в процессе формирования централизованных и децентрализованных денежных средств. Формой указанных отношений являются различные виды платежей компаний, организаций и граждан в бюджеты соответствующих уровней бюджетной системы Российской Федерации и государственные внебюджетные фонды.

Начиная с 2000 г., довольно значительная часть роста налоговых поступлений объяснялась превышением фактических цен на нефть над их долгосрочными средними значениями. Следует отметить, что цены на экспортируемое сырье оказывают влияние на доходы бюджетной системы не только непосредственно через рост поступлений соответствующих налогов, но и через общий рост совокупного спроса, приводящего к росту базы прямых и косвенных налогов. Рассмотрим динамику доходов федерального бюджета РФ на основе данных Федеральной службы государственной статистики РФ (Рисунок 1).

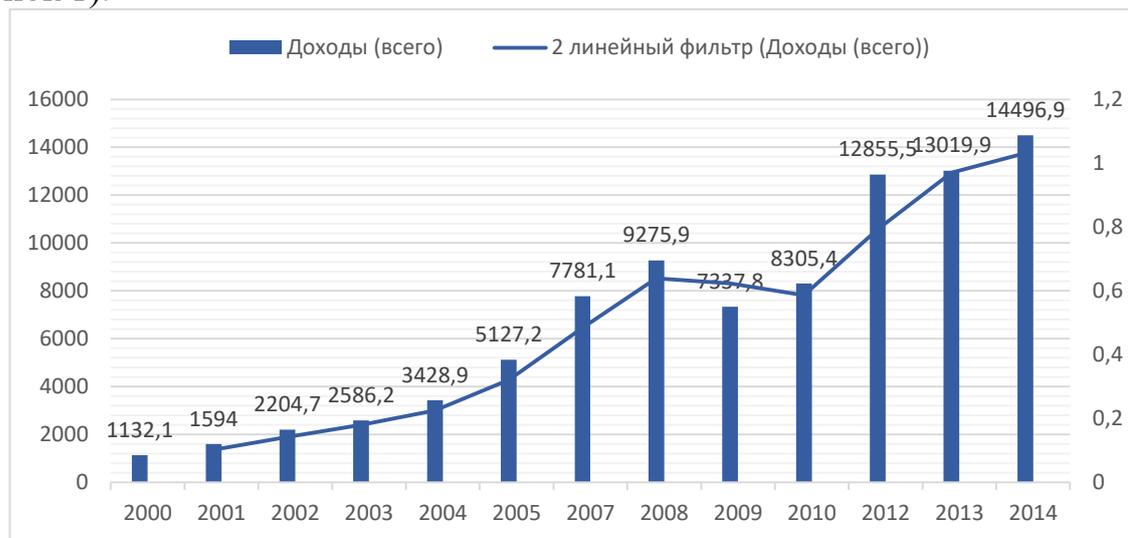


Рисунок 1 – Структура доходов федерального бюджета РФ, млрд. руб.

По данным рисунка 1, очевидно, что наблюдается рост федеральных доходов на протяжении восьми лет, с 2000 года по 2008 г. в текущих ценах, после чего следует спад в 2009 г., который связан с мировым экономическим кризисом, начавшимся в США из-за проблем в сфере ипотечного кредитования, когда многие крупные банки зафиксировали большие убытки, США лишились поддержки со стороны рынка недвижимости (который раньше компенсировал спад на фондовых рынках) по причине спада объема ипотечного кредитования и строительства.

Для дальнейшего проведения корреляционного анализа, составим таблицу на основе данных Федеральной Службы Государственной Статистики. Рассчитаем коэффициенты корреляции между доходами

федерального бюджета РФ и рассматриваемыми показателями, указанные в таблице.

Таблица 1 – Данные для корреляционного анализа

Год	Доходы - всего, млрд. руб.	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников, руб.	Корреляция	Инвестиции в основной капитал, млрд. руб.	Корреляция	Формирование ВВП по источникам доходов в текущих ценах - млрд.рублей	Корреляция	Среднегодовые цены на нефть марки Brent, (\$ за баррель)	Корреляция
2000	1132,1	2223	0,98	1165,2	0,98	7305,6	0,98	28,3	0,96
2001	1594	3240		1504,7		8943,6		24,4	
2002	2204,7	4360		1762,4		10819		25	
2003	2586,2	5499		2186,3		13208		28,9	
2004	3428,9	6740		2865		17027		38,3	
2005	5127,2	8555		3611,1		21610		54,4	
2007	7781,1	13593		6716,2		33248		72,7	
2008	9275,9	17290		8781,6		41277		97,7	
2009	7337,8	18638		7976		38807		61,9	
2010	8305,4	20952		9152		46309		79,6	
2012	12855,5	26629		12586,1		66926,9		121,4	
2013	13019,9	29792		13450,2		71016,7		108,8	
2014	14496,9	32495		13527,7		77945,1		98,9	

По полученным данным корреляционного анализа заметим, что все полученные коэффициенты корреляции оказались положительными, следовательно, с ростом доходов федерального бюджета РФ – растут также и рассмотренные признаки среднемесячной заработной платы, инвестиций в капитал, ВВП по источникам доходов, а также среднегодовые цены на нефть марки Brent.

Можно сделать вывод, что между доходами федерального бюджета и среднемесячной заработной платой за определенно взятый период с 2000 – 2014 гг. существует прямая зависимость и сильная связь.

То же касается связи между доходами федерального бюджета и инвестиций в основной капитал, а также между доходами федерального бюджета и формированием ВВП по источникам доходов.

Рассмотрим коэффициент корреляции между доходами федерального бюджета и среднегодовыми ценами на нефть, он равен 0,963734, следовательно, связь между данными признаками – тесная, но меньше по значению в отличии от предыдущих рассмотренных коэффициентов.

Состав доходов федерального бюджета складывается в первую очередь из потребностей государства в денежных средствах, эффективности проводимой финансовой политики, а также в правильном распределении

доходов и расходов федерального бюджета.

На сегодняшний день экономика Российской Федерации не стабильна, по причине ряда проблем. Геополитический конфликт с Украиной, со всеми вытекающими отсюда последствиями, в том числе экономические санкции США и ряда других европейских стран.

Кроме того, со стороны РФ произошло принятие ответных мер, которые накладывают запрет на импорт множества продовольственных товаров из ряда стран, ранее присоединившимся к антироссийским санкциям. Это все обуславливает ухудшение многих макроэкономических, в особенности значительное повышение фактической инфляции.¹¹⁴

Таким образом, в проведенном анализе структуры доходной части федерального бюджета РФ заметны сильные изменения в поступлении средств в бюджет из-за внешнеэкономических факторов касаемых кризиса 2008-2009 г. Ненефтегазовые доходы, например, до 2009 года, были главным источником формирования доходов федерального бюджета. Но после постепенного восстановления посткризисной экономики России, нефтегазовые доходы начали увеличиваться, и к 2014 г. стали основным источником формирования доходной части федерального бюджета, преобладая преимущественно над ненефтегазовыми доходами.

Использованные источники:

1. Вахрин П.И. Бюджетная система Российской Федерации: Учебник.- М.: Издательство – торговая корпорация «Дашков и Ко», - 2002. –с. 81
2. О. А. Филипчук, О расширенной классификации доходов федерального бюджета России/ ассистент кафедры «Финансы и цены» Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия;/ Вестник Академии – 2014- №2 (107 с.)
3. Федеральный бюджет // Министерство Финансов РФ [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.minfin.ru>

Гареева Д.Д.

студент 4 курса

Институт экономики, финансов и бизнеса

Башкирский государственный университет

Россия, г. Уфа

К ВОПРОСУ О РАСХОДАХ ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Статья посвящена корреляционному анализу расходной части федерального бюджета за 2000-2014 гг.

Ключевые слова: расходы, бюджет, федеральный бюджет, корреляция, коэффициенты, динамика.

Расходы бюджета занимают значительную часть государственных

¹¹⁴ Вахрин, П.И. Бюджетная система Российской Федерации / П.И. Вахрин. – М. : Дашков и Ко, 2012. – 147 с.

расходов в целом, выражают собой экономические отношения, возникающие в связи с применением общегосударственных финансов. Их формирование происходит согласно расходным обязательствам, установленным в соответствии с законодательством РФ.

Рассмотрим динамику расходной части федерального бюджета за 2000-2014 гг., составленную на основе данных Министерства Финансов Российской Федерации.

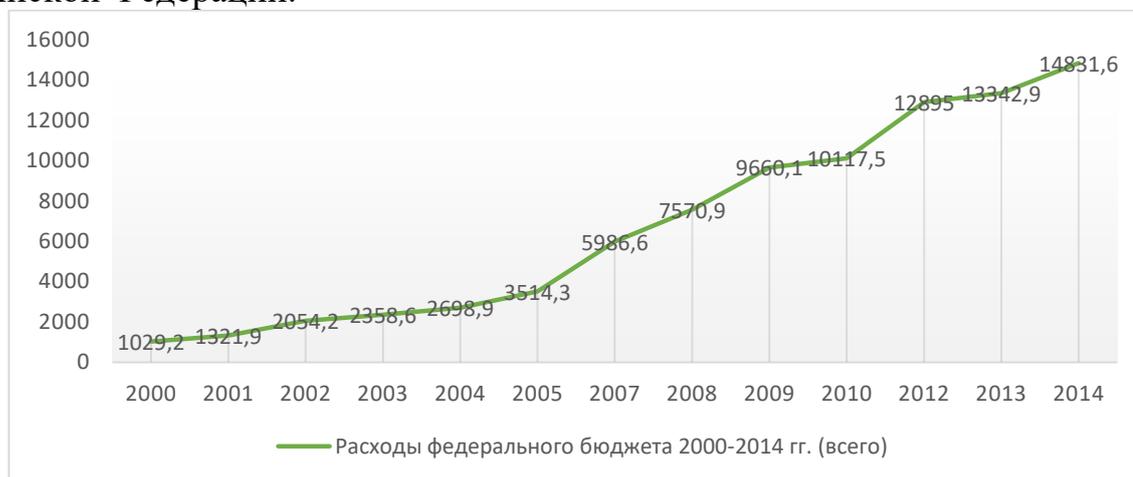


Рисунок 1 – Динамика расходов федерального бюджета РФ в 2000-2014 гг., млрд. руб.

Динамика расходов федерального бюджета, как мы видим из рисунка 1, за первые пять лет менялась незначительно. Лишь в 2001 г. рост расходной части федерального бюджета связан с финансированием переходящих расходов 2000 г., подвергшимся радиационному воздействию, а также с произошедшим перераспределением некоторых бюджетных обязательств от регионов в федеральный бюджет. Таким образом, федеральные расходы выросли вследствие роста финансовой помощи регионам. Что касается последующего объема расходов федерального бюджета РФ, то с каждым годом уровень использования расходной части увеличивался.

Составим таблицу на основе данных Федеральной Службы Государственной Статистики. Рассчитаем коэффициенты корреляции между доходами федерального бюджета РФ и рассматриваемыми показателями, указанные в таблице.

Таблица 1 – Данные для корреляционного анализа

Годы	Расходы (всего), млрд. руб.	Профицит, дефицит(-), млрд. руб.	Корреляция	Доходы - всего, млрд. руб.	Корреляция	Государственный долг, млрд. руб.	Корреляция
2000	1029,2	102,9	-0,40	1132,1	0,97	4373,1	0,49
2001	1322	272,1		1594		4480	
2002	2054	150,5		2205		4561	
2003	2359	227,6		2586		4190	
2004	2699	730		3429		3945	
2005	3514	1613		5127		3077	
2007	5987	1795		7781		2830	

2008	7571	1705		9276		3251	
2009	9660,1	-2322		7337,8		2692	
2010	10118	-1812		8305,4		3233,1	
2012	12895	-39,4		12856		5343,2	
2013	13343	-323		13020		6519,9	
2014	14832	-334,7		14497		7548,3	

По полученным данным корреляционного анализа заметим, что наиболее тесная связь существует между расходами и доходами федерального бюджета РФ, в этом случае коэффициент корреляции равен 0,970125, характер связи - прямой.

Что касается Профицита/дефицита и расходов федерального бюджета РФ, то в этом случае характер связи является обратным (-0,40609), а характеристика силы связи является умеренным. То есть, когда происходит рост расходной части федерального бюджета РФ, то Профицит/дефицит наоборот снижается и приводит к дефициту федерального бюджета. Ведь как известно, к такому исходу событий приводит преобладание расходов над доходами.

Коэффициент корреляции между расходами федерального бюджета РФ и государственным долгом РФ равен 0,490124. В этом случае статистическая взаимосвязь считается умеренной, а характер связи – прямой. Что означает с увеличением государственного долга, будут увеличиваться расходы на обслуживание госдолга, следовательно, и расходы в целом.

Таким образом, расходы федерального бюджета РФ являются не сбалансированными. Значительная их часть с 2012 г. направлена на национальную оборону и обеспечение безопасности, в связи с превышением уровня расходов над доходами произошел бюджетный дефицит. Необходимо повысить прозрачность федерального бюджета РФ и бюджетного процесса в целом, оптимизировать структуру расходной части, а также обеспечить сбалансированность и устойчивость бюджетной системы России.

Использованные источники:

1. Тишутина О.И., Михайлов А.В. Бюджетные расходы: вопросы эффективности, результативности и разработка системы показателей оценки // Проблемы современной экономики. - 2012. - № 4 (44).
2. Раджабова З.К К вопросу: бюджетная стратегия и структура расходов федерального бюджета/ Фундаментальные исследования - №3-1, 2016 – с. 183-186
3. Зубова О. Н., Трюшников Е. С. Дефицит государственного бюджета и способы его финансирования // Гендерные исследования в гуманитарных науках: сб. ст. по матер. III междунар. науч.-практ. конф. № 3. – Новосибирск: СибАК, 2015.

*Гарникян В.П.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ РФ, А ТАКЖЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФИРМ РОССИИ

Аннотация: Данная работа посвящена экономическим санкциям, которые оказывают воздействие на поведение различных фирм в Российской Федерации.

Ключевые слова: фирма, прогноз, санкции, кризис

INFLUENCE OF ECONOMIC SANCTIONS ON ECONOMY OF THE RUSSIAN FEDERATION, AND ALSO ON ACTIVITY OF FIRMS OF RUSSIA

Summary: This work is devoted to economic sanctions which make impact on behavior of various firms in the Russian Federation.

Keywords: firm, forecast, sanctions, crisis

В настоящее время, весомое снижение темпов экономического роста в России, к сожалению не может не отразиться на хозяйствующих субъектах. Общая экономическая ситуация в стране обусловлена обоюдными санкциями, которые с одной стороны обнажили, а с другой только усилили действующие проблемы современной экономики, при этом сформировали некие пути для улучшения сложившейся внутреэкономической ситуации в стране, поэтому приводимая в работе тема является актуальной.

Характерной особенностью деятельности фирмы является то, что она существует в условиях неопределенности и так называемой, высокой динамике изменений. На нее могут воздействовать многие факторы внешней среды, в частности количество участников отношений, число взаимосвязей в предприятии, а также экзогенные факторы. Существующая ситуация охарактеризовывает внешнюю среду фирмы, как весьма непростую.

В мировой практике в качестве санкций рассматриваются меры, утверждаемые Совбезом ООН, но они не связаны с применением каких-либо вооруженных сил. Обратим внимание на те меры, которые все таки относят к экономическим санкциям:

1. Полный или частичный перерыв морских, железнодорожных, почтовых, воздушных, телеграфных отношений
2. Разрыв дипломатических отношений.

Как известно, в 2014 году некоторыми государствами были введены экономические санкции против Российской Федерации в связи с нежеланием принятия результатов крымского референдума о входе Крыма в состав России, а также мнением незаконного присоединения украинской территории

и различными обвинениями в Адрес Российской Федерации о несоблюдении ею норм публичного международного права!

Введенные экономические санкции подразумевали:

1. Ограничение визового режима для лиц, которые участвовали в аннексии части Украины

2. Запрет на поддержание деловых отношений с компаниями, которые включены в специальные списки.

Данный перечень тех самых компаний в таблице №1, в которой распределение компаний ведется по сферам их деятельности.

Обращая внимание на таблицу, можно заметить, что введенные санкции коснулись довольно-таки важных сфер экономики страны, так как нефтедобычи, тяжелая промышленность, оборонная промышленность, банковский сектор и т.д. Стоит отметить, что самые существенные санкции отразились на военно-промышленном комплексе и газовом.

Таблица 1

Компании РФ, в отношении которых установлены санкции

Компании финансовой сферы	Нефтяные компании	Компании оборонной промышленности	Прочие компании
Сбербанк, ВТБ, Внешэкономбанк, Газпромбанк, Россельхозбанк, Экспобанк, РосЭнергоБанк, Собинбанк, Банк Россия, ИнвестКапиталБанк, СМП	Газпром нефть, Роснефть, Транснефть	Оборонпром, Сириус, Алмаз-Антей, Технологии машиностроения, Станкоинструмент, Калашников, Высокоточные комплексы, Базальт Тульский оружейный завод, Химкомпозит	Уралвагонзавод, Ростех, Объединенная авиастроительная корпорация, АкваНика, Авиа Групп, Авиа Групп Норд Зест, Сахатранс, Стройгазмонтаж, Стройтрансгаз, Стройтрансгаз-М, Стройтрансгаз Холдинг, Аброс, Трансойл, Volga Group.

В условиях экономических санкции, всякого рода сотрудничество с развитыми странами в сфере стратегических и экономических проектов сведено «на нет». А этот факт означает, что государство оказалось в ситуации нарушения внешнеэкономических связей. Объясним данное утверждение. Дело в том, что сложившиеся контрактные отношения привели к значительному изменению, то есть снижению экономических показателей торгового оборота, что в свою очередь отрицательно сказалось на торговом сальдо России.

Если взять страны, которые ввели санкции в отношении Российской Федерации, то их значительная часть – это страны ЕС (Таблица №2), которые являются одними из основных покупателей российского экспорта.

Страны, присоединившиеся или наложившие экономические санкции на Россию

Страны ЕС, наложившие дополнительные санкции	Иные европейские страны	Страны Северной Америки	Иные развитые страны
Германия, Великобритания, Франция, Швейцария, Швеция, Болгария, Латвия, Нидерланды, Чехия, Эстония	Албания, Молдавия, Норвегия, Украина, Черногория	США, Канада	Австралия, Исландия, Новая Зеландия, Япония

Исходя из этого, трудности для России в связи с экономическими санкциями довольно-таки обоснованы.

Однако санкции в отношении РФ – это обоюдоострый меч, так как в ответ наша страна ввела эмбарго, распространяющееся на ввоз продовольствия и сырья для тех стран, которые в свою очередь ранее присоединились в санкциям против России. Данное эмбарго касается поставоковошей и фруктов, мяса птицы и рыбы, а также различного рода молочных продуктов.

Экономические санкции следует воспринимать не как губительное явление для экономики страны, а как новым трамплин для достижения нового уровня развития!

Затронем фирмы, которые коснулись санкций. Разделим их на несколько групп.

Первая группа фирм, связана с экономическими санкциями, которые вводились изначально, то есть санкции были направлены на стратегически важные для Российской Федерации фирмы и отрасли, которые играют в них совсем не последнюю роль.

Фирмы второй группы очень тесно связаны с корпоративным сектором, речь идет о посредниках, то есть фирмах, которые выступили в качестве промежуточных звеньев производственного процесса. Кроме санкции в виде сокращения инвестиций, снижения курса рубля, на вторую группу могут оказать влияние и другие факторы:

1. Увеличение упущенной выгоды, то есть издержек, которые из-за простоев в производственном процессе переориентировали цель поставок предприятий корпоративного сектора.

2. Сильное увеличение итоговой стоимости продукции, связанное с постоянными возросшими издержками.

Что касается третьей группы фирм, то она представляет собой предприятия, которые создают импортозамещающую продукцию и работают в экспортных отраслях

В завершение данной работы хотелось бы сказать, что на данный момент Российская Федерация имеет не так много систем импортозамещающих производств, которые бы полностью покрывали потребности всего населения в ближайшей перспективе. Отечественные производства не имеют достаточных экономических ресурсов для того, чтобы предложить удовлетворительную продукцию по качеству, которая способна заменить зарубежный аналог, однако данный факт должен стать толчком для эффективного преодоления непростой ситуации, связанной с импортозамещением.

Использованные источники:

1. Гвилия Н.А. Влияние экономических санкций на конфигурацию и функционирование цепей поставок корпораций // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2014. - № 4. –С. 164-167.
2. А. В. Пронин. О правовой природе санкций ЕС в отношении РФ // Историческая и социально-образовательная мысль. 2014. № 2 (24). с. 33-36
3. www.minfin.ru – официальный сайт Министерства финансов РФ

*Гарникян В.П.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

ОСНОВЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: данная статья посвящена организационно-экономическим отношениям, возникающим в результате муниципального и государственного регулирования сектора малого предпринимательства.

Ключевые слова: малое предпринимательство, социально-экономическое развитие, организационно-экономические факторы.

BASES OF REGULATION OF SMALL BUSINESS IN THE RUSSIAN FEDERATION

Summary: this article is devoted to the organizational and economic relations resulting from a municipal and state regulation of sector of small business.

Keywords: small business, social and economic development, organizational economic factors.

Мировое научное сообщество в течение продолжительного периода времени формировало теорию экономического развития и поиска места предпринимательства в экономическом национальном устройстве. Предпринимательство как сектор экономики, как описывает Й.А. Шумпетер, предполагает отказ от привычного миропорядка и требует творческого подхода, в

результате чего неординарные качества личности предпринимателя играют определяющую роль. Предпринимательство – это поиски возможностей за пределами контролируемых на данный момент ресурсов. Такую трактовку дал профессор Гарвардской школы бизнеса Г. Стивенсон. В процесс становления предпринимательства особый вклад внесла австрийская школа, яркими представителями которой являются К. Менгер, О. Бём-Баверк, Ф. Визер, Л. Мизес, Ф. Хайек. П. Друкер, говорит о необходимости предпринимательского общества, где предпринимательство и инновации будут иметь устойчивый характер». В свою очередь, господин Друкер определяет предпринимательство как «просто работу». По мнению Й.А. Шумпетера, предприниматель – это хозяйствующий субъект, функцией которого является непосредственное осуществление новых комбинаций элементов данного процесса. Предположительно в 1800 году Ж.Б. Сэй ввел термин «*enterreneur*» (предприниматель), дав следующее определение: предприниматель перераспределяет ресурсы из сектора малой продуктивности в больший и пожинает плоды. Также Ж.Б. Сэй определял деятельность предпринимателя как фактор производства, наряду с землей, капиталом и трудом, говоря о зависимости размера прибыли от эффективности деятельности предпринимателя.

Важность существования предпринимательства как эффективного двигателя экономического и общественного развития выделял А. Маршал, говоря, если у человека присутствует навык управления предприятием, он обязательно придет к тому, чтобы использовать его для достижения выгоды для человечества. Предпринимательство на всем протяжении существования определяет проблемные области, препятствующие своему развитию. Одну из таких проблемных сфер, а именно область человеческого капитала предпринимателей, описывает Т.У. Шульц. Кроме положительного влияния предпринимательства на национальную экономику и общество, по мнению И. Кирцнера, деятельность предпринимателя направлена на разрушение баланса рыночного состояния, так как именно в условиях рыночной дестабилизации предприниматель имеет возможность получить максимальную прибыль. Современное предпринимательство экономически развитых стран основывается на создании и развитии инновационной модели.

Российская модель предпринимательства ищет свою нишу. Научно-исследовательская база в России содержит множество публикаций на тему развития предпринимательства, однако результаты исследований сводятся к самостоятельному развитию данного сектора, с минимальным вмешательством государства. Поэтому необходимо особое внимание уделить государственному регулированию, механизмам и инструментам государственного управления. Государство, обладая всеми необходимыми инструментами, способно создать благоприятные эффективные условия для предпринимательства.

Малое предпринимательство является неотъемлемой частью национального экономического развития страны. Субъекты малого

предпринимательства находятся под влиянием как внутренних, так и внешних факторов, определяющих развитие данной бизнес-категории национальной экономической системы.

К основным внутренним факторам и проблемам следует отнести следующее:

1. Квалификация персонала. В силу отсутствия финансовых, имиджевых возможностей привлечения специалистов высокого уровня малые предприятия испытывают дефицит в высококлассных профессионалах в области финансов, юриспруденции, менеджмента. Недостаточное количество специалистов сказывается на стратегическом развитии малого предприятия, где горизонт планирования редко превышает один год.

2. Физический и моральный износ основных фондов. Сектор малого предпринимательства, являясь наиболее уязвимым местом национальной экономики, испытывает определенные трудности в самостоятельном получении кредитных ресурсов. Данная ситуация сказывается на возможности представителей малого предпринимательства регулярно обновлять свои основные средства с целью совершенствования технологического процесса, снижения себестоимости продукции, максимальном удовлетворении потребителя и как следствие – максимизации прибыли. В результате данной проблемы сектор малого предпринимательства не имеет возможности конкурировать с представителями среднего и крупного предпринимательства во всех сферах экономики.

Кроме внутренних факторов, оказывающих непосредственное влияние на развитие малого предпринимательства, существуют внешние – не зависящие от представителей малого предпринимательства:

1. Несовершенная конкуренция. Сектор малого предпринимательства в силу объективных причин, таких как: недостаток оборотных средств, труднодоступность финансовых, кредитных, страховых ресурсов, ограниченность производственных, торговых, арендных мощностей, монополия, сложность доступа к государственному заказу, не может составить серьезную конкуренцию предприятиям среднего и крупного бизнеса. Поэтому отсутствие возможности добросовестно конкурировать ставит сектор малого предпринимательства в рамки самовывживания, что противоречит экономической природе предпринимательства как такового.

2. Несовершенство налоговой системы. Малое предпринимательство (МП) является важной и неотделимой составляющей налоговой системы любой страны, поэтому развитость налоговой системы, определяя состояние национальной экономики в целом, определяет и состояние малого предпринимательства. Налоговая система страны по своей сути является сферой взаимодействия государства и субъекта налогообложения в налоговом поле, при которой государство устанавливает понятные правила взаимодействия налогоплательщика и контролирующих органов. Налог является взносом, гарантирующим справедливое взаимовыгодное сотрудничество государства и субъектов налогообложения. Однако отсутствие налоговых мер стимулиро-

вания малого предпринимательства в виде освобождения от уплаты ряда налогов на период создания, дифференцированной шкалы налогообложения не только внутри сектора малого предпринимательства, но и внутри национальной экономической системы ставят малые предприятия на один уровень с представителями среднего и крупного предпринимательства. Что, в свою очередь, несправедливо в силу неодинаковых возможностей.

Сектор малого предпринимательства именно на местном уровне имеет максимальную возможность достичь наивысшего развития в силу оперативного, взаимовыгодного сотрудничества с представителями органов местного самоуправления в области муниципально-частного партнерства, предоставления государственных гарантий, формирования инфраструктуры поддержки, юридической защиты и др.. Кроме того, именно сектор малого предпринимательства способен обеспечить экономическую безопасность муниципальных образований и устранить зависимость местных бюджетов от дотаций и другой финансовой помощи бюджетов высших уровней.

Использованные источники:

1. Анимациа Е.Г. Тертышный А.Т. Основы местного самоуправления. – М.: Инфра-М, 2012 г.
2. Афанасьева Т.П., Буев В.В., Пуденко Т.И. Анализ состояния внешней среды малого предпринимательства в России. – М.: Бизнес-Тезаурус, 2015 г
3. Блинов А.О., Шапкин И.Н. Малое предпринимательство. – М.: Дашков и К, 2013 г.

Гарникян В.П.

студент 2 курса

факультет «Экономики и управления»

Южный Институт Менеджмента

Россия, г. Краснодар

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК САМАЯ УЯЗВИМАЯ СФЕРА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: данная работа посвящена экономическим, а также организационным факторам регулирования малого бизнеса

Ключевые слова: малое предпринимательство, социально-экономическое развитие, организационно-экономические факторы.

SMALL BUSINESS AS THE MOST VULNERABLE SPHERE OF NATIONAL ECONOMY

Summary: this work is devoted to economic, and also organizational factors of regulation of small business

Keywords: small business, social and economic development, organizational economic factors.

Малое предпринимательство как самая уязвимая сфера национальной

экономики часто испытывает проблемы с оборотным капиталом, что отражается на финансовом результате. Доступ к получению кредитных ресурсов осложняется отсутствием имущества, не удовлетворяющими кредитные учреждения финансовыми показателями, что ставит под вопрос дальнейшее существование малого предпринимательства как сегмент государственной экономики. Следующим важным направлением является механизм кредитного обеспечения и поручительства, который дает возможность доступа ко всей полноте кредитного инструментария путем создания муниципальных, межмуниципальных банков с целью кредитования субъектов малого предпринимательства. Для обеспечения кредитными ресурсами малых предприятий, существует институт поручительства, где поручителем выступают органы 30 местного самоуправления в лице администрации, специализированного органа управления. «Не менее важно создавать эффективную действующую систему финансовой поддержки устойчивости товаропроизводителей, особенно в условиях мирового кризиса». В результате действия данного механизма субъекты малого предпринимательства имеют гарантированный источник формирования оборотного капитала, покрытия дефицита, расширения производства. В свою очередь, местная власть располагает инструментом поддержки региональной экономики на необходимом уровне, пополнения бюджета налоговыми и неналоговыми доходами, что делает регион экономически устойчивым к различным колебаниям национальной и международной экономики. Национальная экономика для успешного развития нуждается в непрерывном поступлении инвестиционных средств с целью расширения сферы влияния, модернизации создаваемой продукции, изобретения и разработки новых конкурентоспособных изделий. Поэтому для обеспечения инвестиционными ресурсами сектора малого предпринимательства используется механизм инвестиционного привлечения.

Представители местной власти, используя все свои возможности, вырабатывают механизм привлечения государственных, частных инвестиционных средств, создавая тем самым государственно-частную систему партнерства для развития наиболее перспективных, конкурентных разработок научно-исследовательской деятельности малого предпринимательства. Привлекая инвестиции в регион, органы власти испытывают необходимость совершенствования мер экономического развития в силу конкуренции регионов за привлеченные средства. Поскольку инвестиции способствуют развитию не только бизнес-сообщества, но и региональной экономики, что в конечном счете скажется на благосостоянии населения данного региона.

Механизм поддержки и продвижения товаров малых предприятий играет определяющую роль в формировании стратегии предприятия и способствует продвижению данной продукции не только на местный рынок, но и на другие рынки сбыта.

При эффективном взаимном сотрудничестве органов местного самоуправления и малого предпринимательства, использовании механизма

поддержки и продвижения товаров, работ и услуг достигается наиболее рациональная структура сбыта продукции. В результате чего малые предприятия имеют возможность проводить грамотную политику планирования, управления с целью повышения конкурентоспособности и увеличения товарооборота. Развитие региональной экономики является важнейшей задачей любого государства, целью которого является повышение материального положения граждан, что способствует эволюции цивилизованного общества. При формировании политики государственного регулирования сектора малого предпринимательства возникает необходимость учитывать мнение представителей малых предприятий для создания адекватных программ поддержки, развития данной области национальной экономики. Механизм взаимного сотрудничества предусматривает взаимовыгодную деятельность с целью выработки эффективной политики в области регулирования процесса жизнедеятельности малого предпринимательства, учитывая интересы как государственных и муниципальных структур, так и экономического сообщества. Данный механизм позволяет выстроить политику регулирования наиболее эффективно, когда достигается равномерный баланс интересов. Выработанные меры управления в рамках механизма взаимного сотрудничества позволяют совершенствовать процесс регулирования, тем самым создавая наиболее комфортные условия развития предпринимательства в регионе.

Реализация национальной программы развития малого предпринимательства, подкрепленная нормативно-правовой базой, финансовой основой, заинтересованностью региональной и местной власти оказывает благоприятное воздействие на общее экономическое развитие государственной экономики.

Органы местного самоуправления, используя необходимый инструментарий регулирования, имеют возможность влиять на качество проводимой политики. Для этого необходимо реализовывать меры, разработанные муниципальной властью, через эффективные механизмы регулирования. При условии формирования государственной политики регулирования малого предпринимательства на всех уровнях власти общая архитектура существования малых предприятий приобретает эффективную форму регулирования и позволяет с наименьшими издержками достигать максимального результата.

Использованные источники:

1. Виленский А.В. Особенности российского малого предпринимательства // Экономический журнал. – 2012 г. – Т. 8. – № 2
2. Боробов В.Н. Рыночная экономика и ее государственное регулирование: предмет исследования и преподавания // Российское предпринимательство. – 2013 г. – № 10 (22).
3. Александрин Ю.Н. Инновационная модель развития малого предпринимательства // Журнал «Проблемы современной экономики». – 2012 г. – № 2 (34).

*Гарникян В.П.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: данная работа посвящена экономическим, а также организационным проблемам формирования малого бизнеса в Российской Федерации

Ключевые слова: малое предпринимательство, организационно-экономические факторы, сектор малого предпринимательства.

PROBLEMS OF FORMATION OF SMALL BUSINESS IN THE RUSSIAN FEDERATION

Summary: this work is devoted to economic, and also organizational problems of formation of small business in the Russian Federation

Keywords: small business, organizational economic factors, sector of small business.

Создание сектора малого предпринимательства носит стратегический характер для органов власти на разных уровнях с целью реализации программ эффективного развития национальной экономической системы государства. Наличие развитой системы взаимоотношений субъектов малого предпринимательства с другими хозяйствующими субъектами и государственными органами свидетельствуют о наличии сильной экономики и эффективном руководстве страны. Государство, создавая сектор малого предпринимательства, оказывает прямое или косвенное воздействие на хозяйствующие субъекты с целью повышения качества развития и управления данным сектором экономики. В процессе государственного регулирования возникает необходимость создания условий, при выполнении которых экономические хозяйствующие субъекты относятся к субъектам малого предпринимательства. В связи с этим должна использоваться вся полнота регулирующих и стимулирующих мер государственного управления.

В условиях развивающейся экономики, характерной для России, поддержка малого предпринимательства приобретает определяющее значение в вопросе дальнейшего существования, качественного развития, также в силу специфических условий, влияющих на субъекты малого предпринимательства со стороны государственных органов, кредитно-финансовой и налоговой системы. Определяя объект государственного регулирования, сферой малого предпринимательства, согласно Федеральному закону № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», принято считать юридические лица: потребительские кооперативы и коммерческие

организации, за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий, внесенные в единый государственный реестр юридических лиц, а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, крестьянские хозяйства, соответствующие предъявленному законом РФ требованиям. При определении субъектов малого предпринимательства российское законодательство основывается на выполнении требований к выручке, средней численности работников, а также к распределению долей в уставном капитале хозяйствующего субъекта. Согласно Федеральному закону № 209-ФЗ, субъектом малого предпринимательства признается:

1. Юридические лица, где доля участия данного малого предприятия не менее 75%.

2. Средняя численность трудового персонала за предыдущий календарный год не должна превышать значений, установленных для каждой категории малого предпринимательства:

2.1. До 100 человек включительно – для малых предприятий.

2.2. До 15 человек включительно – для микропредприятий.

3. Выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий календарный год не должна превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории малого предпринимательства.

Государственная политика, направленная на качественное развитие малого предпринимательства, для достижения наивысших результатов использует весь доступный инструментарий воздействия как регулирования, так стимулирования и поддержки. Малое предпринимательство в условиях российской экономической действительности нуждается в пристальном внимании федеральных, региональных и муниципальных властей. В условиях географической протяженности, неравномерного заселения, разных климатических условий субъекты малого предпринимательства распределены на территории страны неравномерно. Это приводит к перекосам экономического развития регионов, находящихся в неравных условиях.

Поскольку малое предпринимательство является важной составляющей экономического государственного устройства, с помощью которого руководство страны имеет в своем распоряжении эффективный инструмент влияния на качество развития экономики и борьбы с экономическими «болезнями», включающими: безработицу, дефицит бюджета, неравномерность регионального развития. Однако стоит обратить внимание на качество отраслевой структуры в целях сохранения эффективного баланса экономики в сфере малого предпринимательства. Используя эффективные меры государственного регулирования в секторе малого предпринимательства, органы власти воздействуют на его развитие, как в количественном, так и в качественном вы-

ражении. Субъекты малого предпринимательства, занятые в области производства, имеют низкие показатели, что негативно сказывается на профессиональной направленности малого предпринимательства как сектора экономики. Данная ситуация возникает из-за отсутствия заинтересованности государственной власти либо недостаточного внимания к сложившимся проблемам в области профессиональной ориентации малых предприятий. Отсутствие значимых показателей роста среди субъектов малого предпринимательства в секторе реального производства свидетельствует о деградации национальной экономики, что в конечном итоге может привести к проблемам стратегического характера.

Можно сказать, что сектор малого предпринимательства испытывает определенные трудности в процессе создания и дальнейшего развития. Показатели развития малого предпринимательства в России недостаточно высоки по сравнению с аналогичными показателями в развитых странах. Отраслевая структура данного сектора находится в зависимости от торговой составляющей, что оказывает негативное влияние на реальный сектор национальной экономики и подрывает экономическую независимость России. Проблемы безработицы эффективно нейтрализует сектор малого предпринимательства, что в российских условиях не находит своего применения.

Использованные источники:

1. Блинов А.О., Шапкин И.Н. Малое предпринимательство. – М.: Дашков и К, 2013 г.
2. Афанасьева Т.П., Буев В.В., Пуденко Т.И. Анализ состояния внешней среды малого предпринимательства в России. – М.: Бизнес-Тезаурус, 2015 г.
3. Анимица Е.Г. Тертышный А.Т. Основы местного самоуправления. – М.: Инфра-М, 2012 г.

*Георгиева М.А.
старший преподаватель
КБГУ, Институт Информатики,
электроники и компьютерных технологий
Россия, г. Нальчик*

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СИСТЕМ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

Информационные технологии в современном обществе являются неотъемлемым фактором влияния на эффективность экономической среды, уровень спроса, продуктивность производства, актуальность управленческих решений. Нельзя отрицать тот факт, что информационные технологии в бизнесе привели к росту продуктивности труда. Благодаря этому результату технологического прогресса предприятия смогли модернизировать организационную структуру, производственные мощности, сделать информацию товаром в конце концов. Что уж говорить о крупных корпорациях, если даже в сфере малого бизнеса найдется место

нововведениям сферы информационных технологий. Бизнес и информационные технологии – это две сопряженные сферы, дополняющие друг друга.

Информационные технологии бизнеса позитивно влияют не только на прибыльность отдельно взятых предприятий, они также повышают и благосостояние экономики в целом, делают рынок более открытым к внедрению инноваций в дальнейшем. Нельзя не отметить и тот факт, что информационные технологии в международном бизнесе – это наиболее приоритетный сектор к инвестированию, и те предприятия, которые поддерживают подобную тенденцию позитивно влияют на престиж собственного государства в глазах иностранных экономических агентов, готовых вкладывать деньги в настолько многообещающих сектор. Место информационным технологиям найдется в любой отрасли и на любом подразделении в организации. Конечно, одномоментное внедрение ряда проектов сферы ИТ затребует первичных инвестиций, которые, впрочем, окупятся в кратчайшие сроки.

Актуальности проблематике добавляет и тот факт, что информационные технологии в бизнесе в последнее время стали наиболее популярной темой не только в кругу крупных предпринимателей, но и предпринимателей малого бизнеса. Наиболее экономично активные агенты отечественного пространства быстро увидели в ИТ-сфере потенциально прибыльный проект, что привело к появлению ряда организаций, которые полностью существуют в информационном пространстве.

Информационная система – это компьютерная система (к примеру, программа или веб-сайт), обеспечивающая:

- хранение информации, организованной в определенные структуры;
- предоставление доступа к хранимой информации (для поиска, изменения и т.п.) одновременно множеству заинтересованных лиц;
- передачу информации между определенными сторонами и по определенным правилам;
- преобразование информации по определенным алгоритмам.

Конкретная структура информации, конкретные правила ее передачи, и алгоритмы ее преобразования определяются той задачей, которую призвана решить данная информационная система. Например, это может быть система шифрования-дешифрования данных или система управления городским движением и т.п.

Если же мы говорим о системе поддержки работы организации, о системе управления бизнесом, то такие системы принято называть корпоративными информационными системами или экономическими информационными системами или инф. системами для бизнеса.

Информационные системы для бизнеса:

- примером информационных структур могут служить анкеты (папки) персональных данных сотрудников или клиентов, имеющие определенные поля, и определенным образом связанные друг с другом;
- примером передачи информации может служить оповещение на email о наступлении определенных событий (к примеру, о приближении даты подписания некоторого договора);
- примером преобразования данных может служить автоматическое генерирование документа (договора, справки и т.п.) на основе анкетных данных клиента, сотрудника и т.п.

Информационными процессами в каждой отрасли были заполнены собственные потребности предпринимателей, кто-то нуждался в оперативных управленческих решениях, кто-то в контакте с зарубежным потребителем, а кто-то в дополнительном источнике заработка. Информационные системы используются и в построении организационной структуры предприятия, в особенности если речь идет о международном бизнесе, для которого географическая удаленность подразделений – вполне обыденная практика.

В современном информационном обществе любой человек может выйти в глобальную сеть. Интернет из любой точки местности, используя для этого мощные беспроводные устройства связи.

Ведение современного сельского хозяйства в развитом информационном обществе предполагает постоянное получение информации от различных внешних источников (через глобальную сеть Интернет) из любой точки местности в удобный момент времени. Например, постоянное получение данных о прогнозах синоптиков может быть доступно фермерам на протяжении дня. Это позволяет более эффективно применять химические средства защиты растений, а также снижает риск загрязнения окружающей среды. Существуют разработки информационных систем для предупреждения фермеров о появлении вредителей и болезней растений.

Современные информационные технологии позволяют фермерам получать рекомендации, и советы, независимо от времени и места их нахождения. Фермеры могут описывать свои проблемы через обычную речь, загружать фотографии или видеозаписи. В этот момент времени расположение фермера определяется программным обеспечением автоматически. Затем аграрии могут, используя электронную почту, выслать свои материалы поддерживающим службам работы сельского хозяйства и получить ответ через небольшой промежуток времени, или фермер может решать свои проблемы в диалоговом режиме непосредственно через Интернет.

Расширение существующих информационных баз данных — важное, но недостаточное требование для эффективного их применения в фермерских хозяйствах. Исходные данные должны быть удобными для оценки физических и биологических систем с целью получения полезных знаний о текущем состоянии хозяйств, а также оценки результатов при реализации различных сценариев. Накопленные знания о сельскохозяйственных

исследованиях на протяжении многих лет могут быть применены для извлечения практически полезной информации путем автоматической обработки баз данных. Это означает, что современные информационные технологии являются незаменимыми источниками для реализации научно-исследовательских разработок для фермерских хозяйств.

Заключение

Информационные технологии и средства связи становятся важнейшими катализаторами решения задачи импортозамещения и развития отрасли сельского хозяйства. Благодаря развитию широкого спектра электронных услуг, в том числе государственных и муниципальных, а также появлению технологий электронной коммерции, систем дистанционного обучения, решение различного вида как повседневных, так и бизнес-задач значительно упрощается. Поэтому применение систем связи в совокупности с IT-решениями целесообразно как для небольших фермерских хозяйств, так и для крупных аграрно-промышленных холдингов.

Использованные источники:

1. Ананьев М.А. Применение информационных технологий в АПК /М.А. Ананьев, Ю.В. Ухтинская. [Электронный ресурс] – URL: www.sisupr.mrsu.ru.
2. Информационное обеспечение фермерских хозяйств: состояние, проблемы, направления развития / Ермакова А.Н., Ермаков И.В., Ермакова Н.Ю. / Региональная экономика: теория и практика, 2009.
3. Матвеев Д. М. Техническое и технологическое переоснащение сельского хозяйства необходимо / А. Т. Стадник, Д. М. Матвеев, М. Г. Крохта, П. П. Холодов // АПК: экономика, управление. - 2012. - № 5. - С. 68–71.
4. Особенности функционирования крестьянских (фермерских) хозяйств / Ермакова А.Н. / Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2011.
5. Приёмы создания и функционирования информационно-консультативных служб в аграрной сфере / Ермакова А.Н. / Вестник АПК Ставрополя, 2011.

Герасимов К.Б., к.э.н.

доцент

кафедра экономики

Самарский национальный исследовательский университет

имени академика С.П. Королева

Гордеев П.В.

студент 1 курса

факультет информатики

Россия, г. Самара

МЕТОДЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КРИЗИСОВ

В статье рассматриваются основные факторы, подходы и методы преодоления экономических кризисов. Ввиду глобализации мировой экономики, почти любой кризис в отдельно взятой сфере накладывает отпечаток на

общую экономическую картину мира. По статистике Россия достаточно сильно реагирует на проявления кризиса, что достаточно негативно сказывается на благосостоянии населения. Анализируются наиболее действенные меры, способные укрепить устойчивость национальной экономической системы.

Ключевые слова: экономический кризис, мировая экономика, капитал, производитель, технология.

The article examines the main factors, approaches and methods to overcome the economic crisis. In view of the globalization of the world economy, almost any crisis in a particular field affects the overall economic picture of the world. According to statistics, Russia is strong enough react to manifestations of the crisis, it is sufficient to have a negative impact on the wellbeing of the population. Analyzes the most effective measures that can strengthen the stability of the national economic system.

Keywords: economic crisis, the global economy, capital, manufacturer, technology.

Исторические предпосылки экономических кризисов возникают с индустриального кризиса в Англии в 1825 года, когда машины заменили ручной труд. С тех пор экономика никогда не развивалась по прямой восходящей. Постепенно проходя все фазы цикла, экономика поднимается на новую ступень развития.

Обобщая все кризисы с середины XIX века, можно объединить их в одно понятие - передел структуры рынка. Это всегда касается разных его особенностей. Но все эти несоответствия приводят к кризису перепроизводства. Было ли это вызвано большим ростом цен или же несоответствием предложения покупательскому спросу, в итоге люди не покупают производящиеся товары. Соответственно у фирмы, производящей эти товары, перестает расти прибыль, что часто приводит к убыткам.

Здесь у собственника бизнеса возникает проблема: либо уменьшить свою прибыль, направив её от бизнеса на модернизацию производства, уменьшать издержки производства, что в первую очередь означает сокращение штата сотрудников. Постепенно эти уволенные сотрудники становятся бедными, если не устраиваются на другую работу. А значит, у них нет возможности покупать товары, что ведет к ещё большему снижению покупательского спроса. Без внешнего вмешательства (государственного регулирования) невозможно выбраться из этого порочного круга. И сама собой системно эта проблема не решится, поскольку сама система её и породила [2].

Под кризисом понимается абсолютно нормальное и необходимое явление, что может удивить многих. Основная задача государства не предсказать или предотвратить его, а уменьшить влияние на экономику, не допустить краха всей системы. Кризис всегда должен убирать игроков на рынке, технологии, которые больше не соответствуют новым требованиям жизни. Это и значит «передел структуры рынка». Словами Й. Шумпетера, это

«креативное разрушение» [7].

Рассмотрим наиболее удачные тактики выведения экономики из кризисного периода.

Государственное перераспределение капитала. Джон Кейнс был одним из первых, кто усомнился в саморегулировании рынка. Он считал, что государство само должно влиять на распределение капитала между различными бизнесами, задавая общий курс развития экономики. Если в обычное время покупательский спрос сам выбирает товары на рынке, тем самым, обеспечивая бизнес необходимыми финансами для роста, то во время кризиса, ввиду малой покупательской способности, государство должно либо предъявлять свой собственный спрос на товары и услуги, либо стимулировать спрос частного сектора и таким образом увеличить совокупный спрос. Также классический принцип нейтральности денег заменяется на принцип «деньги имеют значение». Это значит, что деньги оказывают влияние на реальные показатели, денежный рынок, наряду с рынком ценных бумаг, становится частью финансового рынка [1].

Данная философия государственного регулирования была достаточно популярна в период после II мировой войны. В первую очередь она была нацелена на совокупный спрос (demand-side модель) как главный источник доходов бизнеса и двигатель экономики. Но после нефтяного шока (70-е года XX века) ситуация резко поменялась, открыв и негативные стороны такого подхода. На смену кейнсианской теории приходит неоклассическая теория, направленная на монетаризм, теорию экономики предложения и теорию рационального ожидания. Новое движение базировалось на классической модели, анализируя экономику со стороны совокупного предложения, но также, как и кейнсианцы, рассматривали краткосрочные перспективы [1].

На основе кейнсианской и неоклассической теории был создан «неоклассический синтез». Отличительной особенностью от кейнсианства стало систематическое и прямое, а не спорадическое и косвенное воздействие государства на капиталистическую экономику. Это отражало более зрелую степень развития государственно-монополистического капитализма.

Поддержка отечественных производителей. Мало, того, что в стране поддерживается совокупный спрос. Также этот спрос необходимо удовлетворять силами отечественных производителей. Их товары не должны уступать импортной продукции ни в качестве, ни в цене [3, 4].

Для реализации этих задач предусмотрен ряд мер по пяти основным направлениям государственной экономической политики:

- создание институциональной среды для развития добросовестной конкуренции между отечественными товаропроизводителями и импортерами;
- совершенствование институциональных и организационно-экономических основ функционирования внутреннего рынка;
- повышение уровня ценовой и неценовой конкурентоспособности отечественной продукции конечного потребления;
- улучшение предпринимательского климата с целью развития

внутреннего рынка;

- формирование и развитие внутренних рынков товаров конечного потребления за счет отечественной продукции с высокими качественными характеристиками.

Без реализации данных мер, отечественные производители могут быть вытеснены зарубежными. Что, в свою очередь, приведет к пассивному сальдо товарооборота экономики страны (покупать продуктов необходимо больше, чем продавать). Соответственно, придется занимать валюту у других стран для удовлетворения внутреннего спроса. Такая ситуация уже очень долгое время прослеживается в США. В связи с этим в США сформирован и продолжает расти значительными темпами существенный государственный долг.

В настоящее время положение США в мировой экономике и политике позволяет осуществлять такую политику, однако, если не исправить ситуацию, в долгосрочной перспективе кредитоспособность может уменьшиться и мировые инвесторы перестанут наращивать свои вложения в американские активы, что существенно повлияет на возможность приобретать товары с мирового рынка, а, значит, и удовлетворять потребности экономических субъектов, в том числе домохозяйств [5].

Эффективность внутреннего рынка определяется эффективностью банковской системы. Главная её задача - накопления капитала и удовлетворение потребностей в инвестициях. И на эту роль, как подтверждает мировой опыт, идеально подходит банк развития. Опыт многих стран показывает, что банк развития - действенное средство осуществления инвестиционной политики. Прежде всего, даже минимальные средства бюджета, которые предназначены для долгосрочного кредитования и поддержки отдельных отраслей экономики, могут составить основу денежно-ресурсной базы этого банка. Его деятельность должна четко реализовать принципы кредитования (возврат кредита, его оплата, твердое соблюдение сроков и т.д.) [6].

Научно-технологические факторы. Выше было сказано, что во время кризиса отбрасывается все, что не соответствует нынешним запросам рынка, это в первую очередь касается технологий.

Фирма долгое время изготавливает продукт, покупателям он нравится, большая часть рынка принадлежит этому производителю, по сути, не остается других конкурентов. Значит, нет стимула придумывать что-то новое, нет смысла удешевлять производство, можно просто поставить цену, выгодную владельцу и всё. Но такое не может длиться вечно, рано или поздно всё равно кто-то придумает новую технологию, которая либо производит тот же товар дешевле, либо делает его даже лучше. И, естественно, рынок переключится на другого производителя, поскольку он предлагает лучшее соотношение цена-качество. Производители достаточно давно поняли этот фактор и вливают значительные инвестиции в инновации.

Сейчас назревает другая проблема в этой сфере: подготовка кадров.

Человек ведь не может обучиться многим вещам мгновенно. Это долгий процесс, который должен поддерживаться государством. А значит необходимо хотя бы приблизительно понимать, каких специалистов надо готовить на будущее. И пока добиться значительных успехов в этом направлении не удалось, поскольку очень сложно предугадать потребности будущего.

Ещё одной глобальной проблемой, является неравномерное распределение технологических укладов во всех странах. Можно привести в пример то, как в стране, в которой развита сфера услуг, нахватает промышленных ресурсов для обеспечения этих самых услуг. Это касается нашей страны, например по мобильной связи: у нас относительно хорошо развита мобильная связь, достаточно хорошее покрытие Интернета. Но оборудование, которое обеспечивает эту хорошую связь, операторы закупают в странах Азии.

Экономика страны не способна производить абсолютно все товары. Сейчас необходимо хотя бы начать движение в сторону более правильного распределения ресурсов в разных сферах для уменьшения зависимости от стран экспортеров.

Таким образом, кризис - необходимое явление, вскрывающее недостатки существующей экономической системы. С каждым новым этапом выводятся новые теории, которые все точнее будут описывать модель современного мира. Но и они не должны полностью устранить кризисы, а только уменьшить их колебание на диаграмме экономических отношений человечества.

Использованные источники:

1. Аникеев С.В. Развитие партнерских взаимоотношений государства и бизнеса: теория, методология, практика: дис. ... докт. экон. наук. – Саратов, 2004. – 410 с.
2. Герасимов Б.Н., Рубцова М.Н. Экономическая устойчивость в деятельности предприятий // Вестник Оренбургского государственного университета. 2006. № 8 (58). С. 108-111.
3. Герасимов Б.Н. Проектирование экономических систем. - Самара: Изд-во НОАНО ВПО СИБиУ, 2014. - 383 с.
4. Герасимов К.Б., Франк Е.В. Факторы экономической среды и их воздействующая роль на экономические системы // Экономика и предпринимательство. 2015. № 2 (55). С. 651-655.
5. Попкова Е.Г., Островская В.Н. Проблема экономической безопасности в условиях глобализации // Казанский экономический вестник. 2015. № 1 (15). С. 108-113.
6. Чечина О.С. Модель управления человеческим капиталом в интересах инновационного развития отраслевых экономических систем // Инновации и инвестиции. 2012. № 3. С. 268-272.
7. Шумпетер Й. Десять великих экономистов от Маркса до Кейнса. – М.: Изд. Института Гайдара, 2011. – 400 с.

*Герасимов К.Б., к.э.н.
доцент
кафедра экономики
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева
Пашина Т.А.
студент 1 курса
факультет информатики
Россия, г. Самара*

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ

В работе обоснована важность развития туризма в России на основе анализа текущей ситуации. Произведено сравнение состояния туризма за последние два года. Рассмотрены действия Правительства Российской Федерации в сфере туризма и выделены причины торможения развития отечественного туризма.

Ключевые слова: туризм, безопасность, конкурентоспособность, стратегия

The work proved the importance of tourism development in Russia based on the analysis of the current situation. Comparison of the state of tourism in the last two years. We consider the action of the Russian Federation in the sphere of tourism and marked deceleration causes the development of domestic tourism.

Keywords: tourism, security, competitiveness, strategy

Туризм является одной из самых высокодоходных отраслей мировой экономики. Каждый человек мечтает о том, чтобы посетить самые необыкновенные места на планете. Путешествия развивают кругозор и помогают открыть людям всю прелесть нашего большого мира. И так случилось, что Россия имеет большое количество мест, которые человек может посетить. Также, развитие туризма способствует улучшению таких секторов экономики, как транспорт, торговля, связь, строительство, производство товаров народного потребления и других секторов.

Развитие сферы туризма имеет большое значение при формировании валового внутреннего продукта и способствует повышению качества жизни населения. Хотя, туризм не только является экономически выгодной отраслью, но и экологически безопасной [1, 3].

Существует план мероприятий по реализации стратегии туризма в Российской Федерации на период до 2020 года (утвержден распоряжением Правительства Российской Федерации от 11.11.2014 г. №2246-р), который вступил в действие приказом Ростуризма от 11.02.2015 г. и от 04.02.2016 г. «Об организации исполнения Федеральным агентством по туризму плана мероприятий по реализации Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года». В данном плане особое внимание уделяется:

- формированию доступной и комфортной туристской среды;

- повышению качества и конкурентоспособности туристского продукта РФ на внутреннем и мировом рынках;
- усилению социальной роли туризма;
- совершенствованию системы управления и статистического учета в сфере туризма для обеспечения социально-экономического развития и роста качества жизни населения регионов РФ;
- комплексному обеспечению безопасности туристской деятельности;
- продвижению туристского продукта РФ на внутреннем и международном рынках.

Рассмотрим, ситуацию в сфере туризма за 2015 г. На основе данных от принимающих туристических компаний можно сказать, что поток туристов в 2015 г. значительно увеличился. Чаще всего в РФ приезжают китайцы, корейцы, индусы и японцы. Также приехало больше гостей из Турции. Отмечают, что за первое полугодие 2015 г. в Санкт-Петербурге количество туристов увеличилось на 50% по сравнению с 2014 г.

В итоге, в 2015 г. страну посетило около 20 млн. иностранных туристов. А внутренний туристический поток составил около 50 млн. чел. Эти данные стали рекордными показателями.

Рассматривая данные о въезде в РФ и выезде из РФ с целью туризма в 2014-15 гг., можно сказать, что иностранных туристов, действительно, стало приезжать больше в связи с проведением крупных международных мероприятий: Всемирная универсиада в Казани в 2013 г, зимние Олимпийские и Параолимпийские игры в Сочи в 2014 году и многие другие соревнования.

Также обратим внимание, что выездов из страны стало гораздо меньше. Причиной этому является не только, увеличение внутреннего туризма, но и снижение реальных доходов населения из-за девальвации рубля, запрет на выезд за территорию РФ военнослужащим и сотрудникам МВД, а также санкции со стороны ряда стран, запретивших въезд на свою территорию многим высокопоставленным лицам (депутатам, министрам и т.д.).

Каждые два года составляется рейтинг по индексу конкурентоспособности сектора путешествий и туризма, который захватывает 141 страну [5]. В рейтинге на 2015 г. Россия заняла 45 место. При этом в России находится 26 объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО, а Санкт-Петербург может составить большую конкуренцию Парижу (Франция на 3 месте по рейтингу). Для сравнения, в 2015 г. Париж посетило 30 млн. туристов, в то время как Санкт-Петербург всего 6,5 млн. человек. И это еще не является рекордом. На основе различий в площади и плотности населения Парижа и Петербурга, становится понятно, что наша вторая столица позволяет принимать гораздо больше туристов [6].

Выделяют несколько причин, которые тормозят развитие туризма в нашей стране: визовый режим, недостаточность рекламы за рубежом туристических возможностей, нехватка современных гостиниц туркласса. Основной причиной также являются проблемы с транспортом. В России

много красивых мест, но добраться до них крайне сложно [2].

Для развития внутреннего туризма государство выделило 200 тыс. билетов по субсидиям в Симферополь для льготников (школьникам, студентам до 25 лет, инвалидам и пенсионерам). Пока эта программа работает только в 40 городах. В ближайшее время хотят увеличить их количество до 58 [4].

Также активно решают проблему с гостиницами. Уже в 2016 г. только в Москве заработают 15 новых отелей. А в связи с проведением Чемпионата мира по футболу в 2018 году, планируется открыть более 60 современных отелей. Благодаря такому масштабному мероприятию будут подготавливаться города: Санкт-Петербург, Калининград, Сочи, Екатеринбург, Ростов-на-Дону, Нижний Новгород, Волгоград, Самара, Казань и Саранск. Обустройство этих городов должно привлечь как иностранных, так и отечественных туристов [7].

Нельзя не заметить, что ситуация, касающаяся туризма, стала заметно лучше по сравнению с предыдущими годами. С 2011 года России удалось подняться в рейтинге по индексу конкурентоспособности сектора путешествий и туризма на 14 позиций [5]. Понятно, что Россия может многое показать. Но пока что отдых в российских городах не достаточно рекламируется за рубежом. Однако благодаря проведенным в нашей стране масштабным мероприятиям, эта проблема потихоньку налаживается. Российскую визу стало гораздо проще получать иностранным гражданам. А с соседним Китаем стала действовать программа безвизовых групповых туристических поездок. Также в городах стали появляться новые праздники. Это способствует привлечению туристов именно на событийный туризм. В настоящее время доля туризма в ВВП России составляет 1,5% при среднемировом значении 10%. Таким образом, видно, что страна может поднять свою экономику за счёт внутреннего и выездного туризма, только нужно приложить большие усилия, чтобы люди хотели проводить свое свободное время именно в России.

Использованные источники:

1. Герасимов Б.Н. Корпоративное управление. - Самара: СФ ГОУ ВПО МГПУ, 2008. - 374 с.
2. Герасимов Б.Н. Организационное поведение. - Самара: СГАУ, 2010. - 168 с.
3. Королёва Н.В. Анализ современного состояния развития туризма в Российской Федерации // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2012. № 4 (111). С. 302-308.
4. Мелик М.Д., Захарян А.В. Анализ современного состояния развития туризма в Российской Федерации // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 5-1 (80). С. 131-133.
5. Пашков О.Ю. Управление конкурентоспособностью туристских услуг на основе модульно-компетентностного подхода: дис. ... канд. экон. наук. – Москва, 2011. – 180 с.
6. Российский менеджмент: технологии успеха / Б.Н. Герасимов, В.Н. Иванов

и др. - М.: Муниципальный мир, 2005. - 400 с.

7. Савченко И.П., Орлова Е.С. Направления устойчивого развития туристской отрасли РФ // Новый университет. Серия: Экономика и право. 2015. № 2 (48). С. 48-50.

*Герасимчук С.В.
студент 2 курса
"Бухгалтерский учёт, анализ и аудит"
Овчинникова И. В.
научный руководитель, старший преподаватель
кафедра управленческого учета и анализа
Кузбасский Государственный Технический Университет
им.Т.Ф. Горбачёва
Россия, г. Кемерово*

АНАЛИЗ ПБУ 2/2008 «УЧЕТ ДОГОВОРОВ СТРОИТЕЛЬНОГО ПОДРЯДА»

Статья посвящена: В данной статье проводится сравнительный анализ основных моментов, которые затрагиваются в МСФО 11 «Договоры подряда» и ПБУ 2/2008 «Учет договоров строительного подряда».

Ключевые слова: Бухгалтерский учёт, договоры строительного подряда, строительство, международные стандарты, ПБУ.

Очевидно, что в последние время в России нормативные документы ежегодно претерпевают различные изменения, как со стороны законодательства РФ, так и со стороны профессиональной деятельности организаций. По большому счёту это связано с конвергенцией РСБУ и МСФО. Ярким примером подобных изменений является новое Положение по бухгалтерскому учету «Учет договоров строительного подряда» (ПБУ 2/2008), утвержденное Приказом Минфина России от 24. 10 2008 № 116н, с вступлением которого в силу с 1 января 2009 г. прекратило действие Положение по бухгалтерскому учету «Учет договоров (контрактов) на капитальное строительство» (ПБУ 2/94), утвержденное Приказом Минфина России от 20. 12. 1994 № 167. В данной статье разберём, в чём же заключается основные изменения в новом ПБУ №116н, рассмотрим мировые стандарты финансовой отчётности, а именно МСФО 11 «Договора на строительство», а так же проанализируем на сколько важны были изменения в ПБУ №116н. В Российской экономике договор строительного подряда является наиболее распространенным договором подряда на сегодняшний день. Договоры подряда в строительной деятельности заключаются на строительство, реконструкцию предприятий или капитальный ремонт зданий (в том числе жилых домов), сооружений или иных объектов, а также пусконаладочных и других неразрывно связанных со строящимся объектом работ. Правила о договоре строительного подряда могут применяться также к работам по капитальному ремонту зданий и сооружений.

Не смотря на то что все изменения которые произошли в ПБУ №167, которые отражены в ПБУ 2/2008 максимально приближены к положениям МСФО 11 «Договора на строительство». При сравнении этих стандартов становится очевидно, что ПБУ 2/2008 не рассматривает ряд моментов, которым в МСФО 11 уделено особое внимание.

Использование МСФО 11 предпочтительнее, так как:

- ПБУ 2/2008 «Учет договоров строительного подряда» изменяется и перерабатывается в направлении МСФО 11;
- Более удобная структура МСФО;
- Существует четкий приоритет содержания перед формой;
- Полезность информации для пользователя МСФО.

Таким образом рассматривая ПБУ 2/2008, можно сказать о том что нововведения которые произошли связаны с желанием приблизиться к международным стандартам бухгалтерской финансовой отчетности. Во многом для того что бы российская отчетность была более понятна и доступна иностранным инвесторам.

Тем самым в последнее время ведется активная работа по сближению российских стандартов и требований МСФО. Определенные успехи на этом пути уже достигнуты, хотя предстоит еще многое сделать для того, чтобы окончательно устранить все противоречия.

Использованные источники:

1. Консультант-плюс. Надёжная правовая поддержка: "Учет договоров (контрактов) на капитальное строительство" ПБУ 2/94" [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5557/ (Дата обращения 01.06.2016).
2. Консультант-плюс. Надёжная правовая поддержка: "Учет договоров строительного подряда" (ПБУ 2/2008) [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82067/ (Дата обращения 26.05.2016).
3. Консультант-плюс. Надёжная правовая поддержка: Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 11 "Договоры на строительство" [Электронный ресурс] Режим доступа http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_123289/: (Дата обращения 11.06.2016).
4. Курбангалеева О.А., Издательский дом «Советник бухгалтера», 2008-2016. Комментарий к новому ПБУ 2/2008 Режим доступа: http://sovbuh.ru/zhurnaly/sovetnik_buhgaltera/vypusk_1_49_yanyar_2009/kommentarij_k_novomu_pbu_22008/ (Дата обращения 21.05.2016).

Гильмиева Г.Ф.
студент 4 курса
экономический факультет
Шутько Г.Н., к.э.н.
доцент
ФГБОУ ВПО Башкирский ГАУ
Россия, г. Уфа

УПРАВЛЕНИЕ ТЕКУЩИМИ ЗАТРАТАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

Деятельность любой организации предполагает возникновение определенных затрат. Управление текущими затратами занимает важное место в структуре управления любой организации. Величина расходуемых производственных ресурсов непосредственно влияет на эффективность производства, рентабельность и величину прибыли, поэтому необходимо своевременно планировать, учитывать и контролировать затраты организации.

Текущие затраты связаны с производством и реализацией продукции. Они, как правило, занимают наибольший удельный вес во всех затратах предприятия и содержат затраты по использованию сырья и материалов, основных производственных фондов, комплектующих, топлива и энергии, оплате труда и т.д. Текущие затраты возвращаются предприятию по завершении цикла производства и реализации продукции в составе выручки от ее реализации [1].

Проанализируем состав и структуру текущих затрат ООО «Коммсервис» РБ, в таблице 1.

В структуре затрат исследуемой организации наибольший удельный вес занимают материальные затраты и затраты на заработную плату, соответственно 51,5 % и 24,8 %. Доля амортизации в общем объеме затрат незначительна (3,2 %).

Таблица 1 Состав и структура текущих затрат организации

Элементы затрат	Сумма, тыс. руб.		Структура затрат, %	
	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.
Материальные затраты, в т.ч.:	16939	19763	49,4	51,5
Заработная плата	8675	9517	25,3	24,8
Начисления на заработную плату	2331	2533	6,8	6,6
Амортизация	891	1228	2,6	3,2
Прочие затраты	5452	5334	15,9	13,9
Итого затрат	34290	38375	100	100

Удельный вес прочих затрат уменьшился на 2% и составил в 2015 г. 13,9 %.

Проведенное исследование затрат показало, в данной организации их уровень достаточно высок, так показатель затрат на один рубль продукции в 2015 г. составил 113 коп., в результате предприятие имеет результатом убыток от продаж.

Таблица 2 Основные финансовые результаты деятельности организации

Показатель	2014 г., тыс. руб.	2015 г., тыс. руб.	Рост, %
Выручка, тыс. руб.	28284	33788	119,5
Себестоимость продаж, тыс. руб.	34290	38375	111,9
Прибыль от продаж, тыс. руб.	-6006	-4587	76,3
Затраты на один рубль продукции, коп.	121,2	113,6	93,7

Для совершенствования управления текущими затратами организации предлагается организовать их деление на постоянные и переменные затраты в рамках осуществления управленческого учета и использования методов операционного анализа для управления затратами организации [2].

Кроме постоянных и переменных затрат, существует группа затрат, которые нельзя классифицировать ни как переменные, ни как постоянные. Затраты данного типа имеют одновременно переменные и постоянные компоненты и носят название «смешанные».

Можно использовать следующие методы разделения смешанных затрат на постоянную и переменную части:

- экономико-математические методы (метод высшей и низшей точек; метод корреляции или графический метод, метод наименьших квадратов);
- метод экспертных оценок;
- аналитический метод.

Для оптимизации постоянных затрат рекомендуется: сокращать накладные расходы (по управлению); осуществлять продажу неиспользуемого оборудования и нематериальных активов с целью снижения потока амортизационных отчислений; сокращать объемы потребляемых коммунальных услуг и другие.

Для совершенствования управления переменными затратами следует использовать различные способы, обеспечивающие постоянную экономию этих затрат. Основными резервами экономии переменных затрат являются снижение численности работников за счет роста производительности труда; сокращение размера запасов сырья, материалов; обеспечение выгодных для предприятия условий поставки сырья и материалов и другие.

Целенаправленное управление текущими затратами позволит увеличить потенциал формирования прибыли предприятия.

Использованные источники:

1. Финансы организаций (предприятий) [Текст]: Учебник для вузов / Под ред. Н.В. Колчиной. – М.: ЮНИТИ, 2011. – 382 с.
2. Юнусова Э.А., Шутько Г.Н. Методы деления затрат на постоянные и переменные как главный элемент операционного анализа в организации [Электронный ресурс]. - Экономика и социум, № 4(9), 2013.
3. Рафикова Ф.Ф., Шутько Г.Н. Совершенствование управления затратами в организации [Электронный ресурс]. - Экономика и социум, №1(10), 2014.

Глебова П.В.
студент 2 курса магистратуры
ННГУ им. Н.И. Лобачевского
Россия, г. Н. Новгород

АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПОЛНОМОЧИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация и ключевые слова:

Целью статьи является разработка рекомендаций по решению выявленных проблем на предприятии ООО «Люкс» .

Статью можно условно разделить на три части. В первой части раскрывается сущность полномочий, дается понятие делегирования полномочий. Также рассматриваются способы распределение полномочий и эффективное распределение их в организации. Во второй части проводится анализ системы полномочий на примере ООО «Люкс». В третьей-выявляются недостатки в системе распределения полномочий на «Люкс» и даются рекомендации по их устранению.

Делегирование, полномочия, способы распределения полномочий, организационная структура, обязанности

Каждая организация состоит из подразделений, во главе каждого которого стоит менеджер, а подразделения состоят из людей. От умения менеджера руководить своими подчиненными зависит эффективность работы его отдела, а отсюда и работа предприятия в целом, поэтому ему очень важно правильно распределить полномочия в организации.

Одним из эффективных способов регулировать количество выполняемой работы может стать делегирование – передача полномочий подчиненным. Чем больше полномочий и ответственности руководитель дает подчиненным, тем выше его способность руководить людьми.

Тема статьи актуальна в настоящее время , так как большое количество предприятий работает нерентабельно . Причиной этому служит неэффективное управление организацией из-за неправильного распределения полномочий, а это является фундаментом любой организации. Правильное делегирование может привести предприятия к успеху, благодаря освобождения нагрузки с менеджеров у них остается время на главные дела.[4,С.61-62]

В данной статье анализируем распределение полномочий на примере предприятия ООО «Люкс»,

Объектом исследования является ООО «Люкс». Предприятие занимается розничной продажей продовольственных товаров .

Для проведения анализа организации полномочий и взаимодействие в управлении ООО «Люкс» исследуем организационную структуру управления организацией. (см.Рис. 1)



Рисунок 1- Организационная структура управления ООО «Люкс»

Красными стрелками указаны связи взаимодействия между подразделениями.

Таким образом, организационная структура показывает не только состав подразделений в иерархичном порядке, но и взаимодействия между подразделениями

В ходе выполненного анализа ОСУ и предоставленного анализа функциональных обязанностей работников можно выделить преимущества и недостатки.

Рассмотрим преимущества:

- Генеральный директор, коммерческий директор и директор магазина делегируют свои обязанности они доводят до всех руководителей и подчиненных конкретные цели их деятельности
- Продавцы, бухгалтер и товаровед предпочитают некоторые их своих обязанностей выполнять самостоятельно.

Рассмотрим недостатки:

- Отсутствует выполнения множества обязанностей у сотрудников вследствие потери актуальности и плохого взаимодействия между сотрудниками
- Известно, что не полностью выполняют свои обязанности продавцы из-за плохого уровня квалификации работников, неопытности, незнания нормативно-правовых документов.
- Известно, что у директора магазина дублируется обязанность с товароведом .
- Директор магазина не полностью выполняет некоторые свои обязанности из-за непонятности к кому точно закреплены эти обязанности.
- Генеральный директор не полностью выполняет некоторые свои обязанности:

В ходе исследований определились проблемы:

- Механизм управления организационной структурой недостаточно эффективно регламентирует взаимодействие между сотрудниками, вследствие не обеспечивает реализацию некоторых обязанностей

сотрудников, дублирование обязанностей.

-Существует тенденция к перекидыванию обязанностей и ответственности при решения проблем, требующих участия нескольких сотрудников.

- многие обязанности утратили свои актуальность, обязанности не выполняются качественно из-за плохой подготовки.

Основная линия горизонтальной связи в структуре управления, которая главным образом отвечает за эффективное функционирования ООО «Люкс» это генеральный директор-коммерческий директор-директор магазина – продавцы, Выявленные проблемы связаны с плохим взаимодействием сотрудниками. Слабое звено в структуре управления-директор магазина, он является связующим звеном между низшим и высшим уровнем управления, по его каналам передается информация от коммерческого директора до продавцов, следовательно нужно усовершенствовать его обязанности.

Программа совершенствования

1. Необходимо составить профессиограмму директора.
2. Нужна профессиональная переподготовка директоров магазина, изучение нормативно-правовых документов.

-55 постановление правительства РФ [1, п.32]

- Санитарно-эпидемиологические правила СП 2.3.6.1066-01 [2. п.7-9,]

3. Существует необходимость включить обязанности за директором магазина, коммерческим директором, товароведом, бухгалтером:

4. Материальное стимулирование.

5. тренинги по командообразованию.

Рассмотрим связи взаимодействия (см. Рис. 2)

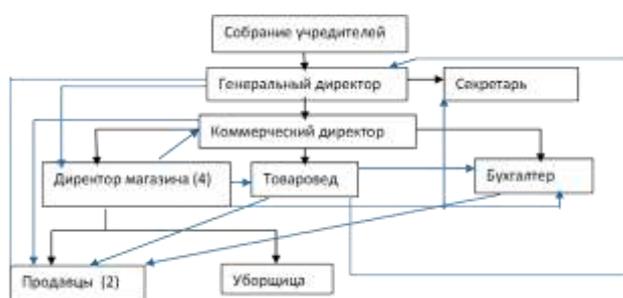


Рисунок 2- Взаимодействие между подразделениями ООО «Люкс»

Синими стрелками указаны связи взаимодействия между подразделениями, по сравнению с рисунком 1.- Организационная структура управления ООО «Люкс», добавились связи между: генеральным директором и товароведом , товароведом и продавцами , директором магазина и секретарем , генеральным директором и продавцами ,коммерческим директором и продавцами.

Улучшилось качество связей, каналы передачи информации, благодаря этому организация работы стала более оперативной ,эффективной и легко планируемой.

Использованные источники:

1. 55 постановление правительства РФ от от 19 января 1998 г. N 55. Правила. Продажи отдельных видов товаров
2. Санитарно-эпидемиологические правила СП 2.3.6.1066-01
3. «Менеджмент» : учебное пособие/ В.И.Гончаров,-Минск: Современная школа,2010.-640с.
4. Основы менеджмента б учебное пособие: 2-е изд./ под ред. Д..э.н., проф. И.Ю.С.олдатовой, М.А.Чернышева.-М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»; 2010.-272с.
5. <http://www.addere.ru/f21.htm>
6. Журнал «Управление развитием персонала» №2 от 03.2009 статья Логинов А., Шухман П. – «Современные методы управления компанией: организационное развитие и управление персоналом »
7. Журнал «Управление персоналом» № 16 от 08.2009 - статья Говядкин И., Залюбовский И. - «Мы можем управлять ситуацией»
8. Документация ООО «Люкс»

*Глухова В.С.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ В РОССИИ

Аннотация: В статье рассматривается понятие электронных денег в России и за рубежом, законность и перспективность их использования. Приведён рейтинг систем электронных платежей на примере разных стран. Рассмотрены плюсы и минусы различных систем.

Ключевые слова: электронные деньги, интернет, платёжные системы, электронные кошельки.

ELECTRONIC MONEY IN RUSSIA

Summary: In article the concept of electronic money of Russia and abroad, legality and prospects of their use is considered. The rating of systems of electronic payments on the example of the different countries is given. Pluses and minuses of various systems are considered.

Keywords: electronic money, Internet, payment service providers, e-wallets.

Электронные деньги это относительно новое и постоянно дополняющееся понятие. Под электронными деньгами понимается виртуальное воплощение традиционных денег, которые могут быть использованы на приобретение товаров и услуг в сети Интернет. Их хранение и использование происходит в большей степени при взаимодействии компьютера, сетей и систем хранения электронных денег. Обращение данной формы денег осуществляется по правилам, установленным и согласованными

с государственными банками, или же по правилам самих платёжных систем.

Понятие и условия использования электронных денег в России диктуются федеральным законом от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платёжной системе» (в редакции федерального закона от 05.05.2014 № 112-ФЗ). В соответствии с данным законом электронные деньги трактуются следующим образом: «Электронные деньги - это денежные средства, которые предварительно предоставлены одним лицом (лицом, предоставившим денежные средства) другому лицу, учитывающему информацию о размере предоставленных денежных средств без открытия банковского счёта (обязанному лицу), для исполнения денежных обязательств лица, предоставившего денежные средства, перед третьими лицами и в отношении которых лицо, предоставившее денежные средства, имеет право передавать распоряжения исключительно с использованием электронных средств платежа.

При этом не являются электронными денежными средствами денежные средства, полученные организациями, осуществляющими профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг, клиринговую деятельность и (или) деятельность по управлению инвестиционными фондами, паевыми инвестиционными фондами и негосударственными пенсионными фондами и осуществляющими учёт информации о размере предоставленных денежных средств без открытия банковского счёта в соответствии с законодательством, регулирующим деятельность указанных организаций». [1].

В ЕС установлено соответствие понятия электронные деньги понятию денежные обязательства эмитента в электронном виде, находящиеся в электронном виде в распоряжении носителя. Данные обязательства подразумевают ряд критериев:

- Денежные средства хранятся на электронном носителе (кошелке, счёте)
- Средства расходуются и пополняются лишь в том размере, который был установлен владельцем счёта
- Данные средства принимаются в качестве средства платежа компаниями, сайтами и ресурсами.

Использование электронных денег производится в компьютерных сетях и сети Интернет, при помощи следующих форм:

- Электронные кошельки
- Электронные устройства, такие как банкоматы, терминалы и киоски
- Мобильные телефоны
- Электронные браслеты, брелоки и другие средства снабжённые электронным-платёжным чипом

Электронные деньги привычно делят на два типа: электронные деньги на базе смарт-карт (карты со встроенной микросхемой, имеющие свою операционную систему и микропроцессор) и электронные деньги на базе сетей Интернета. Так же электронные деньги можно разделить на фиатные и

нефиатные деньги. Первые всегда выражены в государственной валюте, являются платёжной системой данного государства, которое обязывает своих граждан использовать и принимать к оплате фиатные деньги. Данный вид денег происходит по правилам законодательства, Центробанков. Электронные нефиатные деньги являются средствами негосударственных платёжных систем, и регулируется правилами данных систем.

Несмотря на ежедневно повышающийся спрос на использование электронных денег острым является вопрос эмиссии данных средств, то есть вопрос того, какие организации вправе принимать за свои услуги электронную валюту. В России эмитентами являются только кредитные организации, банки и небанковские кредитные организации которые получили соответствующее разрешение, лицензию на осуществление деятельности по использованию электронных средств и переводов. [2].

Некоторые из данных систем широко распространены и популярны в России. Одной из главных является система Яндекс.Деньги. Эта система является самой популярной так как очень проста и понятна, используется для моментальных расчётов, оплаты продукции и услуг в сети Интернет, для пополнения банковских счетов. Так же на сайте данной платёжной системы можно оплатить телефонные и коммунальные счета, счет за Интернет, оплатить налоги и штрафы ГИБДД и др. Одним из главных плюсов данной системы является то, что помимо виртуальной карты, являющейся аналогом пластиковой карты, можно заказать обычную. Обычную пластиковую карту, привязанную к электронному кошельку, пересылают пользователю по почте. Владение подобной картой позволит пользователю помимо традиционных операций снимать деньги с электронного кошелька в виде наличных через банкоматы.

Другой системой является Webmoney, крупнейшая системы расчётов в России. Как и любая другая система, Webmoney поддерживает основные операции с электронными денежными средствами. Преимуществом данной системы является то, что она использует денежные средства не только в рублях, но и долларах, евро, гривнах, белорусских рублях, казахстанских тенге и т.д.

Самой популярной платёжной системой в мире считается PayPal, в связи с этим она наилучшим образом подходит для международных денежных операций. Однако данная система не получила широкого распространения в России в связи с тем, что на российском рынке она не так давно. Так же для использования системы PayPal необходимо привязать к счёту реальную пластиковую карту с которой и будут списываться средства, в то время как при других системах электронный кошелек-счет пополняется через терминалы, банковские или телефонные счета.

Самой простой и при этом распространённой и международной системой является Qiwi. Пополнить счет данного кошелька можно множеством способов, использовать его так же можно на множестве российских и зарубежных сайтах [3, 4].

В настоящее время электронные средства рассматриваются как возможный заменитель наличных денег для малых платежей. Однако электронные деньги способны только частично заменить наличные деньги, так как отсутствует уверенность в надёжности, а главное сохранности и безопасности использования электронных денег. Поэтому при отсутствии правовой поддержке и защите электронные деньги так и останутся средствами для оплаты услуг и товаров в сети Интернет.

Использованные источники:

1. Федеральный закон Российской Федерации № 161-ФЗ «О национальной платёжной системе» от 27 июня 2011 года
2. Свободная Интернет-энциклопедия «Википедия», Электронные деньги. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Электронные_деньги
3. Электронные компьютерные курсы «NEUMEKA», Электронные деньги http://www.neumeka.ru/elektronnye_dengi.html
4. Ключко Е.Н., Артемьев А.В. Электронные деньги в России: становление и проблемы развития / Социально-экономический ежегодник. – Краснодар: издательство Южного института менеджмента, 2013. - С. 236-242

*Глухова В.С.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

ВИРТУАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: Статья посвящена понятию виртуализации экономики. Рассмотрено историческое появление данного понятия, его сущность. Так же затрагиваются понятия виртуальных организаций и корпораций.

Ключевые слова: виртуализация, постиндустриализм, реклама, бренд, виртуальная организация.

VIRTUALIZATION OF ECONOMY

Summary: Article is devoted to concept of virtualization of economy. Historical emergence of this concept, his essence is considered. Also concepts of the virtual organizations and corporations are affected.

Keywords: virtualization, post-industrialism, advertizing, brand, virtual organization.

Информационное общество сменяет индустриальное общество, однако оно его не замещает. Информационное общество привносит в индустриальное общество технологический способ применения информации. За счёт чего происходит развитие информации в экономике. Если основой индустриальной экономики был товар, производство и платежеспособность, то элементами информационной экономики являются товарный знак, образ товара и информация.

В современной экономике активно используются коммуникационные технологии, виртуальная реальность. Поэтому виртуализацией можно считать не только применение в бизнесе электронных сетей, но и распространение за их счёт общественного восприятия товара, его имидж, ценообразование, рекламу [4, 5, 6, 7]. Реклама помогает создать определённый образ товара, который функционирует на информационном рынке, в этом и состоит сущность виртуализации экономики. Образ товара, вещи, начинает преобладать над самим товаром, поэтому, таким образом, продаётся не товар, а его образ, марка, социальный статус бренда. Поэтому цена товара определяется не реальной стоимостью продукции, а стоимостью рекламного образа. В связи с этим стоимость известного и раскрученного образом товара может в десятки раз превышать стоимость схожего по роду и качеству товара без образа, марки [1].

Социальный статус компании производителя определяет стоимость продукции, а не наоборот. Следовательно, неэлектронную виртуализацию можно охарактеризовать двумя аспектами:

- Изменение цены как функции
- Преобладание образа товара над его функциональной ценностью

При виртуализации экономики растут затраты на рекламу. В связи, с чем цена образа значительно выше себестоимости, поэтому к традиционным концепциям цены можно добавить ещё одну:

- Марксизм: цена – объективная стоимость
- Маржинализм: цена – субъективная стоимость
- Монетаризм: цена – меновая стоимость
- Виртуализм: цена – стоимость образа

Формирование концепции цены в рамках виртуализации заметил и обосновал японский исследователь Кениши Омае, который описал этот процесс как: «главный парадигмальный сдвиг последнего десятилетия». Он пришёл к данному выводу, наблюдая, как в Японии сельхозпродукты с разрекламированной маркой продаются по ценам, во много раз превышающим цены на схожие продукты без образа. Омае понял, что добавленная стоимость создана умелыми усилиями формирующими образ продукта и что данная добавленная стоимость схожа со стоимостью продукции модных домов, которые производя предметы гардероба, делают огромную наценку за своё имя.

Так же подразделяют электронную виртуализацию экономики, которая сохраняет уже сложившиеся принципы экономического взаимодействия, однако переводит их в интерактивный, электронный режим, подчиняясь мировой глобализации. Следствием виртуализации экономики можно также считать развитие некоммерческого сектора, повышение числа добровольных организаций. Виртуализация включает в себя ряд понятий [2]:

- Электронный рынок
- Электронная коммерция

- Виртуальное производство
- Виртуальная фабрика
- Виртуальный продукт
- Виртуальный банк
- Виртуальная организация

Основной формой виртуальной организации можно считать виртуальные корпорации и товарищества, чей принцип основан на электронном капитале и сетевом объединении партнеров [3].

Виртуализация экономики приводит к тому, что компьютерные технологии и сети, Интернет становятся главным средством и средой экономической деятельности. Виртуализация экономики влияет на повышение виртуальной коммерции, где в современном обществе осуществляется не только обмен информацией, но и полноценный цикл сделки, от разработки до послепродажного обслуживания.

Использованные источники:

1. Мантатова Л.В., Стратегия развития: Ценности новой цивилизации. - Улан-Удэ: издательство ВСГТУ, 2004г. - 242 с.
2. Манюшис А., Смольянинов В., Тарасов В. Виртуальное предприятие как эффективная форма организации внешнеэкономической деятельности компании. – URL:http://www.ptpu.ru/issues/4_03/16_4_03.htm
3. Ткачева Е.Н. Управление виртуальными организациями в информационной экономике: анализ современных средств моделирования процессов / Техника и технологии в XXI веке: современное состояние и перспективы развития: Коллективная монография. – Книга 4. – Новосибирск: ЦРНС, 2009. – 285 с. – С. 220-228.
4. Ткачева Е.Н. Виртуальные организации: особенности управления компонентами в инновационной экономике / Актуальные проблемы экономики, социологии и права. Материалы международной научно-практической конференции. – Пятигорск: Международная академия финансовых технологий, 2009. – 237 с. – С. 126 – 130.
5. Ткачева Е.Н., Болтава А.Л. Оценка эффективности использования частично виртуальных организаций (аутсорсинговых компаний) в экономической системе Краснодарского края // Бизнес в законе. – М., 2010. – № 3. – С. 324-328.
6. Ткачева Е.Н. Виртуальные организации Южного федерального округа: оценка эффективности системы управления // Бизнес в законе. – М., 2011. – № 2. – С. 245-247.
7. Ткачева Е.Н. Кузнецова А.С. Разработка модели инфраструктуры для виртуальных организаций Краснодарского края // Российское предпринимательство. – М., 2011. - № 5 (2). – С. 45-50.

*Глухова В.С.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: В статье рассматривается понятие управления знаниями, задачи, виды и классификации. Описана теория Карла Виига и других учёных о знаниях в организациях. Приведены способы получения знаний в рамках организации.

Ключевые слова: знания, управление знаниями, менеджмент знаний.

MANAGEMENT OF KNOWLEDGE IN THE ORGANIZATION

Summary: In article the concept of management to knowledge, tasks, types and classifications is considered. The theory of Karl Viiga and other scientists about knowledge in the organizations is described. Ways of knowledge acquisition within the organization are given.

Keywords: knowledge, management of knowledge, management of knowledge.

В течение всей жизни люди приобретают знания, накапливая и повышая свой интеллектуальный уровень. Знания включают в себя не только то, что нам дают книги, телевидение, образовательные учреждения, но и то, что мы приобретаем в процессе профессиональной деятельности, общения с коллегами. К знаниям можно отнести:

- Убеждения, суждения, моральные ценности
- Идеи, изобретения
- Навыки, профессиональные знания
- Теории, понятия и правила
- Отношения
- Мнения
- Опыт

Всё это мы используем, чтобы превратить информацию и данные в знания. Знания помогают людям преодолевать трудности, находят способы решения различных задач, выполнять трудные задания. Немало важным является опыт, который люди приобретают и на основе которого меняют своё поведение. При работе в компании собственные знания зачастую смешиваются со знаниями коллег. Говоря о классификации знаний, их можно подразделить на [1]:

– Формализованные знания. Знания, которые можно задокументировать, описать, передать другим, то есть формальные, единые для всех операции. На предприятии к данному типу знаний можно отнести знания о том, как сотрудник может потребовать выплату за внеурочные часы,

как получить больничный. Этот тип знаний может передаваться лично, в виде текста, звука, видео и т.д.

– Неформализованные знания – это личный опыт, убеждения, взгляды и моральные ценности человека. Эти знания личные, поэтому их нельзя задокументировать или описать, они передаются только путём личного общения. В организации это могут быть знания о том, как правильно себя вести с коллегами, негласные правила производства.

Знания являются основой человеческой жизни и особо важны они в организации. В связи с этим появилось понятие управление знаниями. Прошло только 10 лет с того момента как известный американский специалист по искусственному интеллекту Карл Вииг, помог зародиться управлению знаниями на предприятиях. В начале 90-х годов он опубликовал трилогию научных работ посвящённых управлению знаниями, а в дальнейшем написал ещё сотни работ посвящённых данной проблеме и рекомендациям. [2].

После Виига многие другие заинтересовались темой управления знаниями и опубликовали свои труды:

- Прусак Л. (1995) и Давенпорт Т. (2000)
- Нонака И. и Такеуши Х. (1995)
- Стаплтон Д. (2003)
- Деспрес Ч. и Чавел Д. (2000)
- Букович У. и Уилльямс Р. (1999)
- Стюарт Т. (1997)

Во многих странах начали появляться институты, общества, ассоциации по проблемам нематериальных ресурсов и управлению знаниями. Выпускались статьи и журналы, проводились крупные исследования. Россия так же участвовала в изучении данного вопроса. С каждым днём составляются и реализуются множество программ формирования и использования систем управления знаниями. Поэтому можно смело сказать, что на данный момент уже сложились чёткие представления об аспектах проблемы управления знаниями в организациях.

Управление знаниями преследует две главные задачи. Первая – это эффективное использование знаний для обеспечения роста производительности за счёт снижения затрат или ускорения процесса производства. Вторая - создание новой продукции или услуг, предприятий и бизнес-процессов.

Осуществлять управление знаниями можно несколькими способами:

– Покупка знаний. К методам покупки знаний относятся: принятие на работу новых опытных сотрудников, партнёрство с другими компаниями, аутсорсинг.

– Аренда знаний. Это организуется путём найма на работу грамотных консультантов, получения помощи со стороны третьих лиц, заключения субконтрактных договоров с другими организациями. Знания о потребителях

помогают улучшить эффективность совместной деятельности, а знания, полученные с потребителями, помогают усовершенствовать продукцию компании.

– Развитие знаний. В рамках этого способа работников отправляют на учёбу и подготовку, разрабатывают свои программы обучения, приглашают инструкторов.

Управление знаниями напрямую связано с кодификацией, то есть документированием знаний, составлением единой формализованной системой, которая была бы понятна и доступна всем работникам.

Использованные источники:

1. Давенпорт Т., Прусак. Л., Рабочее знание: Как организации управляют тем, что они знают. – М., 1998г. – 560 с.
2. Вииг К. Основы управления знаниями. – М., 1986г. – 371 с.

Глухова В.С.

студент 2 курса

факультет «Экономики и управления»

Южный Институт Менеджмента

Россия, г. Краснодар

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

Аннотация: В статье рассмотрено понятие человеческого капитала, история его появления. Описан термин национального человеческого капитала и приведена статистическая стоимость ведущих стран. Затронута тема человеческого капитала на предприятиях, их важность и особенности.

Ключевые слова: кадры, человеческий капитал, национальное богатство, национальный человеческий капитал.

HUMAN CAPITAL

Summary: In article the concept of the human capital, history of his emergence is considered. The term of the national human capital is described and the statistical cost of the leading countries is specified. The subject of the human capital at the enterprises, their importance and features is touched.

Keywords: shots, human capital, national wealth, national human capital.

Понятие человеческого капитала (англ. Human Capital) впервые прозвучал во второй половине 20-го века в публикациях американских экономистов Т. Шульца и Г. Беккера. Им была присуждена Нобелевская премия по экономике за создание основ теории человеческого капитала (Шульц – 1979г., Беккер – 1992г.). Весомый вклад в изучение данного вопроса внёс выходец из России Саймон (Семён) Кузнец, также получивший премию в 1971 году.

Человеческий капитал – это производительный фактор экономического, общественного и семейного развития, состоящий из интеллектуального потенциала, среды и трудовой деятельности которые обеспечивают

эффективное функционирование человеческого капитала как производительного фактора развития. В человеческий капитал входит: интеллект, знания, здоровье, энергия, труд и качество жизни [1, 4, 5, 6, 7].

Человеческий капитал делят на:

- Индивидуальный человеческий капитал;
- Человеческий капитал компаний;
- Национальный человеческий капитал.

Национальный человеческий капитал – это человеческий капитал страны, являющийся главной составляющей национального богатства. [2]. Человеческий капитал в развитых странах составляет 70-80%. В России 50%. Национальный человеческий капитал состоит из: социального, политического капитала, национальных интеллектуальных приоритетах, национальных конкурентных преимуществ и природного потенциала нации [3].

Национальный человеческий капитал измеряется в стоимости, которая может быть рассчитана несколькими методами, такими как расчёт по инвестициям, метод дисконтирования и т.д. Расчёт стоимости национального человеческого капитала разных стран по затратам государства, семей, предпринимателей и фондов был проведён специалистами Всемирного банка. Они определили ежегодные затраты общества на воспроизводство человеческого капитала. Его результаты:

- США: стоимость человеческого капитала в конце 20-го в. 95 трлн.долл. или 77% национального богатства, 26% мирового.
- Китай: 25 трлн. долл., 77% НБ, 7% мирового.
- Бразилия: 9 трлн. долл., 74% НБ, 2% мирового.
- Индия: 7 трлн. долл., 58%, 2% мирового.
- Россия: 30 трлн. долл., 50%, 8% мирового.

Большая часть мирового человеческого капитала состоит из капитала развитых стран мира, в связи с тем, что в данных странах высокий уровень инвестиций в физический капитал. Стоимость национального человеческого потенциала России снижался в течение последних 20 лет из-за недостаточных инвестиций в него, образование, медицину и науку.

Разделить человеческий капитал можно по степени эффективности, как фактора производительности: отрицательный человеческий капитал, то есть разрушительный или положительный, то есть созидательный. Так же человеческий капитал может быть пассивным, не вносящий вклад в развитие страны.

Немаловажным являются человеческий капитал на предприятиях, где он определяется как совокупность знаний, навыков и умений которыми обладают сотрудники компании, затраты на которых в дальнейшем могут принести прибыль. Инвестиции в человеческий капитал на предприятии оценивается также, как любые другие затраты, так как и рассматривается как физический капитал. Но, несмотря на это необходимо учитывать определённые особенности:

- Человеческий капитал неотделим от личности
- Право собственности человеческого капитала не могут являться предметом купли-продажи
- Затраты на образование требуют затрат времени
- Человеческий ресурс не подвержен износу, ценность увеличивается со временем

Необходимость постоянного обучения, повышения уровня сотрудников обусловлена рядом причин. Такие как изменение спроса, действия конкурентов, меняющаяся информация и технологии и т.п. [4]. В настоящее время существует много методик для повышения квалификации персонала, как в компании, так и за её пределами в специализированных заведениях.

Использованные источники:

1. Корчагин Ю.А., Широкое понятие человеческого капитала.- Воронеж: ЦИРЭ, 2009г.
2. Николаевой И.П. Экономическая теория. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: 2008. - 527 с.
3. Демчук О.Н. Влияние человеческого фактора на эффективность деятельности предприятий сферы услуг. – Челябинск, 2004. – 192с.
4. Ткачева Е.Н. Управление инновационным потенциалом виртуальных организаций в сфере человеческого капитала / Научно-правовое обеспечение развития инновационной экономики и модернизации промышленной политики России. Материалы международной научно-практической конференции. – Краснодар: издательство Южного института менеджмента, 2012. – С. 302-309.
5. Ткачева Е.Н. Исследование человеческого капитала как актива виртуальных организаций Южного федерального округа // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Экономика». – Майкоп: издательство АГУ, 2011. – № 1 (73). – С. 36-41.
6. Ткачева Е.Н. Персонал в виртуальных организациях: особенности управления в информационной экономике / Социально-экономический ежегодник. – Краснодар: издательство Южного института менеджмента, 2009. – С. 145-148.

*Глухова В.С.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

ТЕЛЕРАБОТА

Аннотация: В статье рассматривается понятие «телеработа» или «удалённая работа». История появления данного термина, вырезки из биографии Джека Ниллеса. Обобщаются плюсы и минусы организации данного вида рабочего сотрудничества.

Ключевые слова: телеработа, теледоступ, удалённая работа, интернет, коммуникации.

TELECOMMUTING

Summary: In article the concept "telework" or "distant work" is considered. History of emergence of this term, cutting from Jack's biography of Nilles. Pluses and minuses of the organization of this type of working cooperation are generalized.

Keywords: telework, teleaccess, distant work, Internet, communications.

«Телеработа», «теледоступ» или «удалённая работа» – это дистанционная работа, не требующая от работника покидать свой дом. Более официально – это договорное соглашение работодателя и работника в котором зафиксирован план или объём работ, которые обязан выполнить наёмный работник, в отдалении от офиса организации.

Данный термин ввёл Джек Ниллес в 1972 году, занимаясь разработкой космических аппаратов и систем телекоммуникации для Военно-Воздушных Сил США и NASA задумался о том, каким образом можно снизить время и ресурсы, затрачиваемые на ежедневные поездки на работу. Он понял, что работников не обязательно заставлять ездить в офис, ведь можно поддерживать с ним связь при помощи коммуникационных средств, по средствам телефона или Интернета.

На данный момент Ниллес является автором многочисленных книг и главой компании JALA International, занимающейся управленческим консалтингом. Он основал эту компанию, чтобы помочь внедрить программу телеработы на предприятиях. [1].

Телеработа может быть применена в различных профессиях, которые не требуют обязательного присутствия в офисе, например: администратор, супервизор, бухгалтер, программист, аналитика, деловые и технические исследователи, журналисты т.д. Работник получает план работы и начинает её выполнение дома на компьютере, который может принадлежать работнику или быть предоставлен нанимателем. Через Интернет работник оповещает работодателя о выполненной работе, отправляет её начальнику и поддерживает с ним связь в течении всего периода выполнения работы.

Данный вид работы способен связать не только отдалённых работников одного города или края, а даже страны, например, когда дизайнер живёт в Москве, переводчик в Сочи, а издатель вообще в другой стране.

Разбирая термин телеработа на составные части, то первая часть слова, «теле-» произошла из греческого языка и означает «вдаль, далеко, на расстоянии».

Ранее компонент «теле-» охотно применялся русскими писателями и специалистами, за его счёт было создано много различных слов из самых разных сфер: телеграмма, телефон, телескоп, телепат, телекинез и др. Однако с появлением телевидения слова с «теле-» приняли значение «относящийся к телевидению». [2].

Как и у любой работы у телеработы есть свои плюсы и минусы. К плюсам можно отнести:

- Отсутствие затрат денежных и временных ресурсов как со стороны работника, так и со стороны нанимателя
- Свободный, не напряжённый график
- Осуществление работы при различных местонахождениях работника и работодателя
- Независимость работника

К минусам данного вида работы относятся:

- Отсутствие стабильности на любом этапе работы
- Отсутствие соцпакета
- Необходимость самодисциплины и ответственности со стороны работника
- Отсутствие карьеры, возможности продвижения в должности
- Возможны проблемы со здоровьем связанные с постоянной работой за компьютером
- Трудности взаимодействия работника и нанимателя
- Нехватка общения с рабочим коллективом, рабочих коммуникаций
- Срыв плана в связи с неправильным распределением нагрузки и времени

Так же имеется ряд факторов, которые сложно отнести к положительным или отрицательным сторонам удалённой работы:

- Возможные трудности с Интернетом
- Оплачивается только объём работ, а не время
- Отсутствие контроля работодателя
- Необходимость самостоятельного обустройства своего рабочего места
- Не престижность данного вида работы
- Самостоятельность распределения рабочего времени

Проблемы внедрения работы удалённого доступа на предприятиях заключаются в том, что компании боятся доверить работу сотрудникам, которых они не могут напрямую контролировать. Для них привычнее традиционный уклад офисной работы. Однако с нарастающей популярностью понятия краудсорсинга развивается и телеработа. [3].

В настоящий момент прирост удалённых работников на предприятия стабильно составляет около 10% в год. Техника становится всё более доступной, поэтому вопрос технического оснащения телеработы, который ранее был одним из главных проблем, на данный момент перестал быть таковым. Современные компании стремятся к упрощению процесса производства, привлечению новых перспективных умов, в связи с этим понятие телеработы будет только развиваться. И возможно вскоре перестанет быть потенциальной «подработкой» и станет настоящей престижной должностью.

Использованные источники:

1. МэирсДженифер, Ниллес: препятствия удаленного управления. - NetworkWorld., 2007г.
2. Справочная служба русского языка, Telework, telecommuting — телеработа – URL: <http://www.rusyaz.ru/is/ns/telework.html>
3. Стрельников Е., Работа на дому. Плюсы и минусы., Блог «Дела житейские», 2007г. - URL:http://www.onlinehomebusiness.ru/articles_1103.html

*Глушенкова Т.С.
студент 2 курса*

факультет «Экономико-математический»

Киреева Ю.Г.

студент 2 курса

факультет «Экономико-математический»

Романенко Е.В.

ассистент

кафедра "Финансы и кредит"

Ульяновский Государственный Технический Университет

Россия, г. Ульяновск

ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

Анализ деловой активности позволяет охарактеризовать результаты и эффективность текущей основной производственной деятельности.

Оценка деловой активности на качественном уровне может быть получена в результате сравнения деятельности данного предприятия и родственных по сфере деятельности предприятий. Такими качественными (т.е. неформализуемыми) критериями являются: широта рынков сбыта продукции; наличие продукции, поставляемой на экспорт; репутация предприятия, выражающаяся, в частности, в известности клиентов, пользующихся услугами предприятия; и др.

Количественная оценка дается по двум направлениям:

➤ степень выполнения плана (установленного вышестоящей организацией или самостоятельно) по основным показателям, обеспечение заданных темпов их роста;

➤ уровень эффективности использования ресурсов предприятия.

Анализ деловой активности характеризуется коэффициентами и периодами оборачиваемости.

Ильин С. Ю. и Кочеткова И.А. считают, что деловая активность характеризует эффективность деятельности предприятия и в финансовом аспекте проявляется, прежде всего, в скорости оборота его средств. Оценка деловой активности заключается в исследовании уровней и динамики разнообразных показателей оборачиваемости. Данные показатели имеют большое значение для оценки финансового состояния предприятия, поскольку скорость оборота средств, то есть скорость превращения их в денежную

форму, оказывает непосредственное влияние на его платежеспособность, ликвидность, финансовую устойчивость. Кроме того, увеличение скорости оборота средств отражается на повышении производственного потенциала предприятия, что в целом влияет на эффективность всего производства. Ускорение оборачиваемости капитала свидетельствует о более интенсивном его использовании и о росте деловой активности предприятия. Замедление же оборачиваемости капитала является признаком спада его деловой активности.

Коэффициент оборачиваемости – это показатель, характеризующий объём оборота средств или обязательств. Его расчет позволяет оценить эффективность исполнения ресурсов относительно выручки предприятия. Расчёт коэффициентов оборачиваемости заключается в соотношении выручки организации к среднегодовой стоимости искомого показателя.

Так, например, коэффициент оборачиваемости имущества рассчитывается следующим образом:

$$\text{Коб.ВБ} = \frac{\text{Выручка}_1}{\overline{\text{ВБ}}} (1), \text{ где}$$

ВБ- валюта баланса;

$$\overline{\text{ВБ}} = \frac{\text{ВБ}_0 + \text{ВБ}_1}{2} (2), \text{ где}$$

ВБ- валюта баланса;

ВБ₀ - валюта баланса на начало периода;

ВБ₁ -валюта баланса на конец периода

Аналогично рассчитываются коэффициенты оборачиваемости собственного, заемного капитала, денежные средства, оборотного капитала, дебиторской задолженности, кредиторской задолженности и запасов.

Уровень платежеспособности и финансовой устойчивости зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности, которыми являются одним из показателей оценки эффективности экономической деятельности предприятия.

Период оборота каждого из элементов текущих активов отражает продолжительность этого периода в днях. Он показывает в течение какого периода денежные средства «связаны» с данным видом активов.

$$\text{Тоб.} = \frac{\text{Т}}{\text{Коб.}} (3), \text{ где}$$

Коб.- коэффициент оборачиваемости.

Деловую активность также характеризуют операционные и финансовые циклы. Операционный цикл – это время между закупкой сырья и материалов и получением выручки от реализации продукции.

$$\text{ОЦ} = \text{Тоб.Зап.} + \text{Тоб. ДЗ} (4)$$

Финансовый цикл (цикл обращения денежной наличности) представляет собой время, в течение которого денежные средства отвлечены из оборота.

$$\text{ФЦ} = \text{ОЦ} - \text{Т}_{\text{обКЗ}} (5)$$

Рассмотрим анализ деловой активности на примере предприятия ОАО «Черногорнефть» (таблица №1).

Таблица № 1 - Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами и коэффициенты утраты и восстановления платежеспособности предприятия за 2013 -2014 гг.

Наименование коэффициента, тыс.руб.	Значение коэффициента		Абсолютное изменение '14-'13 гг.
	на конец 2013 г.	на конец 2014 г.	
Коэффициент оборачиваемости имущества	0,006	0,013	0,007
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	0,006	0,013	0,007
Коэффициент оборачиваемости заёмного капитала	2,14	2,03	- 0,11
Коэффициент оборачиваемости денежных средств	25,5	58,8	33,3
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	0,027	0,02	- 0,007
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	0,027	0,05	0,023
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	4,28	5,68	1,4
Коэффициент оборачиваемости запасов	78,9	71,7	- 7,2

Как видно из таблицы № 1 за анализируемый период с 2013г. по 2014г. наибольшие изменения в сторону увеличения произошли по коэффициенту оборачиваемости денежных средств.

Так интенсивность использования денежных средств предприятия увеличилась на 33,3. А наибольшие изменения в сторону уменьшения произошли по коэффициенту оборачиваемости запасов. Так коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности уменьшился на -7,2.

Периоды оборота предприятия представлены в таблице №2.

Таблица № 2 - Периоды оборота предприятия

Показатель	Значение показателя		Темп прироста, %	Абсолютное отклонение
	2013 г.	2014 г.		
Период оборота имущества	60 000	27 692	46	- 32 308
Период оборота собственного капитала	60 000	27 692	46	- 32 308
Период оборота заемного капитала	168	177	105	9
Период оборота денежных средств	14	6	43	- 8
Период оборота	13 333	18 000	135	4 667

оборотного капитала				
Период оборота дебиторской задолженности	13 333	7 200	54	- 6 133
Период оборота кредиторской задолженности	84	63	75	- 21
Период оборота запасов	4,5	5	111	0,5
Операционный цикл	13 337,5	7 205	54	- 6 132,5
Финансовый цикл	13 253,5	7 142	54	- 6 111,5

Как видно из таблицы № 2 за анализируемый период с 2013г. по 2014г. наибольшие изменения в сторону увеличения произошли по статье период оборота оборотного капитала. Так период оборота оборотного капитала увеличился на 4 667, на 35%.

Таким образом, деловая активность предприятия зависит от различных факторов: специфики деятельности предприятия, рынка, конкурентов, производственных и ценовых факторов. Анализ деловой активности предприятия помогает дать характеристику его основной производственной деятельности. Например, на эффективность работы предприятия при анализе его деловой активности указывает рост таких показателей, как: выручка от реализации продукции на рынке, темп реализации новой продукции, прибыль от продажи единицы продукции и других. При анализе деловой активности предприятия следует дать оценку показателям выполнения плана производства предприятия и использования им ресурсов.

*Глушко И.Д.
студент*

*Институт экономики и управления
Ловяникова В.В., к.э.н.
доцент СКФУ
Россия, г. Ставрополь*

ВЛИЯНИЕ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ

Естественная монополия появляется в отрасли, в которой долгосрочного периода достигают своего минимума, когда рынок обслуживает одна фирма. При этом монополист получает разрешение от государства на обслуживание всего рынка. Примером естественных монополий являются компании, к которым относятся энергетические и коммунальные службы: энергообеспечение (передача газа, нефти, электроэнергии), телекоммуникационная связь, железнодорожное сообщение, водоснабжение, канализация.

Как и любая другая экономическая категория, естественные монополии

имеют свои положительные и отрицательные стороны. К плюсам монополии относятся[1]:

- Замена рыночного механизма
- Возможность мобилизации огромных финансовых ресурсов для поддержания производства в случае необходимости
- Максимально использование эффекта от производственных мощностей, что обычно приводит к снижению издержек на производстве
- Использование последних достижений научного и технического прогресса единолично, особенно, если они разрабатываются внутри монополии

Минусы:

- Главный минус любой монополии – возможность переложить издержки на потребителя, который не может оказывать никакого влияния на производителя
- Блокирование технического прогресса вследствие отсутствия конкуренции;
- Экономия за счет качества услуг и производимой продукции;
- Применение формы административной диктатуры, которая заменяет экономический механизм.

Что касается России в частности, первые монополии возникли в начале 80-х годов 19-го века и представляли собой предприятия, которые обслуживали железнодорожное строительство («Союз рельсовых фабрикантов» – в 1882-м году, а также объединения заводов, изготовлявших конструкции для мостов, рельсовые крепления и т.п.). Тогда же оформилась конвенция предпринимателей по производству гвоздей, проволоки, картель сахарозаводчиков[2]. Монополии постепенно завоёвывали наиболее важные и крупные отрасли промышленности и чаще всего образовывались в виде картелей и синдикатов, в которых был монополизирован сбыт при сохранении их участниками производственной и финансовой самостоятельности. Помимо производственных монополий возникли крупные банковские объединения, которые в дальнейшем так же превратились в крупные банковские монополии. Во времена первой мировой войны наиболее активно стали развиваться монополии, связанные с военной промышленностью, но в результате Октябрьской революции монополии были полностью ликвидированы и произошла национализация промышленности и банков. Лишь через многие годы при переходе России к рыночной экономике снова возникли монополии.

«Электроэнергетика» - составляющая часть энергетики, которая обеспечивает энергией практически всю страну, путём производства и рационального распределения электроэнергии. В российской электроэнергетике приватизация предприятий и переход к акционерным обществам начались в 1992 году.

Ярким примером естественной монополии в России так же является

ПАО ФСК ЕЭС (Федеральная сетевая компания). Формирование оптового рынка электроэнергии являлось целью создания данной организации. Компания является монополистом в области электроэнергетики, ведь именно ей принадлежат все сети линий электропередач страны. Необходимо отметить, что около 40 % основного оборудования компании подошли к окончанию срока полезного использования, и из-за плохого технического состояния большая часть оборудования работает со значительной недогрузкой, что приводит к росту издержек и, конечно же, цен. Прогнозы предупреждают, что возможен обвал производства электроэнергии в том случае, если техническое состояние промышленности не будет исправлено. К тому же с 2003 по 2014 год наблюдается значительный рост доли расходов на электроэнергию в структуре потребительских расходов домохозяйств в среднем в 1,5 раза.

Помимо электроэнергетической промышленности, в России существуют монополии, связанные с нефтью. Нефтяная промышленность является частью топливно-энергетического комплекса. Вплоть до 1992 года правительство устанавливало цены на все запасы сырой нефти в стране, но после 1992 года прямой контроль был заменён косвенным регулированием, что вызвало резкое повышение цен. В 1993 году было образовано акционерное общество «Нефтяная компания ЛУКОЙЛ» («ЛангепасУрайКогалымнефть»), а в 2004 году «ЛУКОЙЛ» окончательно стал частной компанией, владеющей нефтеперерабатывающими заводами общей мощностью около 58 млн. нефти в год. Помимо этого, в состав компании входят Коробковский, Усинский, Пермский и Локосовский газоперерабатывающие заводы. Данный монополист имеет в собственности несколько нефтяных и нефтепродуктовых терминалов, которые используются для экспорта нефти и нефтепродуктов. В будущем планируется сократить потребление нефти как энергетического сырья и уделять большее внимание атомной, солнечной и другим видам энергии.

Помимо выше сказанных, в России существуют монополии и в газовой промышленности. В 1989 был образован ОАО «Газпром», на долю которого приходится около 25% поступлений в федеральный бюджет РФ. Он занимает первенство на мировом рынке, ведь ему принадлежит около 30% европейского газового рынка. Россия обладает около 35-40% от мировых запасов природного газа, что составляет более 48 трлн.м³. Главным направлением деятельности Газпрома является освоение газовых месторождений полуострова Ямал, Арктического шельфа, Восточной Сибири и Дальнего Востока. В Ямало-Ненецком автономном округе сконцентрировано большинство добывающих сил. «Газпрому» принадлежит крупнейшая в мире система транспортировки газа — Единая система газоснабжения России. К наиболее крупным проектам «Газпрома» последних лет относятся — газопроводы «Северный поток» (Россия — Германия) и «Южный поток» (Россия — Болгария — Сербия — Италия — Австрия), создающиеся для диверсификации поставок газа из России в Европу, а также

снижения зависимости поставщиков и покупателей от стран-транзитеров (Прибалтика, Польша, Украина, Турция и др.). Нельзя переоценить влияние «Газпрома» на экономику и политику России, СНГ и Европы. «Газпром» наряду с атомной, нефтяной, гидроэнергетической и другими отраслями является главной движущей силой становления России, как ведущей энергетической державы мира.

Но нельзя не заметить, что монопольная власть приводит к повышению цен и уменьшению объёмов продаж, что в итоге порождает уменьшение благосостояния потребителей. В любом случае функционирование рыночной экономики порождает появление монополии, которая в свою очередь меняет условия конкурентной борьбы. Монополия является желательной, когда её наличие на рынке значительно уменьшает издержки производства в определённом секторе рынка, в иных случаях действует антимонополия политика - это комплекс осуществляемых государством экономических, административных и законодательных мер по обеспечению условий эффективного функционирования конкурентного рынка и недопущению его чрезмерной монополизации.

Анализируя всё выше сказанное, можно сделать вывод, что: во-первых, в силу реальных российских условий, значение естественных монополий велика и достаточно неоднозначна и, во-вторых, их роль стремительно растёт в своевременных кризисных условиях. В вопросе о естественных монополиях решаются вопросы трёх сторон: непосредственно предприятий – естественных монополистов, потребителей и государства. На данный момент естественные монополии находятся практически в центре множества проблем экономики России[3].

Подводя итог, хотелось бы отметить, что чистая монополия необходима в тех случаях, когда укрупнение масштабов производства приводит к снижению издержек и экономии ресурсов, но тем не менее, монополия должна регулироваться государством в целях предотвращения проявления отрицательных сторон монополии.

Использованные источники:

1. <http://lektsii.org/2-17020.html> [1]
2. <http://www.kalitva.ru/130796-referat-monopolii-v-rossii.html> [2]
3. <http://center-yf.ru/data/economy/Estestvennaya-monopoliya.php> [3]

*Гнездилова Е.А.
студент*

*Стерлитамакский филиал
Башкирский государственный университет*

*Бойко Н.Н., к.юр.н.
научный руководитель, доцент*

ВИДЫ НАЛОГОВ И ОСНОВАНИЯ ИХ КЛАССИФИКАЦИИ

В статье рассматриваются виды налогов и основания их классификации. Налоги могут быть разграничены по определенным критериям на группы.

Необходимость той или иной классификации, как правило, продиктована практическими соображениями.

Ключевые слова: налогообложение, налог, виды налогов.

Государство воздействует на экономику при помощи различных экономических рычагов. Налоги можно назвать одним из основных рычагов, с помощью которых осуществляется экономическое регулирование экономики.

Под налогом понимается обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований (ст. 8 НК РФ) [1].

Классификация налогов – это научно обоснованная систематизация налогов по их соответствию друг другу на основании какого-либо родственного признака.

Классификация налогов РФ имеет своей целью совершенствование деятельности по формированию и исполнению бюджета, обеспечению систематического и эффективного контроля над движением налогов, сравнению параметров налогообложения по регионам, разработке налоговой стратегии и тактики с учетом конкретного уровня социально-экономического развития общества [2, с. 17].

Выделяемые признаки классификации представляют собой объективно действующие критерии, по которым осуществляется разграничение налогов, и которые детерминированы генезисом налога как экономического явления.

Сложившаяся классификация налогов РФ предусматривает их разграничение по следующим основаниям и содержит следующие классификационные группы налогов:

1. На основании способа изъятия налоги подразделяют на прямые и косвенные. Первые – это такие, которые уплачивает непосредственно налогоплательщик, и они не могут быть перераспределены другим лицам. Эти налоги напрямую связаны с экономической деятельностью конкретного субъекта и изымаются в виде налога на прибыль предприятий, имущество физических лиц, подоходный налог и другие [2, с. 17].

Налоги, которые устанавливаются в форме надбавок к стоимости товаров и услуг, составляют группу косвенных налогов. К ним относят акцизы, различные платежи, установленные законом, НДС, налоги с продаж.

2. Классификация налогов РФ по субъекту налогообложения предусматривает выделение налогов с физических лиц (например, подоходный), с юридических лиц (налог на прибыль, имущественный), а также смешанные (различные взносы в различные фонды).

3. На федеральные и региональные налоги классифицируются по основанию уровня власти. Здесь же выделяют и местные налоги в качестве

самостоятельной группы.

Федеральные налоги оплачиваются на всей территории Российской Федерации. Региональные налоги вводятся законами субъектов РФ и оплачиваются на их территории. Местные налоги и сборы вводятся органами местного самоуправления и обязательны к оплате на территории муниципалитетов.

Следует учесть, что разграничение налогов на федеральные, региональные и местные связано не с бюджетом, в который они зачисляются, а именно с уровнем власти, который их вводит [4, с. 147].

4. По функциональному назначению различают общие – НДС, налог на прибыль, и целевые – платежи во внебюджетные фонды, дорожный, водный, экологический и другие.

5. По источнику уплаты налоги рассматривают с точки зрения того, из каких сумм они были уплачены:

- себестоимость – налоги, которые включены в состав себестоимости товаров и услуг (ресурсные платежи, взносы социального характера, водный налог и иные);

- цены, тарифы – налоги, которые уплачиваются из выручки за реализованные товары и услуги (НДС, акцизы, пошлины за осуществление действий);

- финансовый результат (в эту группу включаются налоги на рекламу, имущество и т.д.);

- доход - прибыль, зарплата (с них уплачивается подоходный налог, ЕНВД);

- чистая прибыль – суммы, уплачиваемые в виде налога за счет прибыли (штрафы, санкции, возмещения ущерба, пеня).

6. Классификация налогов по объекту включает имущественные (для всех категорий плательщиков), ресурсные, налоги, исчисляемые от величины доходов, потребительские, а также специальные налоги, оплачиваемые за ведение определенного вида деятельности.

7. С точки зрения установленного порядка ведения различают общеобязательные (те, которые определены федеральным законодательством и применяются на территории всей страны) и факультативные (те, которые вводятся специальными постановлениями для какой-либо конкретной цели) [5, с. 27].

Таким образом, необходимость классификации налогов можно объяснить множеством объектов обложения, каналов поступления, видов плательщиков, периодичности уплаты и т.д.

Использованные источники:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 29.12.2015) // Собрание законодательства РФ. № 31. 03.08.1998. ст. 3824.

2. Васянина Е.Л. Налог как правовой феномен // Налоги. 2012. № 3. С. 17 - 22.

3. Клейменова М.О. Налоговое право: учебное пособие. М.: Московский

финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. 368 с.

4. Напсо М.Б. Некоторые аспекты совершенствования правовых норм, регулирующих основы налогообложения в Российской Федерации // Современное право. 2013. № 7. С. 147 - 150.

5. Реут А.В. Понятие и элементы системы налогов и сборов // Финансовое право. 2012. № 1. С. 26 - 29.

*Головизнин В.А.
студент 4 курса
Ярославский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Волков А.Ю.
научный руководитель
Россия, г. Ярославль*

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В ФОРМЕ ГОСУДАРСТВЕННО- ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

В статье рассмотрено понятие государственно-частного партнерства, его реализация на примере Ярославской области и сформулирован перечень проблем государственно-частного партнерства и направления их решения.

Ключевые слова: инвестиции, инвестирование, государственно-частное партнерство.

In the article the concept of public-private partnership, its implementation on the example of the Yaroslavl region and formulated a list of public-private partnership problems and their solutions.

Keywords: investing, investment, public-private partnership.

Большинство инфраструктурных объектов находятся в ведении региональных и муниципальных властей, для которых проблема нехватки бюджетных средств особенно актуальна [1; 5].

Более того, уровень бюджетной обеспеченности значительно различается от региона к региону, и если одни регионы имеют возможность финансировать в инфраструктуру, то в других регионах бюджетных средств не всегда хватает на ее текущее поддержание, не говоря уже о модернизации и потребности в запаздывающих инновациях [2], в которых нуждаются очень многие инфраструктурные объекты. Актуальные задачи в области инфраструктуры могут решаться за счет привлечения в процесс инвестирования частного капитала [10].

Сотрудничество государства и частного сектора в реализации конкретных социально-экономических программ инвестиционных проектов может осуществляться в формах взаимодействия, обычно обозначаемых за рубежом термином «Public-Private Partnership» (PPP), а в России дословно переведенным как «государственно - частное партнерство» (ГЧП).

Преимущества партнерства государства и частного бизнеса подтверждаются практикой его использования в зарубежных странах. В частности, ГЧП позволяет привлекать финансовые ресурсы частного сектора

в отрасли и сферы деятельности, находящихся в зоне ответственности государства, использовать опыт частных структур для повышения эффективности управления государственной собственностью, способствует внедрению инновационных технологий в экономику [3].

Реализация первых проектов ГЧП в современной России началась сравнительно недавно, в основном в сфере инфраструктуры (транспорт, энергетика, ЖКХ и др.). Вместе с тем, анализ процесса их реализации выявляет недостаточный уровень методического и правового обеспечения ГЧП в России, что препятствует успешной реализации крупных инвестиционных проектов. Кроме того, не следует забывать о необходимости действенного финансового контроля [4; 6; 8; 9], призванного не допускать злоупотребления в данной сфере.

На сегодняшний день в России – более 1300 проектов ГЧП, по которым принято решение о реализации, из которых на текущий момент: федерального уровня – 15 проектов; регионального уровня – 191 проект; муниципального уровня – более 1100 проектов. При этом концессия – основная форма реализации проектов ГЧП в России, соглашения о ГЧП в рамках регионального законодательства используются в большей степени для реализации проектов ГЧП в социальной сфере (здравоохранение, образование) и характерны обязательствами публичной стороны по выплатам в рассрочку общего объема инвестиций частного партнера с учетом установленной предпринимательской прибыли.

В настоящее время в Ярославской области [7], согласно реестру проектов государственно-частного партнерства Ярославской области, утвержденному распоряжением Губернатора области от 29.11.2011 № 575-р (с изм. от 07.07.2014 № 311-р), реализуются:

1. Межмуниципальный проект в сфере водоснабжения и водоотведения Ярославской области. Инвестиционная емкость: всего 7,43 млрд. руб. в том числе: по объектам водоснабжения - 2 млрд. руб., по объектам водоотведения - 5,43 млрд. руб. (внебюджетные источники).

2. Комплексный инвестиционный проект развития Ярославской агломерации на условиях ГЧП. Инвестиционная емкость: 300 млрд. рублей.

3. Строительство и эксплуатация общеобразовательной школы с дошкольными группами в селе Воцажниково Борисоглебского района Ярославской области. Инвестиционная емкость: 300 млн. рублей (внебюджетные источники).

Несмотря на достаточно высокий уровень развития и использования механизма ГЧП при реализации инвестиционных проектов проблемы еще остаются. Перечень проблемных аспектов, ограничивающий развитие ГЧП в Ярославской области выглядит следующим образом:

- несовершенная нормативно-правовая база разграничивающая сферу деятельности и ответственности государства и бизнеса;
- планирование развития инфраструктуры с учетом механизмов ГЧП;
- организация системы государственного и муниципального управления

сферой ГЧП в Ярославской области;

- ограниченный инструментарий финансирования инвестиционных проектов, особенно в сфере ГЧП

- отсутствие реальных механизмов воздействия и минимизация рисков инвестиционных проектов ГЧП.

На наш взгляд основными направлениями решения могут выступать:

1. Определить целевые ориентиры по применению механизмов ГЧП в социально-экономическом развитии региона в документах целеполагания Ярославской области.

2. Органам власти Ярославской области рассмотреть вопрос о создании регионального центра ГЧП (РЦГЧП).

3. Создать определенную систему коммуникаций и оперативного обмена информацией между регионами о реализации проектов ГЧП.

4. Создать единую открытую базу проектов государственно-частного партнерства.

5. Совершенствовать механизм проектного финансирования ГЧП следующими способами:

1) Вовлечение специализированных институциональных инвесторов (пенсионных фондов), обладающих «длинными рублевыми ресурсами».

2) Внедрение новых долговых инструментов – инфраструктурных (проектных) облигаций.

3) Более активное участие со стороны государства в виде субсидирования процентной ставки и предоставления гарантий.

Предложенные нами направления будут способствовать повышению открытости и прозрачности проектов ГЧП, что, соответственно, будет способствовать большей доступности финансовых ресурсов.

Использованные источники:

13. Бурькин А.Д., Волков А.Ю. О межбюджетных трансфертах, полученных Ярославской областью в 2014 году // Экономика и социум. – 2015 - № 6-2 (19). – С. 342 – 345.

14. Волков А.Ю. Инновации в России // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2012. – № 2. – С. 15 – 19.

15. Волков А.Ю. Инновации и Россия // Науч. тр. / Вольное экономическое общество России. – Т. 136. – 2010. – С. 102 – 113.

16. Волков А.Ю. Контроль как категория и как инструмент управления // Сборник «Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем». – Уфа, 2014. – С. 27 – 29.

17. Волков А.Ю. Некоторые направления совершенствования межбюджетных отношений // Проблемы современной науки и образования. – 2015. – № 9 (39). – С. 78 – 80.

18. Волков А.Ю. Подходы к понятию «финансовый контроль» // Сборник материалов VII международной научно-практической конференции «Мировая наука и современное общество: актуальные вопросы экономики, социологии и права». – Саратов, 2014. – С. 53 – 56.

19. Волков А.Ю. Тенденции в экономике Ярославской области за 9 месяцев 2015 года // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности». – 2016. – С. 69 – 71.

20. Волков А.Ю., Волков М.А. Финансовый контроль как категория // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2014. – № 6-2. – С. 394 – 398.

21. Волков А.Ю., Волков М.А. Финансовый контроль как функция управления // Сборник матер. III международной научно-практической конференции «Кризис экономической системы как фактор нестабильности современного общества». – Саратов, 2014. – С. 30 – 31.

22. Тюрин С.Б., Волков А.Ю., Бурыкин А.Д., Колесов Р.В., Бурыкина Н.М. Система государственного и муниципального управления: Учебное пособие / Под ред. С.Б. Тюрина. – Ярославль: 2016. – 230 с.

*Голуб А.Н.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЁЖНЫЕ СИСТЕМЫ В РОССИИ И ЗАРУБЕЖОМ

Аннотация: Статья посвящена современным электронным платёжным системам. Рассматривается понятие электронных денег, плюсы и минусы их использования. Приводятся в пример Российские платёжные системы и Небанковские Кредитные Организации (НКО).

Ключевые слова: электронные деньги, интернет, платёжные системы, электронные кошельки.

ELECTRONIC PAYMENT SERVICE PROVIDERS IN RUSSIA AND ABROAD

Summary: Article is devoted to modern electronic payment service providers. The concept of electronic money, pluses and minuses of their use is considered. The Russian payment service providers and the Non-bank Credit Institutions (NBCI) are cited as an example.

Keywords: electronic money, Internet, payment service providers, e-wallets.

Электронные деньги результат информационного развития общества, они представляют собой электронные счета, на которых хранятся денежные средства в безналичной форме. Понятие электронных денег имеет много трактовок: [1]

– Это деньги, хранящиеся на электронных счетах банков, которыми распоряжаются при помощи электронного устройства

– Это электронное хранение денежных средств, при помощи

электронного устройства

– Средство платежа за счет которого можно совершать мгновенные платёжные операции

– Бессрочное денежное обязательство, выраженное в электронном виде, подтверждаемое электронной подписью и погашаемое в момент обмена на реальные деньги и т.д.

Использование электронных денежных средств имеет как ряд преимуществ, так и недостатков. К преимуществам можно отнести следующее:

- Отсутствие понятия «сдачи»
- Портативность денежных средств
- Низкая стоимость эмиссии денег
- Электронный подсчет средств на счете
- Сохранение истории взносов и платежей
- Сохранность от временных условий

Недостатки электронных денег:

- Несовершенство правовой основы
- Риск со стороны хранения средств (взлом счёта, обвал сервера и т.д.)
- Зависимость от сети Интернет
- Отсутствие возможности передачи средств напрямую, только через перевод на другой счёт

- Возможность отслеживания движения денежных средств

Регулируется ежедневно развивающийся рынок электронных денежных средств в России, Центробанком, а именно законом «О национальной платёжной системе» № 161-ФЗ от 27 июня 2011 г. [2].

Российский рынок электронных денежных систем состоит из компаний, зарегистрированных в Банке России как платёжные НКО (Небанковская Кредитная Организация):

- Монета.Ру
- Платёжный сервис RBK Money
- Яндекс.Деньги
- Единая касса – Единый Кошелёк
- Дельта Кей
- Премиум – TelePay
- PayPal RU – PayPal
- PayU
- МОВИ.деньги

Расстановка сил электронных платёжных систем можно представить следующим образом. На первом месте стоит сервис Яндекс.Деньги. Данный сервис предоставляет множество всевозможных операций:

- Переводы между счетами
- Покупка, продажа, обмен валют

- Оплата услуг
- Приём платежей более чем 20 различными способами
- Перевод средств на пластиковые карты

Комиссия данной системы при осуществлении транзакционных операций составляет 0,5%. При переводе на банковский счёт – 3%, плюс проценты самого банка.

Второй по популярности сервис WebMoney. Им предпочитают пользоваться для бизнес-операций, а не для личного пользования. Данный сервис предоставляет возможность создания нескольких видов электронных кошельков в зависимости от валюты, в которой хранятся средства на нём:

- WMZ (доллары)
- WMR (рубли)
- WME (евро)
- WMU (украинские гривны)

Операции, предоставляемые сервисом:

- Оплата и иные финансовые операции в сети Интернет
- Оплата услуг телефонной связи, за телефон и Интернет, иные электронные подписки
- Обмен валют
- Оплата услуг и товаров по электронной почте, через телефон
- Принимать электронные средства как оплата за товар и услуги

Третий по популярности сервис Qiwi. Свою популярность он получил за распространение по всему миру, а так же за большое количество своих терминалов, которые являются филиалами личного кабинета пользователя. За счёт обширности сервиса многие операции с различными сайтами осуществляются без взимания комиссии. Пополнить электронный счет так же можно различными способами, например, перевести средства со счёта телефона. [3].

Рост рынка электронных денежных сервисов с каждым годом растёт, и данная динамика будет только увеличиваться. Вместе с развивающимися гигантами данного рынка, появляются более молодые компании, за счёт чего на рынке царит здоровая конкуренция.

Использованные источники:

1. Электронная энциклопедия «Энциклопедия Экономиста», Электронные деньги и платежные системы
<http://www.grandars.ru/student/finansy/elektronnye-dengi.html>
2. Свободная Интернет-энциклопедия «Википедия», Электронные деньги. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Электронные_деньги
3. Блог «KtoNaNovenkogo.ru», Электронные деньги России и рунета, а также кошельки в международных платежных системах http://ktonanovenkogo.ru/zarabotok_na_saite/elektronnye-dengi-rossii-runeta-koshelki-platezhnyx-sistemax.html

Голуб А.Н.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар

ПОСТИНДУСТРИАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА, ВИРТУАЛИЗАЦИЯ

Аннотация: Статья посвящена изучению постиндустриализации экономики. Определению понятия виртуализации, его сущности.

Ключевые слова: виртуализация, постиндустриализм, реклама, бренд, виртуальная организация.

POST-INDUSTRIAL ECONOMY, VIRTUALIZATION

Summary: Article is devoted to studying of post-industrialization of economy. To definition of concept of virtualization, his essence.

Keywords: virtualization, post-industrialism, advertizing, brand, virtual organization.

Постиндустриальное общество характерно для современных развитых и развивающихся стран, информационного общества. На основе теорий 60-70х. годов 20 века можно определить ряд признаков постиндустриального общества:

– Главное место в общественной жизни занимает теоретическое знание. Экономические и социальные функции начинают относиться к сфере информации. Социальными институтами становятся университеты, являющиеся центром производства, переработки и обобщения знаний. Корпорации перестают играть главную роль на рынке.

– Определяющий фактор – уровень знаний. Основой стратификации общества является профессиональная структура. Возникают социальные конфликты в сфере культуры, в виде противоречий между приверженцев старой и новой культуры.

– Экономика постиндустриального общества становится обслуживающей, а не производящей.

– Инфраструктура характеризуется интеллектуальной техникой.

– Начинается технологическая эра, влияющая на все сферы жизни.

В постиндустриальный период процесс производства-потребления приобретают характер знаковой, образной манипуляции, то есть товар и труд становятся «знаками реального». Виртуализация общества, по мнению Ж.Бодрийяра – это изменение, суть которого заключается в том, что отношения между людьми превращаются в отношение между вещами, человек становится функциональным ресурсом. Его сущность начинает проявляться не в социальной, а уже в виртуальной реальности, где человек имеет дело с образом товара, его симуляцией.

Виртуализация это усиления использования технологий в производстве

и реализации товаров, применение их в решении экономических проблем, для развития интеллектуальноёмких и эмоциональноёмких сфер деятельности: образование, наука, здравоохранение, спорт и туризм, культуры, которые, по сути, являются основными сферами виртуальной экономики.

При виртуализации производство товара не является основной проблемой, ею становится проблема реализации. Так как виртуализация заключается в создании образа товара, который и продвигается на рынке, поэтому для потребителей актуальной становится проблема выбора товара из многообразия марок, брендов, товарных знаков. [1].

Именно социальный статус бренда, его образ в глазах общественности, определяет его стоимость. Так же свой вклад вносят затраты на рекламу которая, при виртуализации общества, является основной движущей. Реклама создаёт общественный образ товара, именно эти образы и вращаются на рынке. В связи с этим работа маркетологов, специалистов по рекламе и дизайну которые создают привлекательный образ товара, являются наиболее востребованными профессиями. Поэтому растут затраты на рекламную деятельность предприятий, превышая порой затраты на непосредственное производство.

Поскольку на рынке теперь обращаются образы товаров, то есть их симуляция, становится возможной симуляция инноваций. Модификации и изменения свойств товара в виртуальной реальности несёт изменение рекламного образа, за счёт «переворота», введения в оборот «нового слова» и т.д.[2].

Виртуализация в России опережает нынешнее развитие экономики в связи, с чем важной становится задача решения двух принципиальных задач: деиндустриализации и виртуализации как таковой.

Деиндустриализация требует развития до современного уровня ряда инфраструктур, таких как: транспортная, производственная и коммуникационная инфраструктуры. Так же видна надобность в усовершенствовании «первичного» и «вторичного» секторов экономики, отказе направленности и ориентации на Запад. Вливаясь в мировую экономику стране необходимо активно заняться импортом современных комплектующих, начать вкладывать средства в изучение предрасположенностей потенциальных потребителей, создание марки и бренда товара, разрабатывать и искать новые каналы сбыта и продвижения, оценивать в первую очередь позицию товара на рынке.

Использованные источники:

1. Ковалев Д.А., Постиндустриальное общество и виртуализация экономики в развитых странах и России, Журнал Проблемы современной экономики, №4 (12), 2004г. – URL:<http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=553>
2. Иванов Д.В., Виртуализация общества. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2000г. – 96с.

Голуб А.Н.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар

УДАЛЁННАЯ РАБОТА ДЖЕКА НИЛЛЕСА

Аннотация: В статье рассматривается сущность удалённой работы. Биография Джека Ниллеса. Приведены риски данного вида работы. Российский опыт в данной сфере, наиболее перспективные профессии. Описаны инструменты необходимые для организации удалённой работы, понятие виртуального офиса.

Ключевые слова: телеработа, удалённая работа, интернет, коммуникации, виртуальный офис.

DISTANT WORK OF JACK OF NILLES

Summary: In article the essence of distant work is considered. Jack's biography of Nilles. Risks of this type of work are given. Russian experience in this sphere, the most perspective professions. Tools necessary for the organization of distant work, concept of virtual office are described.

Keywords: telework, distant work, Internet, communications, virtual office.

Удалённая работа (телеработа, дистанционная работа, работа на дому) – это вид занятости при которой работодатель и сотрудник заключают договор на выполнение определённой работы, при этом находясь на расстоянии друг от друга, общаясь, передавая результат труда и оплату при помощи средств связи или Интернета. Ранее средствами связи были факс, почтовая связь, в настоящее время предпочтительнее Интернет.

Концепцию удалённой работы предложил и разработал американец Джек Ниллесс в 1972 году. Он первый высказал идею о том, что не обязательно работникам находится напрямую в офисе для продуктивной работы, и что с целью экономии ресурсов можно вести работу дистанционно поддерживая контакт с сотрудником. Для проверки возможности реализации данной теории Ниллес провел эксперимент на базе Университета Южной Калифорнии.

Результаты данного эксперимента он обобщил в докладе, за счёт которого впоследствии получил финансирование от Американского Научного Фонда. Власти штата и страны так же проявили интерес к теории Ниллеса, увидев в ней перспективный вариант решения транспортных проблем. Так же в 1979 году работы и теории Ниллеса привлекли внимание главы Комитета по экономическому развитию США, Фрэнка Скиффа.

Развиваясь как учёный Ниллес придумывает новый термин «flexiplace» означающий гибкое рабочее место и публикует статью в газете «WashingtonPost» под названием «Работа из дома экономит бензин». [1].

Начавшая развиваться самостоятельно телеработа всё сильнее

распространялась с появлением Интернета. Благодаря ему коммуникации на расстоянии значительно улучшились, обмен информацией ускорился и упростился. Метод работы удалённо породил ещё один вид занятости – фриланс, которые работают планомерно, выполняя заказы компаний через интернет.

Профессии, виды деятельности среди которых популярна удалённая работа:

- Продажа через Интернет
- Рекламная деятельность
- Публицистика
- Перевод
- Дизайн и др.

Однако удалённая работа, при которой минимизировано личное общение нанимателя и работника подразумевает много рисков. Главным из которых можно считать мошенников. Множество предложений о работе на дому размещаются мошенниками с целью обмануть человека и завладеть его деньгами. Распознать мошенников можно легко: если до начала работы они требуют с вас финансовые вложения в дальнейшую профессию.

Правовой основой телеработы в России с 2013 года является Трудовой кодекс РФ, в котором трудовой договор на указание телеработы отныне может заключаться как в бумажном, так и электронном виде с электронной подписью. [2].

В процессе удалённой работы необходимыми инструментами являются компьютер и иные средства связи. Помощь в коммуникации работодателя и сотрудника может помочь не только традиционная электронная почта, но так же современные мгновенные программы мессенджеры, такие как Viber, Skype, WhatsApp и другие. При имеющихся возможностях можно проводить Видеоконференции и совещания.

Данные инструменты помогают организовать общение в процессе работы, решения проблемы или разъяснения, однако для человека немало важным является фактор простого общения с коллегами. Работающие удалённо не имеют данной возможности, но современные технологии способны решить данную проблему. Так называемые виртуальные офисы – это понятие обобщающее все услуги коллективного использования которые имеют служебный адрес организации с целью получения корреспонденции, почты, виртуальный телефонный номер и т.д. Понятием виртуальный офис можно так же охарактеризовать среду, которая позволяет коллективу эффективно заниматься своей деятельностью используя сеть Интернет. [3].

Использованные источники

1. Мэйрс Дженифер, Ниллес: препятствия удаленного управления. - NetworkWorld., 2007г.
2. Хусяинов Т.М. Заключение трудового соглашения между сотрудником занятым в сети Интернет и работодателем (социально-правовой

анализ)., Право в современном мире: 20 лет Конституции РФ. - Екатеринбург: Уральский институт –РАНХиГС., 2013г. — С. 405

3. Круглянская О., Виртуальные офисы. История и современность., Журнал «Территория бизнеса» №7-8 (56-57) 2011г. – URL: http://vi-office.ru/files/materials/1333467638_4044.pdf

*Голуб А.Н.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

СЕТЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Аннотация: Статья посвящена современной сетевой экономике. Рассмотрены её задачи, состав и преимущества. Затронута тема виртуальный организаций, информационных технологий.

Ключевые слова: сетевая экономика, интернет, информация, информационные технологии.

NETWORKED ECONOMY

Summary: Article is devoted to modern network economy. Her tasks, structure and advantages are considered. The subject virtual the organizations, information technologies is touched.

Keywords: network economy, Internet, information, information technologies.

Сетевая экономика – это среда, при которой компания или человек способны контактируют с минимальными затратами с иными предприятиями и людьми по профессиональным вопросам, то есть для совместной работы, обмена товаром, идеями и т.д. Данное понятие возникло с появлением и развитием информационных сетей, которые можно классифицировать:

- Корпоративные сети (интранет)
- Сети делового партнёрства (экстранет)
- Глобальные сети, например Интернет.

Главными свойствами современной сетевой экономики можно считать следующее:

- Наиболее востребованными становятся воображение, оригинальность, способность к творчеству
- Продукция сетевой экономики дешёвая и экологически чистая
- Исчезает зависимость человека от определённых производителей, так как имеется широкий список возможной замены

Сетевая экономика зависима от информационных ресурсов поэтому её состав можно представить в виде формулы: сетевая экономика = традиционная экономика + информационные ресурсы, технологии

сетевая экономика = традиционная экономика + информационные ресурсы и технологии.[1]. Плюсами организации сетей являются:

- Доступность информации в любой момент
- Возможность анализа полученной информации
- Появление необходимого покупателя

Можно проследить следующие тенденции сетевой экономики:

- Персональный подход к покупателю
- Появление конкуренции, в которой основными являются качество, сервис и т.д.
- Наличие информационных посредников
- Снижение затрат на рекламу, маркетинг, коммуникации, стоимость товара
- Изменение структуры предприятий
- Автоматизация бизнес-процессов

Сетевая экономика так же связана с технологическими понятиями информационных технологий - программное обеспечение, мобильная связь, чипы и т.д. В современную сетевую экономику так же входят сферы экономики которые зависят от степени внедрения информационных технологий в процесс деятельности.

Интернет стал неотъемлемой частью коммуникаций между компаниями и потребителями. Его распространённость помогла развиваться интерактивному маркетингу. Однако Интернет так же стал рынком, на котором начали развиваться новые виды коммерции, электронный или сетевой бизнес:

- Торговые платформы (Интернет-биржи, каталоги товаров и услуг, аукционы и т.д.)
- Организации поддерживающие глобальные сети
- Интернет-банкинг
- Инвестиции
- Информационные посредники
- Реклама и т.д.

Однако сетевая экономика может иметь двойственное воздействие на традиционную экономику. С одной стороны с появление сетевой экономики может ставиться под вопросом роль рынка и рыночной экономики. С другой, сетевая экономика может занять нишу образующуюся в настоящий момент в связи с распространением виртуальных организаций, корпоративной деятельности. [2].

Всё же главной практической задачей сетевой экономики остаётся поиск решений, которые помогли бы обеспечить наибольшую выгоду или прибыль для общества или предприятия.

Использованные источники:

1. Бугорский В.Н., Сетевая экономика.-М.: Финансы и статистика, 2008г. — 256 с.
2. Игнатенко Ж.В., Барыжикова Е.В., Сетевая экономика: Учебное пособие. -

Голуб А.Н.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

Аннотация: Статья посвящена электронной коммерции и электронному бизнесу. Рассмотрена суть рекламы и возможности заработка в Интернете.

Ключевые слова: коммерция, электронный бизнес, реклама.

E-COMMERCE

Summary: Article is devoted to electronic commerce and electronic business. The essence of advertizing and a possibility of earnings on the Internet is considered.

Keywords: commerce, electronic business, advertizing.

В настоящее время активно развиваются компьютерные технологии и стираются границы стран и рынков, поэтому особое внимание приковано к понятию электронной коммерции. Электронная коммерция зачастую отождествляется с электронным бизнесом, если более узко с виртуальной торговлей, поэтому данные понятия почти сливаются по смыслу, однако они все разные. Электронный бизнес имеет несколько трактовок, в зависимости от того, с какой стороны посмотреть:

– С точки зрения получения прибыли за счёт предоставления электронных услуг, продажи товаров

– С точки зрения операций с партнёрами и потребителями через электронные сети и информационную среду

Если брать в расчёт вторую точку зрения, то можно обозначит электронный бизнес как систему хозяйственной деятельности, основанную на современных информационных технологиях. Электронная коммерция является методом электронного бизнеса. Она представляет собой обширную систему ведения электронного бизнеса, подразделяемую на несколько направлений с различными функциями. Выделяют два основных направления:

– Бизнес – потребитель (business-to-customer, B2C) – потребительский сектор

– Бизнес - бизнес (business-to-business, B2B) – межкорпоративный сектор

Система электронной коммерции это специальная Интернет-технология которая предоставляет участникам новые возможности для расширения своей

сферы деятельности, а именно:

– Производителям, поставщикам: предоставлять услуги и товары через Интернет, организовать общение с клиентами без личной встречи, минимизировать «бумажную» работу, проводить расчёты при помощи платёжных систем

– Клиентам: получать наиболее полную информацию о товаре и производителе, делать заказы дистанционно, персонализация условий покупок и метода расчёта

Электронная коммерция имеет структуру, основными элементами которой являются:

- Реклама
- Предоставление товара или услуги
- Проведение операции купли-продажи
- Послепродажное обеспечение
- Отношения с клиентом

Если говорить о рекламе в Сети, она сильно отличается от традиционных видов. Её особенность в том, что она должна привлекать как можно больше пользователей интернета, а добиться этого можно если она будет доступной, интерактивной, динамичной, убедительной и чёткой. Хорошо созданный и оформленный электронный сайт компании не является залогом успеха, всё ещё необходимо донести потребителям информацию о компании путём рекламы. Прибыль от рекламных действий в Интернете получают несколькими способами:

- Изготовление баннеров
- Размещение рекламы на известных сайтах
- Комиссия от партнёрских программ и баннерных сетей
- Публикация материалов о компании на серверах

При рекламе в Сети надо заранее оценить, каким образом пользователи обнаружат рекламу, ведь в Интернете миллионы и миллиарды страниц и сайтов. Поэтому для удобства стоит обратиться к специалистам, которые хорошо знают рынок, спрос и информационные каналы.

Этап продажи товара вытекает из рекламы. Операция по купле-продаже должна быть оперативна, безопасна и удобна для клиента. Поэтому важным становится вопрос координации действий по оплате, фактическому наличию на складе и доставке.

Послепродажное обслуживание подразумевает возможность клиента оперативно получать интересующую его информацию в связи с покупкой товара или услуги. Наиболее оптимальным является общение через электронную почту или другой онлайн способ.

Построение отношений с клиентами заключается в доверии клиента к продавцу, формировании желания «купить», информирование потребителей о новинках компании. Это всё, как правило, входит в долговременную

программу, которая включает в себя все операции по общению продавца и клиента. [1].

Интернет коммерция является перспективным направлением, чьё развитие идёт очень быстро. Актуальными в этой сфере являются Интернет-аукционы и Торговые Площадки. Организация подобной площадки привлекательна тем, что помогает снизить издержки, расширить рынки сбыта. В силу своей прозрачности и доступности Электронные торговые площадки позволяют объединить воедино множество поставщиков, тем самым повысив предложение на рынке. Будущее электронной коммерции стоит за ЭТП.

Но у электронного бизнеса есть главная проблема, заключающаяся в поиске инвестиций и партнёров. Ведь если бизнес процессы протекают в Сети, всё равно необходимо иметь реальный склад, систему доставки.

Виртуальный бизнес – это уникальная возможность создать успешную предпринимательскую деятельность.[2].

Использованные источники:

1. Информационный портал «ОНО», Виртуальный бизнес. - URL: <http://ono.org.ua/virtualnyj-biznes.html>
2. Блог «Заработок в интернете», Идеальность виртуального бизнеса, 2013г. - URL:<http://webtrafff.ru/idealnost-virtualnogo-biznesa.html>

*Голубев М.А.
студент 4 курса
Хусаинова С.В., к.пед.н.
научный руководитель, доцент
Елабужский институт КФУ
Россия, г. Елабуга*

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. В статье рассматривается проблема управление маркетинговой деятельностью в сфере образования. Целью маркетинговой деятельности в сфере образования является привлечение целевых групп потребителей. Анализ среды, включающий сбор, изучение и интерпретацию информации о развитии социального окружения школы, позволяет сформировать ассортимент образовательных услуг, способный привлечь в образовательное учреждение целевую группу потребителей.

Ключевые слова. Образовательные услуги, общеобразовательные учреждения, маркетинг, маркетинговые отношения.

Чтобы осмыслить сущность маркетинга в сфере образования и увидеть, как она проявляется на рынке образовательных услуг (далее сокращенно – ОУ), необходимо проанализировать обширный комплекс его элементов и аспектов. Это, прежде всего субъекты маркетинговых отношений и функции этих субъектов на рынке, сфера действия и объекты маркетинга ОУ, его целевая ориентация и проблемное содержание. Их последовательное рассмотрение позволит подойти к определению маркетинга в сфере

образования, к предмету этой научно-прикладной и учебной дисциплины.

Распространена весьма упрощенная точка зрения, что маркетинг – это некая особая система внутрифирменного управления. Если бы это было так, то единственным типом субъектов маркетинга ОУ в образовании были бы сами образовательные учреждения, а маркетинг стал бы их внутренним делом, к которому по определению не могли бы иметь отношения ни государство, ни сами потребители ОУ. Между тем, субъектами маркетинга выступают все субъекты рынка, а не только производители и фирмы-посредники.

Реальными участниками маркетинговых отношений являются далеко не только образовательные учреждения, но и потребители (отдельные личности, предприятия и организации), широкие круги посредников (включая службы занятости, биржи труда, органы регистрации, лицензирования и аккредитации образовательных учреждений и др.), а также общественные институты и структуры, причастные к продвижению ОУ на рынке. [1]

Особую роль среди субъектов маркетинга ОУ играет личность учащегося, студента, слушателя. Это не просто материальный носитель образовательных услуг, копилка передаваемых знаний, не только их пользователь в процессе труда, но и их единственный конечный потребитель. Личность отличается от остальных потребителей ОУ тем, что использует образовательный потенциал не только для создания материальных и других благ, не только для зарабатывания средств к жизни, но еще и для себя, для удовлетворения собственных потребностей напрямую, прежде всего – познавательных потребностей. [2]

Именно эта личность, персонифицированный носитель, обладатель, пользователь и конечный потребитель ОУ осуществляет конкретный выбор своей будущей специальности и специализации, сроков, места и формы обучения, источников его финансирования, а также выбор будущего места работы (или следующей ступени образования) и всего комплекса условий реализации приобретенного потенциала. Благодаря и вокруг этого личностного выбора встречаются и налаживают свои отношения все остальные субъекты рынка и маркетинга ОУ, объединяемые этим центральным субъектом.

Парадокс состоит в том, что как раз этот центральный субъект – личность – является наиболее незащищенным, малоинформированным новичком в маркетинге ОУ по сравнению с остальными субъектами. Поэтому именно личность обучающегося (в т.ч. потенциального) должна быть в центре внимания, информационных потоков и коммуникаций, других маркетинговых усилий и забот, а также обязательным и уважаемым участником всех сделок в данной сфере.

С учетом этого определяются значимость и роли других потребителей ОУ, среди которых фирмы, предприятия, учреждения и организации, включая в этом качестве и органы управления. Выступая как промежуточные (а не конечные) потребители ОУ, они формируют более или менее организованный

спрос на них и предъявляют его на рынке. Сейчас многие фирмы предпочитают лишь кратковременные по срокам оказания ОУ, а специалистов набирают таким образом, чтобы не оплачивать услуги вуза (например, переводом работников с других предприятий). Однако такая конъюнктура и такая стратегия не может быть долговременной.

В любом случае за организациями-потребителями ОУ остаются такие функции, как:

- информирование образовательных учреждений и структур, посредников и отдельных личностей о предъявляемом спросе;
- установление особых требований к качеству ОУ и к своим будущим работникам с позиции профессиональных и должностных требований, соответствующее участие в оценке качества ОУ;
- определение места, эффективных условий будущей трудовой деятельности выпускников и соблюдение, выполнение этих условий;
- полное или частичное возмещение затрат, оплата или иные формы компенсации за оказанные услуги.

Образовательные учреждения выступают в роли субъектов, формирующих предложение, оказывающих и продающих ОУ. Остановимся прежде всего на образовательных учреждениях высшей и средней школы.

В высшей школе Российской Федерации существуют следующие виды учебных заведений: университет, академия, институт, колледж.

Университеты развивают образование, науку и культуру путем проведения фундаментальных научных исследований и обучения на всех уровнях высшего и послевузовского образования по наиболее широкому спектру направлений. Это ведущие центры развития образования в целом.

Академии действуют преимущественно в одной из областей науки, техники и культуры, выступают ведущими научно-методическими центрами в сфере своей деятельности. Они готовят специалистов высшей квалификации и переподготавливают руководящие кадры определенной отрасли (группы отраслей).

Институты как самостоятельные учебные заведения или как структурные подразделения университетов, академий, институтов реализуют образовательно-профессиональные программы на уровне не ниже базового образования по ряду направлений науки, техники и культуры и осуществляют научные исследования. [3]

Колледжи реализуют образовательно-профессиональные программы среднего профессионального уровня.

Общеобразовательные учреждения оказывают ОУ, различные по уровню общего образования: начальное – 3-4 года, основное – 5-6 лет, среднее (полное) – 10-11 (12) лет. В последнее время их услуги стали в большей массе различаться и содержательно, прежде всего, по глубине профилирования образования: профилирование классов, углубленное изучение предметов, дополнительное образование, дифференцированное обучение. Отдельными общеобразовательными учреждениями предоставляется гуманитарное

(гимназии) или естественнонаучное, техническое (лицей) образование.

Ряд общеобразовательных учреждений нацеливают свои ОУ на удовлетворение запросов населения независимо от возраста и уровня образования. Так, вечерние и открытые (сменные) общеобразовательные школы оказывают с учетом возможностей и особенностей ОУ по реализации профессиональных программ начального и дополнительного образования в формах очного, заочного, семейного образования, самообразования, экстерната. Центры образования наряду с общеобразовательными программами различных уровней оказывают ОУ по социально значимым для своего региона программам начального профессионального и дополнительного образования в соответствии с лицензией.

Есть и общеобразовательные учреждения, ориентированные на ОУ в отношении особых категорий обучающихся, например, лиц, отбывающих наказание в местах лишения свободы, в т.ч. несовершеннолетних осужденных – вечерние (сменные) общеобразовательные школы при исправительно-трудовых учреждениях (ИТУ), общеобразовательные школы воспитательно-трудовых колоний.

С точки зрения маркетинга в функции образовательного учреждения входит:

- оказание обучающимся образовательных услуг, передача желаемых и необходимых знаний, умений и навыков (как по содержанию и объему, так и по ассортименту и качеству);
- производство и оказание сопутствующих ОУ, а также оказание воздействий, формирующих личность будущего специалиста;
- оказание информационно-посреднических услуг потенциальным и реальным обучающимся и работодателям, включая согласование с ними условий будущей работы, размеров, порядка и источников финансирования ОУ и др.

Образовательные учреждения как субъекты, формирующие и осуществляющие предложение ОУ на рынок, играют решающую роль в становлении маркетинга в сфере образования.

Использованные источники:

1. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 8. – С. 61 – 79.
2. Ванькина И.В. Егоршин А.П. Кучеренко В.И. Маркетинг образования. Учебное пособие, 2012 г. – 334с.
3. Беленко О.Ф., Герасименко Н.М. и др. Основы маркетинга /Учебное пособие. – Хабаровск: ХГАЭП, 2013. – 132 с.

*Голубева С.А., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВО Ульяновская ГСХА им. Столыпина П.А.
Разина В.С.
студент 3 курса
факультет «Экономический»
Россия, г. Ульяновск*

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПЛАТЕЖНАЯ СИСТЕМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В статье раскрывается сущность Национальной платежной системы, её предназначение и внедрение в современную банковскую систему.

На нынешнем этапе развития современного общества и сферы банковских услуг данная тема является достаточно актуальной. Т.к. платежная система - важный элемент государственного финансового механизма, представляющий собой определенный набор правил, технологий, схем расчета, нормативных актов, позволяющих организовать финансовые операции и расчеты.

***Ключевые слова:** Национальная платежная система, банковская система, операции, карта, клиент, расчеты.*

The article reveals the essence of the National payment system, its purpose and the introduction of a modern banking system.

At the current stage of development of modern society and the banking industry this topic is quite relevant. Because the payment system is an important element of the state financial mechanism, representing a certain set of rules, technologies, calculation sheets, regulations, allowing to organize the financial transactions and calculations.

***Keywords:** national payment system, banking system, operations, map, customer, calculations.*

Вследствие того, что на международные платёжные системы Visa и Master Card приходится 85% всех карт и операций в России. Введение национальной платежной системы поспособствует переделу российского банковского сектора - мелкие и средние частные банки станут зависимыми от государственных структур. Кроме того, не исключено, что части наличных платежей возрастут, поскольку замена одной, привычной карты на другую может подстегнуть интерес россиян к наличному обороту. Поэтому на создание национальной платежной системы может потребоваться не один год.

С 1 апреля 2015 года в России была подключена собственная платежная национальная платежная система (НСПК). Название и логотип для нее выбирали граждане Российской Федерации путем национального голосования. Вследствие этого данная система получила название «Мир». [1]

Создание системы национальных карт есть ответ РФ на санкции США и угрозы отключения популярных сервисов Visa и MasterCard для российских

банков, т.к. международные платёжные системы-монополисты диктуют российским банкам свои условия. Следовательно, платежи Visa и MasterCard за транзакции очень высоки. При использовании НСПК межбанковские комиссии и комиссии для клиентов будут намного ниже. НСПК — новый и в достаточной мере значимый игрок на современном рынке банковских услуг России. Несомненные выгоды от использования Национальной Системы Платёжных Карт заинтересуют представителей разных сфер бизнеса. НСПК предлагает наиболее дешёвые, надёжные, а самое главное эффективные финансовые продукты и решения для банков, предприятий и держателей банковских карт. Платёжная система является конкурентоспособной и отвечающей высоким требованиям безопасности и непрерывной бесперебойной работы.

После официального выпуска национальной карты НСПК «Мир» представится возможность ее использования в любой точке России. Она позволит совершать все без исключения типовые операции: снятие наличных, оплата покупок в торговых сетях, осуществление мобильных и бесконтактных платежей. [2]

На начальном этапе данные национальные карты будут выдаваться муниципальным и государственным служащим, работникам бюджетных организаций, а вот уже к 2017 году НСПК планирует занять около 40% рынка банковских карт в России. Введение данных инноваций в банковскую систему будут способствовать развитию безналичных платежей. В настоящий момент основная доля операций по картам россиян – это снятие денежных средств в банкоматах, поступивших на карту в виде заработной платы. Руководство НСПК считает, что данный тренд можно сломить, что приведет к сокращению обращения наличных денег и уменьшит долю теневой экономики.[3]

Российская национальная система платёжных карт наметила выпуск отечественных карт с чипом, который разработан российской компанией «НИИМЭ и Микрон». Чип сертифицирован по международным стандартам и может быть использован как отечественными платёжными системами, так и международными. На текущий момент при производстве карт используются чипы Atmel, STMicroelectronics, NXP, Infineon и Samsung, Renesas. Российская разработка является достойной альтернативой указанным чипам американского, европейского и азиатского производства. Первые банковские карты НСПК планируется выпустить с магнитной лентой и чипом с использованием такого программного обеспечения, которое поддерживает только контактные технологии. [2]

Ни так давно национальная система платёжных карт заключила соглашение с международной платёжной системой MasterCard о выпуске кобейджинговых банковских карт. На первых отечественных картах россиян запланировано два логотипа: МИР и Maestro. Выпуск таких карт совместно с одной из крупнейших платёжных систем допустит выход НСПК на международный рынок. Карты, выпущенные в рамках подписанного

соглашения, на территории России будут работать как национальные, за рубежом – как международные, т.е. как карты MasterCard. [4]

Позже Национальная система платежных карт подписала второе соглашение о выпуске кобейджинговых карт с японской платежной системой Japan Credit Bureau (JCB). Всем владельцам карты «МИР – JCB» будет доступна вся инфраструктура международной платежной системы JCB.[5]

На сегодняшний день банки уже готовы к работе с национальными картами «Мир». Хочется сказать, что первый «пилотный» выпуск карт НСПК был произведен 15 декабря 2015 года. В число первых банков, эмитировавших карту национальной платежной системы, вошли Газпромбанк, СМП банк, Связь-Банк, банк «Россия», МДМ банк, Российский национальный коммерческий банк, МИНБ. Позднее этот список был расширен: к платежной системе присоединились еще 29 банков. Массовое же внедрение данного отечественного платежного инструмента в планах в первом квартале 2016 года.[3] Банки стараются заранее оценить масштабы трудовых затрат и финансовых расходов. Сама карта «Мир», которая претендует на полноценное обращение и за пределами РФ, безусловно, будет соответствовать всем международным стандартам. Следовательно, с данной точки зрения «пластик» будет обычным, «подходящим» ко всем банкоматам и терминалам, которые действуют в каждой стране. Однако для обслуживания национальной карты, т.е. используемое программное обеспечение, будет требовать от банков обновления и соответствующей перестройки всех звеньев, участвующих в процессе. [4]

В заключение хочу отметить, что создание данной Национальной платежной системы есть, ни что иное, как мощный толчок к развитию банковской системы страны, которая приведет к самостоятельности и к бесперебойной работе при проведении всех банковских операций.

Использованные источники:

1. Болтунова И.И., Голубев С.В. Электронные деньги и электронные денежные системы / И.И. Болтунова, С.В. Голубев // Материалы II Всероссийской студенческой научной конференции «В мире научных открытий». – 31-01 января 2013 года : сборник научных трудов. – Ульяновск : УГСХА. – С. 112-115.
2. Голубева С.А., Голубева Е.А. Проблемы развития электронных денег в России / С.А. Голубева, Е.А. Голубева // Материалы IV Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития : опыт, проблемы и пути их решения». – 22-24 ноября 2012 года: сборник научных трудов. Том III. – Ульяновск : УГСХА, 2012. – С. 53-59.
3. Голубева С.А., Голубев С.В. Актуальность создания национальной платежной системы РФ / С.А. Голубева, С.В. Голубев // Материалы IV Международной научно-практической конференции молодых ученых «Молодежь и наука XXI века». - 16-20 сентября 2014 года : сборник научных трудов. – Ульяновск : УГСХА, 2014. – С. 44-47.

4. Национальная платежная система [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://национальная-платёжная-система-россии.рф>

5. Национальная платежная система [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.cbr.ru/PSystem/>

Гоношилина И.Г.

Ярускина А.Д.

Ульяновский государственный технический университет

КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ PR СПЕЦИАЛИСТА

Коммуникативная компетентность является важной сферой в деятельности PR- специалиста, т.к. специалисту PR постоянно приходится налаживать и поддерживать контакты с разными аудиториями, и это умение является ключевым для его профессиональной деятельности.

Коммуникативная компетентность – это владение сложными коммуникативными навыками и умениями, формирование адекватных умений в новых социальных структурах, знание культурных норм и ограничений в общении, знание обычаев, традиций, этикета в сфере общения, соблюдение приличий, воспитанность, ориентация в коммуникативных средствах, присущих национальному, сословному менталитету и выражающихся в рамках данной профессии. 115

Общая коммуникативная компетентность является частью социальной компетентности личности. Она характеризует способность индивида к общению в различных ситуациях и реализуется на уровне обыденных коммуникаций, повседневных практик информационного взаимодействия как в бытовой, так и в профессиональной сфере.

Коммуникативная компетентность складывается из способностей: 116

1. Давать социально-психологический прогноз коммуникативной ситуации, в которой предстоит общаться;

2. Социально-психологически программировать процесс общения, опираясь на своеобразие коммуникативной ситуации;

3. Осуществлять социально-психологическое управление процессами общения в коммуникативной ситуации.

Одним из условий коммуникативной компетентности является выполнение определенных правил и требований. Наиболее значимые из этих правил состоят в следующем:

1. Правило «постоянной готовности к пониманию». Существует большое количество семантических и личностных барьеров, которые часто приводят к неполному и неточному пониманию сообщений.

2. Правило конкретности. Следует избегать неопределенных двусмысленных расплывчатых выражений и слов, а без необходимости не

¹¹⁵ Жуков, Ю.М. Диагностика и развитие компетентности в общении / Ю.М. Жуков, Л.А.Петровская, П.В.Растяжников. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – 96 с.

¹¹⁶ Хуторской, А.В. Ключевые компетенции как компонент личностно ориентированной парадигмы образования / А.В. Хуторской // Народное образование.– 2003. – №2. – С.58-64.

пользоваться незнакомыми или узкоспециализированными терминами.

3. Нельзя приступать к сообщению мысли, если она непонятна или не до конца понятна самому себе.

4. Правило контроля над невербальными сигналами. Недостаточно контролировать свою речь и содержания сообщения. Необходимо так же контроль над его формой в той части, которая касается его «внешнего сопровождения» - мимикой, жестами. Интонацией, позой.

5. Правило «собственной неправоты». При коммуникации всегда необходимо допускать, что личная точка зрения может быть неправильной. Это часто предостерегает от серьезных ошибок.

6. Правило «места и времени». Эффективность любого сообщения резко возрастает в случае своевременности и выбора наиболее адекватной ситуации, в которой она реализуется.

7. Правило открытости означает к пересмотру своей точки зрения под влиянием вновь открывающихся обстоятельств, а так же способность принимать и учитывать точку зрения собеседника.

8. Правило активного и конструктивного слушания- одно из основных условий эффективной коммуникации.¹¹⁷

Таким образом, компетентность специалиста по связям с общественностью в сфере общения проявляется в знаниях, умениях, навыках и в разных видах коммуникативной активности, в способности осуществлять информационно-коммуникативную функцию в ходе выполнения своей профессиональной деятельности.

Использованные источники:

1. Жуков, Ю.М. Диагностика и развитие компетентности в общении / Ю.М. Жуков, Л.А.Петровская, П.В.Растянников. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – 96 с.
2. Зимняя, И.А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования / И.А. Зимняя // Высшее образование. – 2003. – №5. – С. 34-42.
3. Хуторской, А.В. Ключевые компетенции как компонент личностно ориентированной парадигмы образования / А.В. Хуторской // Народное образование.– 2003. – №2. – С.58-64.
4. Хилько, Н.Ф. Социокультурная среда как фактор развития творческой деятельности молодежи»

Гончаренко В.В.

студент 4-го курса

Российский государственный социальный университет

Российская федерация, г. Москва

К ВОПРОСУ О ПЛАНИРОВАНИИ И ПРОВЕДЕНИИ РЕКЛАМНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы планирования и проведения рекламной кампании, как ключевые факторы обеспечения

¹¹⁷ Хилько, Н.Ф. Социокультурная среда как фактор развития творческой деятельности молодежи»

эффективности её проведения.

Ключевые слова. Реклама, рекламный продукт, рекламная кампания, рекламные услуги.

В настоящее время, в условиях рыночной экономики, уже невозможно представить ни одну коммерческую организацию и её продукт без рекламы. Мировая практика доказывает, что максимальную эффективность реклама приобретает только в комплексе маркетинга, ведь маркетинг предполагает решение важной задачи по формированию спроса и стимулированию сбыта в целях увеличения объемов продаж, повышения эффективности и прибыльности деятельности на рынке. Следовательно, рекламную кампанию можно позиционировать как систему запланированных рекламных мероприятий, объединённых одной идеей и концепцией для достижения конкретной маркетинговой цели в рамках установленных сроков и согласованной маркетинговой стратегии рекламодателя.

При планировании рекламной кампании целесообразно учитывать следующие основные требования к рекламе, что непосредственно связано с Федеральным законом от 13 марта 2006г. № 38 ФЗ «О рекламе»:

1) Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

2) Реклама не должна побуждать к совершению противоправных действий; призывать к насилию и жестокости; иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного

То есть, основными целями рекламных кампаний являются развитие у покупателей эффекта узнавания товара, определенной степени информированности о продукции или услуги, положительного имиджа производителя (продавца), необходимости в приобретении продукции, привлечение новых и одновременно удержание имеющихся потребителей. Соответственно цели рекламных кампаний можно объединить в три группы: имиджевые, стимулирующие и стабилизирующие.

Постановка задач рекламой кампании определяется конкретной ситуацией в организации, маркетинговых стратегий, характеристик и конъюнктуры целевого рынка, и зависит от желаемых целей, которые должны реализоваться после проведения данной рекламной кампании.

Главная задача планирования - определить, как будет доноситься рекламное послание до потребителя: в какой форме, с помощью каких средств массовой информации и в рамках какого бюджета.

В процессе планирования разрабатываются творческая стратегия торговой марки, медиа-стратегия, то есть то, каким образом будет заинтересован потребитель, и стратегия проведения рекламных акций, которые будут поддерживать эффект прямой рекламы и усиливать его.

Чтобы остановить свой выбор на одном или нескольких видах рекламы, организации необходимо ответить на три главных вопроса: кто

потенциальный потребитель товара, что фирма хочет сообщить ему о своей продукции и с помощью каких средств собирается это сделать. Очертив с помощью этих вопросов образ покупателя, его привычки, интересы, потребности, место жительства, социальное и материальное положение, можно смело приступать к формированию рекламной кампании и выбору средств, из которых она будет состоять. В любом случае реклама позволит распространить информацию о бизнесе компании и представить его с наиболее привлекательной стороны. Главное - постоянно контролировать степень эффективности кампании, и вовремя корректировать ее. В целом вся рекламная кампания укладывается в классическую схему: планирование – организация - мотивация - контроль.

Не всегда можно определить эффективность отдельных средств рекламы и рекламной кампании в целом, но и приблизительные подсчеты дают необходимую информацию для оценки эффективности проведения рекламной кампании.

Существует два вида эффективности рекламной кампании: экономическая эффективность и эффективность психологического воздействия. Рассмотрим более подробно каждый вид эффективности.

1. Экономическая эффективность — экономический результат, полученный в результате применения рекламного средства или проведения рекламной кампании. Основным методом для анализа экономической эффективности служат статистические и бухгалтерские данные, а основными сложностями в определении экономического эффекта являются:

- любая реклама или рекламная кампания, как правило, не дает полного эффекта сразу;

- рост товарооборота или прибыли может быть вызван другими (нерекламными) причинами.

Для подсчёта экономической эффективности специалистами предлагаются следующие методы: расчет рентабельности, расчет экономического эффекта рекламирования, расчет дополнительного товарооборота, метод целевых альтернатив.

2. Эффективность психологического воздействия — это степень влияния рекламы на человека, т.е. оценка привлечения внимания потребителя, запоминаемости рекламы, воздействие рекламы на мотив покупки и т. п. Наиболее часто применяемыми в настоящее время методами оценки психологического воздействия: опрос, наблюдение, эксперимент (например, фокус группы).

В заключение следует отметить, что не все потенциальные потребители представляют интерес для рекламодателя. Та часть потребителей, которая может стать основными покупателями, называется целевой аудиторией или целевой группой. Эта группа людей характеризуется набором одинаковых параметров, таких, как возраст, социальный статус, уровень дохода, потребительские предпочтения, особенности психологии и т. п. Другими словами, при определении целевой аудитории надо учитывать

позиционирование продукта или услуги на определенную группу населения. Изучение целевой аудитории позволяет сделать предположения об общих мотивах поведения представителей целевой группы при совершении покупки. Это должно быть использовано при разработке основной гранд-идеи рекламной кампании, создании творческой концепции, разработке рекламных сообщений, выборе соответствующих каналов рекламной информации

Использованные источники:

1. Гермогенова Л.Ю. как сделать рекламу магазина. – М.: «Рус Партнер ЛТД», 2015г.
2. Крылов И.В. Теория и практика рекламы в России. – М.: Дело, 2005г.
3. Руденко А.А. организационные структуры управления интегрированных корпоративных структур: современное состояние и перспективы развития. Руденко А.А., Захаров С.О. Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2009. № 7 (10). С. 185-187.
4. Руденко А.А. Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности интегрированных структур энергетического машиностроения в условиях цикличности экономики Карпенко Е.Ю., Руденко А.А., Искосков М.О., Антипов Д.В., Данилова С.Ю. /Монография / Тольятти, Изд-во «Касандра», 2014, 139 с.

Гордеева А. О.

4 курс

факультет «Инженерно-экономический»

СТИ НИТУ МИСиС

Россия, Белгородская область, г. Старый Оскол

СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВОЗРОЖДЕНИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Актуальность темы обуславливается высокой необходимостью повышения уровня жизни сельского населения, его потребительской способности и роста покупательского спроса.

Устойчивое, сбалансированное развитие является основной задачей любой экономической системы, в том числе потребительской кооперации.

Потребительские кооперации не в полном объеме используют земельные, трудовые и имущественные ресурсы, способствующие повышению объемов деятельности. [1]

Личные подсобные хозяйства Белгородской области являются важными субъектами заготовительной деятельности. В определенных районах региона на них приходится около 40% производства картофеля, 50% мяса и молока, 30% шерсти в общем объеме валовой продукции сельского хозяйства.

Согласно Федеральному Закону «О личном подсобном хозяйстве» личные подсобные хозяйства не являются предпринимательской деятельностью, что не соответствует действительности. Поскольку, более 20% личных подсобных хозяйств продают на рынке. На основе

стимулирования данного вида бизнеса и развития заготовительной деятельности, малые формы хозяйствования могут осуществлять значительную роль в устойчивом развитии сельских территорий.

В сельской местности существуют некоторые факторы, которые обеспечивают нестабильную и неустойчивую среду для развития заготовительной деятельности и подсобного хозяйства:

- 1) отсутствие необходимой законодательной базы развития субъектов малого бизнеса, полноценной защиты земельных прав граждан;
- 2) отсутствие и слабая развитость в сельской местности необходимых условий для материально-технического и производственного обслуживания малых форм хозяйствования;
- 3) отток трудовых ресурсов из-за недостатка рабочих мест и крайне низких доходов сельского населения;
- 4) низкий уровень качества сельской жизни;
- 5) недостаточный учет интересов и потребностей субъектов малого предпринимательства за счет слабого взаимодействия различных управленческих структур.

В сельской местности имеется достаточный объем необходимых ресурсов, которые позволяют местным жителям осуществлять деятельность разнообразных видов. Альтернативная занятость может способствовать регулярному доходу сельчан, однако здесь необходимо развивать торгово-сбытовую и заготовительную деятельность. [2]

Устойчивое развитие сельского малого предпринимательства зависит от решения кадрового вопроса. Поскольку менее 10% выпускников кооперативных техникумов, институтов и университетов уезжают в сельскую местность для работы в системе потребительской кооперации.

Проблему увеличения сельхозпроизводства можно назвать проблемой сохранения устойчивого развития сельских территорий, без которых невозможно решить ни продовольственную проблему страны, ни устоять в жесткой конкуренции на рынках сельхозпродуктов. В решении поставленных проблем должны принимать участие не только федеральные и региональные министерства и ведомства, но и организационно-экономические структуры, связанные с организацией соев деятельности в сельских территориях. [3]

В процессе решения вопросов устойчивого развития сельских территорий активным субъектом должна стать потребительская кооперация. Она поможет повысить эффективность деятельности сельских муниципальных образований, повысить деловую активность сельских жителей, преодолеть негативные социальные явления.

Финансово-экономические показатели деятельности потребительских кооперативов отражены в таблице 1.

Таблица 1. Основные финансово-экономические показатели деятельности потребительских кооперативов России

Показатели	2008 год	2012 год	Темпы роста, раз
Активы, млн. руб.	5641	16283	2,9

Выручка от продаж и % к получению, млн. руб.	1138	5388	4,7
Выручка в среднем на 1 кооператив, тыс. руб.	1577	1907	1,21
Прибыль до налогообложения, млн. руб.	8	28	3,5
Выданные займы кредитными кооперативами, млн. руб.	2944	7079	2,4
Привлеченные кредиты и займы	3237	8961	2,8

Согласно данным таблицы 1 можно сделать вывод о том, что развитие предприятий потребительской кооперации России имеет положительную динамику. Активы, выручка кооперативов, объем привлеченных кредитов и займов существенно увеличились. В итоге можно отметить, что кооперация вносит значительный вклад в стабилизацию ситуации на селе и способствует в определенной степени устойчивости сельских территорий.

Так как существует нехватка финансовых ресурсов в личных подсобных хозяйствах и у предприятий системы потребительской кооперации, Семенов С.В. и Сыроижко В.В. была предложена трехуровневая система кооперации на рынках кредитных ресурсов в потребительской кооперации (рисунок 1).

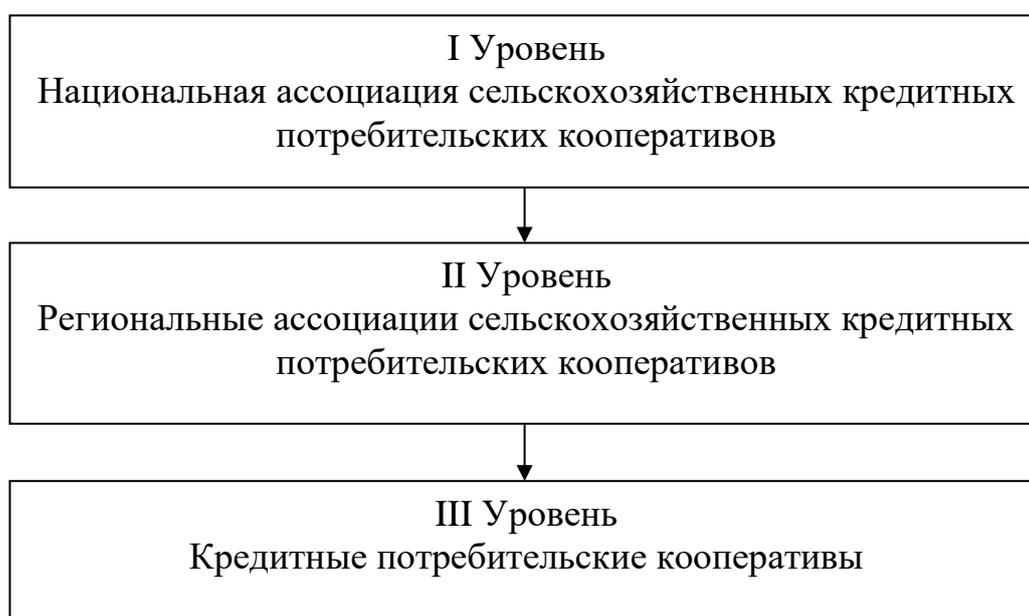


Рисунок 1 – Трехуровневая система сельскохозяйственной кредитной потребительской кооперации

Устойчивое развитие сельских территорий связано со сбытом продукции через предприятия заготовительной деятельности или непосредственно через магазины розничной торговли, которые выполняют роль заготовительных пунктов.

В соответствии с ФЗ «О розничных рынках» сельскохозяйственные и

кооперативные рынки представляют собой отдельную категорию, что помогает расширению доступа сельхозпроизводителей в эти сегменты рынка. Согласно закону кооперативы имеют право выступать как управляющая компания на рынке и вести на нем торгово-закупочную деятельность, что дает возможность производителям централизовать сбыт продукции через кооператив. Расширение кооперативных рынков и их открытие в каждом центре районных муниципальных образований будет способствовать оживлению мелкого предпринимательства на селе и повышению устойчивости сельских территорий.

Таким образом, устойчивое развитие сельских территорий и основных видов деятельности потребительской кооперации определяется наличием элементов обеспечения, а также умением руководителей правильно их использовать в условиях неопределенной среды функционирования потребительской кооперации. На устойчивость и стабильность деятельности кооперативных организаций оказывают особое влияние возможность контролирования ситуации на рынке и своевременное нахождение устойчивого состояния.

Использованные источники:

1. Закон РФ от 19.06.2012 № 3085-1 (ред. от 02.07.2013) «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации»;
2. Прижигалинская Т. Н., Махиненко Е. А. Стратегические направления повышения эффективности деятельности организаций потребительской кооперации // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2013. - №3. - С. 42 – 48;
3. Исаенко Е. В. Конкурентные преимущества организаций потребительской кооперации и их влияние на рыночную устойчивость // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2013. - №2. - С.43 - 48

Гордеева А.О.

студент 4 курса

факультет «Инженерно-экономический»

СТИ НИТУ МИСиС

Россия, Белгородская область, г. Старый Оскол

МАРКЕТИНГ КАК СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность темы обусловлена современными условиями, в которых создание стратегии маркетинга является неотъемлемой частью деятельности организации потребительской кооперации.

Основой маркетинга в розничной торговле является мерчандайзинг, который организует технологический процесс в магазинах, связанный с продажей товаров. Использование данного метода снижает роль и влияние продавцов, а покупателей повышает за счет управления поведением

покупателей в торговом зале. [1]

В процессе настоящего исследования под маркетингом понимается продвижение продуктов и услуг, производимых организациями потребительской кооперации при помощи системы определенных действий. [2]

В розничной торговле стратегия маркетинга зависит от деятельности организации и способствует максимизации прибыли за счет наиболее полного удовлетворения покупателей.

Правильное осуществление процесса мерчандайзинга способствует увеличению объемов продаж, повышению конкурентоспособности, а также росту экономической выгоды.

Для эффективной работы магазинов потребительской кооперации необходимо выделить направления маркетинговой деятельности (рисунок 1).

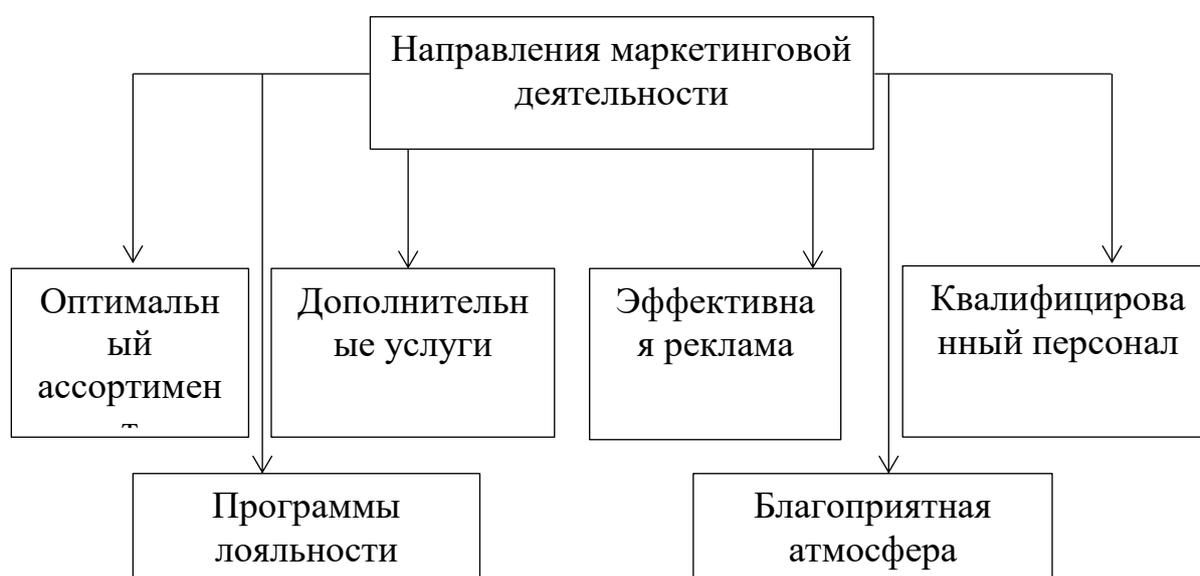


Рисунок 1 – Направления маркетинговой деятельности в магазинах потребительской кооперации

Главной составляющей маркетинговой деятельности магазинов является предоставление дополнительных услуг потребителям. К видам таких услуг можно отнести:

1) Создание детского уголка, который может быть оснащен детскими книжками, телевизором, столом с конструктором и т.д. Данная площадка способствует тому, чтобы взрослые совершили полноценную покупку, на которую необходимо 15 минут (именно столько способен в среднем ребенок выдержать без игр и смены обстановки).

2) Обеспечение безопасности личных вещей. Данная услуга обеспечивает сохранность вещей покупателя, пока он находится в торговом зале магазина.

3) Наличие парковочного пространства. Данная услуга влияет на посещаемость магазина и величину покупки, она может быть платной или бесплатной.

Для эффективного обслуживания в магазинах потребительской

кооперации необходимо регулярно проводить обучение персонала и повышение квалификации. Данная программа обучения включает систему организации труда, корпоративную культуру магазинов потребительской кооперации, стиль работы и т.д. [3]

Каждый работник магазина должен соблюдать следующие требования:

- предоставлять достаточную, достоверную информацию о продаваемом товаре или оказываемой услуге;
- соблюдать требования к маркировке, упаковке и оформлению ценников;
- соблюдать правила продажи товаров и обслуживания покупателей.

Поведение потребителей, обслуживаемых организациями потребительской кооперации, зависит от определенных факторов, основным из которых является уровень дохода потребителя.

М. Фридмен утверждал, что размер потребления растет с повышением среднегодового, постоянного дохода. У большинства сельских жителей низкий уровень денежного дохода. Также в селах низкое потребление продуктов, которые можно произвести на собственных хозяйствах. [4]

Так как у магазинов потребительской кооперации существуют конкуренты, то необходимо рассмотреть факторы, влияющие на покупателей (таблица 2).

Таблица 2. Сравнительная характеристика факторов, влияющих на поведение потребителей при выборе магазинов.

Факторы, влияющие на выбор магазинов потребительской кооперации	Факторы, влияющие на выбор магазинов конкурентов
Близкое расположение к дому	Широкий ассортимент
Ценовая политика магазина	Предоставление бонусных программ
Качество реализуемых товаров	Удобное месторасположение
Качество обслуживания	Интерьер магазина
	реклама
	Наличие парковки

Согласно исследованиям, наиболее важными факторами, влияющими на поведение потребителей, являются цена, качество и близкое расположение к дому. К факторам, по которым были выбраны магазины конкурентов, относятся наиболее широкий ассортимент продукции, бонусные программы, удобное месторасположение магазина к остановкам общественного транспорта, реклама магазина, интерьер, наличие парковочных мест. Если организации потребительской кооперации стремятся привлечь покупателей и повысить привлекательность своих магазинов, то им необходимо обратить внимание на перечисленные факторы.

Прежде чем приобрести какой-либо товар, особенно если он дорогостоящий, потребитель занимается поиском информации о нем. После того как информация будет собрана, покупатель принимает решение о марке товара предпочитаемой для покупки. Существуют критерии, по которым

покупатели оценивают товар (таблица 3).

Таблица 3. Критерии, влияющие на выбор товара

Критерии	% покупателей
Цена товара	25
Характеристики товара	18
Качество товара	16
Реклама товара	14
Название торговой марки	12
Страна-производитель	8
Упаковка товара	7

Таким образом, большинство покупателей оценивают товар по таким критериям, как цена товара, характеристики товара и его качество. [5]

Таким образом, для привлечения покупателей в магазины организации потребительской кооперации необходимо учитывать множество факторов, в основном, связанных с жизнью и бытом сельского населения, использовать все средства маркетинговых коммуникаций и разрабатывать определенные действия в каждой кооперативной организации.

Использованные источники:

1. Исаенко Е.В., Дегтярь О.Н. Мерчандайзинговый подход к совершенствованию процесса продажи товаров в магазинах самообслуживания потребительской кооперации // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2013. №4. С. 36-42
2. Прижигалинская Т.Н, Терновский Д.С. Социальный маркетинг как инструмент повышения эффективности деятельности организаций потребительской кооперации: институциональный аспект // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2012. №3. С. 56-60
3. Исаенко Е.В., Дегтярь О.Н. Направления маркетинговой деятельности в магазинах самообслуживания потребительской кооперации // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. № 1. С. 23-29
4. Исаенко А.В., Воробьева А.И. Особенности поведения сельских потребителей, обслуживаемых организациями потребительской кооперации // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. №1. С. 80-885
5. Пасечко Л.А., Воробьева А.И. Направления деятельности организации потребительской кооперации по привлечению покупателей // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. №3. С. 149-153

*Гордеева А. О.
студент 4 курса
факультет «Инженерно-экономический»
СТИ НИТУ МИСиС*

Россия, Белгородская область, г. Старый Оскол

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОБЩЕСТВА**

Актуальность темы заключается в том, что эффективность работы кооперативной организации непосредственно зависит от эффективности функционирования оборотного капитала, поэтому наиболее оптимальное распределение и эффективное использование ресурсов является условием обеспечения конкурентоспособности, экономической дееспособности и выживаемости любого хозяйствующего субъекта.

Первостепенное значение приобретает целенаправленная организационно-экономическая работа по повышению эффективности использования оборотных средств потребительского общества. Решение данной задачи способствует увеличению объемов производства, более полному удовлетворению потребностей населения, экономии издержек обращения, а точнее, росту прибыли, рентабельности и конкурентоспособности потребительского общества. [1]

Дополнительная потребность в оборотном капитале обуславливается необходимостью поддержания непрерывности производства, повышения его эффективности, расширения производства и создания новых видов деятельности. [2]

Пополнение оборотного капитала только за счет конкретного источника является неэффективным, так как использование исключительно собственных источников финансирования в оборотном капитале не только обеспечит организации наивысшую финансовую устойчивость, но и ограничит развитие в результате неиспользования финансовых возможностей прироста прибыли на вложенный капитал. Использование исключительно заемных источников будет обеспечивать не только рост финансового потенциала организации, но и поспособствует в большей степени образованию финансового риска, т.е. угрозе банкротства. [2]

Модель привлечения заемных средств населения представлена на рисунке 1.



Рисунок 1- Модель привлечения заемных средств населения [1]

Данная модель была предложена Прижигальской Т.Н. и Белоконовой Е.П. для совершенствования привлечения заемных средств населения. Большинство потребительских обществ не имеют возможности формировать необходимую величину оборотных активов за счет собственных источников, что отрицательно сказывается на дальнейшем развитии организации, и ее конечных результатах. В связи с этим возникает необходимость привлекать наиболее эффективный источник, т.е. заемные средства населения. Модель привлечения заемных средств населения способствует совершенствованию механизмов привлечения средств и расчетов по возврату займов и выплате процентов; организационно-аналитической работе, связанной с усилением контроля, в рамках которого производится контактная связь с населением.

В настоящее время важнейшим источником покрытия недостатка оборотного капитала выступает банковский кредит. Привлечение данного источника оказывает различное влияние на общее экономическое состояние организации потребительской кооперации, а также на состояние оборотного капитала. Во-первых, если не привлекать банковский кредит в условиях недостатка собственных источников кооперативной организации придется снижать объем производства или целиком приостанавливать, что может привести к крупным финансовым затруднениям или банкротству. Во-вторых, привлечение банковского кредита может вызвать повышенную зависимость организации потребительской кооперации от кредитных ресурсов, что отрицательно скажется на их финансовом состоянии и приведет снижению собственных оборотных средств. [3]

Потребительские кооперации предпочитают активно привлекать заемные средства населения. Предпочтительность данного источника финансирования оборотного капитала характеризуется процентными ставками, которые ниже соответствующих ставок коммерческого банка.

Выбор источников финансирования оборотного капитала является индивидуальным процессом для организации потребительской кооперации и непосредственно зависит от факторов, представленных на рисунке 2. В связи с этим в современных условиях процесс выбора источников финансирования оборотного капитала кооперативной организации должен учитывать приемлемость их структуры, которая обеспечивает наивысшую результативность деятельности организации, способствует укреплению финансового состояния и повышению финансовой устойчивости их деятельности. [3]



Рисунок 2 - Факторы, влияющие на выбор и структуру источников пополнения оборотного капитала организаций потребительской кооперации [3]

Предпочтительность источников финансирования оборотного капитала кооперативной организации заключается в выявлении их оптимального соотношения, то есть, при котором, обеспечивается использование преимуществ каждого из них при покрытии их недостатков.

Исследование структуры источников пополнения оборотного капитала дает возможность скорректировать управленческие решения в области расчета оптимального соотношения между собственными и заемными источниками финансирования, а также снизить уровень финансового риска.

Использованные источники:

1. Голобородько А.И. Пути повышения эффективности использования оборотного капитала потребительского общества // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2015. №1. С. 280-285
2. Панасюк Л.В. Основные аспекты формирования оптимальной структуры источников пополнения оборотного капитала организаций // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2013. №3. С. 425-432
3. Сергеев И.В., Панасюк Л.В. Источники пополнения оборотного капитала организаций потребительской кооперации: выбор и оптимизация их структуры // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2012. №1. С. 69-7

*Горина К. С.
студент 3 курса
специальность «Финансы и кредит»
Медовикова Е.А.
научный руководитель, ст. преподаватель
кафедра экономики и управления
Кузбасский государственный технический
университет им. Т.Ф. Горбачева
филиал в г. Прокопьевске*

Россия, Кемеровская область, г. Прокопьевск

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ

Страхование в современном обществе, как и в многовековой истории, является и являлось мощным фактором положительного воздействия на экономику. Особую роль страхование начинает играть с развитием рынка. Как следствие, сегодня этот вид экономической деятельности становится всё более и более развит. Но, как и у любого «молодого» явления, у страхования есть свои особенности становления и распространения и факторы сдерживания. Именно поэтому актуальной темой на сегодняшний день является изучение обстоятельств, способствующих формированию и развитию страхования как социального института, а также причин, сдерживающих данный процесс.

Ключевые слова: страхование, страховые услуги, рейтинг страховых

компаний, виды страхования, перспективы страхования.

Insurance in today's society, as well as in the long history, and was a powerful factor in the positive impact on the economy. The special role of the insurance begins to play with the market development. As a consequence, today, this type of economic activity is becoming more and more developed. But, as any "young" phenomenon, in insurance has its own peculiarities of formation and proliferation and deterrence factors. That is why a hot topic today is the study of the circumstances that contribute to the formation and development of insurance as a social institution, as well as the impediments to this process.

Keywords: insurance, insurance services, the rating of insurance companies, insurance types, insurance perspectives.

Страхование в современном обществе является одним из наиболее используемых видов финансовых услуг. С каждым годом происходит увеличение людей, желающих воспользоваться услугами страхования, как своего имущества, так и жизни, здоровья.

Страхование, как социальный институт, обеспечивает уверенность в завтрашнем дне, защиту от непредвиденных расходов, необходимую помощь в сложных ситуациях. На сегодняшний день большая часть населения знает только обязательные виды страховых услуг. Однако, на страховом рынке существуют и добровольные формы страхования.

Для оценки состояния современного страхового рынка целесообразно сравнить некоторые его показатели в разрезе стран. Так, если страховая премия в расчете на одного жителя в Японии составляет около 4,5 тысячи долларов, в Швейцарии – 3 тысячи, в США – 2,5 тысячи, то в России – лишь, около 40 долларов. В валовом внутреннем продукте в развитых странах доля совокупной страховой премии равняется 8–10 %, а в Российской Федерации – примерно 1,5 %. Расходы австралийцев на добровольное страхование составляют примерно 10 % общего достатка, американцев – свыше 15 %, россиян – около 2 долларов в год [1].

Как видно, масштабы страховых операций на зарубежном и страховом рынке России значительно различаются.

Анализируя страховой рынок РФ, можно привести достаточно большое количество причин, сдерживающих его развитие: отсутствие развитой страховой инфраструктуры; низкая страховая культура; ненадежность страховых компаний; низкий размер страховых выплат; отсутствие надежных инструментов долгосрочного размещения страховых резервов; информационная закрытость страхового рынка; несовершенство правового и организационного обеспечения государственного страхового надзора.

Исходя из перечисленных проблем, следует предпринять различные меры по защите потребителей страховых услуг: создание фонда гарантирования страховых выплат, установление в различных законодательных актах единых подходов к определению размеров страховых сумм и выплат, в целях обеспечения равноправия граждан, а также увеличение требований к страховым компаниям для предотвращения

банкротства [4].

Сегодня в России имеются основные тенденции и приоритетные направления развития страхового рынка.

Основная тенденция развития российского рынка страховых услуг заключается в объединении банков и страховых организаций в виде совместных проектов по продаже страховых полисов через банковскую сеть. Интеграция и движение страховых компаний в сферы финансового сектора, расширение набора предлагаемых ими продуктов становятся решающим фактором успешного развития страховых компаний. В то же время вопрос расширения состава страховых портфелей в России стоит не так остро, поскольку еще есть неудовлетворенный спрос на классические наборы страхового портфеля. На западе сегодня практически не осталось свободных ниш для страховых компаний, и поэтому страховщики конкурируют между собой за определенный круг потребителей в течение десятков лет. Российские страховые компании в отличие от западных коллег в этом смысле имеют преимущества: они могут комбинировать и продавать на российском рынке как классические, так и новые специфические виды страхования.

Другая тенденция состоит в глобализации страхового рынка, которая приведет к увеличению на отечественном рынке числа иностранных страховщиков, заинтересованных в создании различных альянсов и совместных проектов с отечественными страховщиками.

Третья тенденция российского страхового рынка заключается в продаже страховых продуктов через Интернет. Это направление в страховом бизнесе является очень перспективным, поскольку позволяет преодолевать большие расстояния с наименьшими затратами и в будущем будет служить основным фактором, определяющим успех страховой компании в России. Естественно это влияет на социальную сферу, так как формируется более широкое распространение страхования как социального явления среди большего числа представителей различных слоев населения [2].

На сегодняшний день набирает свои обороты ипотека, так как вырастает необходимость в новом жилье у населения. Основными группами, которые нуждаются в таком финансовом инструменте, как ипотека являются молодые семьи и семьи с небольшим, но устойчивым заработком. Как же развитие ипотеки влияет на страхование? Банки при выдаче средств на ипотеку хотят быть уверенными в том, что они ничего не потеряют. Здесь присутствуют риск «юридической нечистоты» приобретаемого жилья и риск потери собственником работы или здоровья. Поэтому банки обязывают своих клиентов обращаться к страховым компаниям, что не может не повлиять на развитие рынка страхования в целом.

Еще одна тенденция распространения страхования относится к развитию строительства. Сегодня резко увеличиваются темпы строительства и потребности, как в жилом, так и нежилом фондах. Поэтому строительные компании расширяют сферы своей деятельности, однако, как известно, строительство – это всегда дело рисковое и опасное. Кроме очевидных рисков,

существует риск недополучения прибыли, который может быть застрахован как на стадии строительства, так и на стадии операционной деятельности. Возмещается по этой программе недополученная чистая прибыль и фактически понесенные постоянные расходы, а также расходы, направленные на уменьшение продолжительности перерыва в коммерческой деятельности. Выплата может быть эквивалентна размеру чистой прибыли и постоянных расходов за 12 месяцев, предшествующих страховому году (для страхования на стадии операционной деятельности) или планируемой чистой прибыли в соответствии с бизнес планом (для страхования на период строительства).

Кроме перечисленных направлений, можно выделить еще одно: развитие менеджмента. Как известно, менеджмент – это искусство управлять. Сегодня все больше компаний и организаций прибегают к услугам профессионального менеджмента для повышения эффективности своей деятельности и увеличения производительности труда персонала. Большое число фирм обращают внимание на условия труда своих подчиненных, на качество и уровень их жизни и здоровья. С таким подходом управленцы стараются создать необходимые условия для максимальной отдачи от работников. В этом случае упор делается на личное страхование персонала, в которое входит не только достойное обязательное медицинское страхование, но и добровольное медицинское страхование, страхование от несчастного случая, профессиональных заболеваний и т.д. [3].

Так как на сегодняшний день граждане РФ активно выезжают за рубеж, то развитие туризма также благоприятно влияет на укрепление страхового рынка.

Комплекс вышеуказанных мер будет способствовать повышению эффективности страхового рынка, повышению доверия потребителей к страховым компаниям и соответственно к ускорению страхования в Российской Федерации.

Использованные источники:

1. Баканаев, И. Л., Ашаганов, А. Ю., Цокаева, Л. А., Мовтигова, М. А. Проблемы и перспективы развития страхового рынка РФ [Текст] // Молодой ученый. – 2015. – № 23. – С. 468-471.
2. Ермасов, С. В., Ермасова, Н. Б. Страхование: учебник [Текст] / С. В. Ермасов, Н. Б. Ермасова. – М.: Высшее образование, 2008. – 613 с.
3. Интервью с исполнительным вице-президентом группы «Ренессанс страхование» Сергеем Ковальчуком [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://marketing.rbc.ru/reviews/insurance/interview-renaissance.shtml> (дата обращения: 22.05.2016 г.).
4. Проблемы и перспективы развития страхования в РФ [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://bibliofond.ru> (дата обращения: 27.05.2016 г.).

*Горина М.В.
студент 4го курса
МГУ им. Н.П. Огарева
Россия, г. Саранск*

ТРУДОСБЕРЕЖЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ЛАМЗУРЬ»)

Аннотация

В статье рассматривается один из аспектов экономической безопасности предприятия - его трудосбережение, которое необходимо самому предприятию для формирования трудового потенциала предприятия, и эффективном его использовании. На трудосбережение оказывают влияние психофизические особенности человека, его работоспособность и условия, в которых протекает трудовая деятельность. При этом важной проблемой остается обеспечение безопасности работников.

Ключевые слова

Экономическая безопасность, трудовые ресурсы, трудосбережение, фонд рабочего времени, средняя выработка, автоматизация производства, производительность труда, профицит рабочей силы, стимулирование труда, организация труда.

На сегодняшний день в условиях рыночной экономики, которая характеризуется всеобщей конкуренцией, неопределенностью внешних условий хозяйствования и высокой степенью риска, все предприятия и организации должны иметь соответствующую защиту (безопасность) на всех уровнях хозяйствования. Пожалуй, ни одна из фундаментальных и прикладных экономических дисциплин не вызвала к жизни столько различных, порой нелепых и взаимоисключающих теорий и спекуляций, как теория и практика экономической безопасности предприятия (ЭБП). Действительно, ЭБП понимается как функция и процесс, непосредственно влияющий на величину прибыли или убытки, а управление процессом в целом и его отдельными фрагментами, в свою очередь, в значительной степени сконцентрировано в руках собственника или директора предприятия. Рассмотрим современные и наиболее актуальные мнения отечественных специалистов, касающиеся определения понятия «экономическая безопасность предприятия».

Таблица 1.1- Определение понятия экономическая безопасность предприятия.

Автор, источник 1	Определение 2
Козаченко А.В., Пономарев В.П. [9]	Экономическая безопасность предприятия - гармонизация во времени и пространстве экономических интересов предприятия с интересами связанных с ним субъектов внешней среды, действующих за пределами предприятия

Яценко Н.М. Михайлюк С.А.	Рассматривают экономическую безопасность предприятия как подсистему национальной экономической безопасности и определяют ее как экономическое состояние предприятия, устойчивое по отношению к внутренним и внешним изменениям финансово-хозяйственной деятельности
Большой экономический словарь Под ред. А.Н.Азриляна	Экономическая безопасность - это состояние юридических, экономических отношений, организационных связей, материальных и интеллектуальных ресурсов предприятия, при котором гарантируется стабильность его функционирования.
Соколенко Т.М.	Экономическую безопасность рассматривает как состояние, при котором стратегический потенциал фирмы находится вблизи границ адаптивности, а угроза потери эб нарастает по мере приближения степени адаптивности стратегического потенциала к предельной зоне.
Продолжение таблицы 1.1	
Олейников Е. А.	Состояние наиболее эффективного использования ресурсов для преодоления угроз и обеспечения стабильного функционирования предприятия сегодня и в будущем
Грунин А.	Состояние хозяйственного субъекта, при котором он при наиболее эффективном использовании корпоративных ресурсов достигает предотвращения, ослабления или защиты от существующих опасностей и угроз или других непредвиденных обстоятельств и в основном обеспечивает достижение целей бизнеса в условиях конкуренции и хозяйственного риска
В. Л. Ортинский	Защищенность потенциала предприятия (производственного, организационно-технического, финансово-экономического, социального) от негативного воздействия внешних и внутренних факторов, прямых или косвенных экономических угроз, а также способность субъекта к воспроизведению

Разные авторы в своих работах используют различные подходы к определению понятия экономическая безопасность предприятия. Но большинство из них едины в том, что руководство предприятия должно обеспечить эффективное использование ресурсов, задействованных для преодоления угроз в достижении целей бизнеса.

Таким образом, под экономической безопасностью предприятия будем понимать сбалансированное состояние его правовых и экономических отношений, а также материальных, интеллектуальных и информационных ресурсов, которое выражает способность предприятия к текущему стабильному функционированию и перспективному инновационному развитию.

Реализовывать стабильное и устойчивое развитие предприятия

помогают профессионально подготовленные специалисты, в той или иной области деятельности организации, которые составляют трудовые ресурсы предприятия.

Трудовые ресурсы — главная производительная сила общества, включающая трудоспособную часть населения страны, которая обладает физическими и интеллектуальными возможностями для производства материальных благ и услуг. К трудовым ресурсам относятся граждане как занятые в экономике, так и не занятые, но способные трудиться.

Необходимые для осуществления трудовой деятельности физические и интеллектуальные качества человека зависят от возраста, который выступает определенным критерием, позволяющим выделить из всего населения трудовые ресурсы.

Относительная экономия трудовых затрат составляет такое понятие, как трудосбережение. Под влиянием научно-технического прогресса (НТП) происходят такие процессы, как систематическое изменение содержания физического труда в результате комплексной механизации, автоматизации, производства. Повышаются общеобразовательный и культурно-технический уровень и квалификация работников, на фоне непрерывного роста производительности. Мощным фактором роста производительных сил общества является органическое соединение науки с производством, ибо научно-техническая революция (НТР) означает не просто применение новых видов энергии, материалов, электронно-вычислительных машин и даже комплексной автоматизации производства, а глубокую перестройку всего технического базиса производства, форм его организации и управления. Появление электронно-вычислительной техники и рост быстродействия ЭВМ оказались одним из наиболее впечатляющих направлений НТР. Одним из существенных моментов развития производства является переход от экстенсивных методов к интенсивным. Под экстенсивным ростом производства понимается его расширение с помощью новых капиталовложений и вовлечения новых сил в производственный процесс. Интенсификация производства означает количественный рост и качественное улучшение продукции за счет существенного повышения степени использования всех средств производства: орудий труда и материалов, наличного потенциала рабочей силы, дальнейшего значительного повышения производительности труда на основе применения более совершенной техники и технологии производства, быстрого освоения достижений научно-технического прогресса.

Таким образом, трудосбережение связано с формированием трудового потенциала предприятия, и эффективным его использованием. На трудосбережение оказывают влияние психофизические особенности человека, его работоспособность и условия, в которых протекает трудовая деятельность. При этом важной проблемой остается обеспечение безопасности работников.

Проведем анализ использования трудовых ресурсов предприятия ОАО

«Ламзурь» для выявления всех факторов, препятствующих росту производительности труда, приводящие к потерям рабочего времени и снижающие заработную плату персонала.

В анализе большое внимание необходимо уделить также изучению обеспеченности предприятия рабочими кадрами по профессиональному и квалификационному составу данных оперативно-технического учета отдела кадров. Необходимо изучить персонал по возрастному составу и стажу непрерывной работы. Такой анализ крайне необходим для своевременного проведения работы по подготовке кадров для замены уходящих на пенсию работников и для планирования социального развития предприятия.

Таблица 1.2- Анализ структуры персонала предприятия

Показатель	2013 год		2014 год		Абсолют. отклонение	Темп прироста %
	чел.	%	Чел.	%		
Среднесписочная численность ППП, всего, в т.ч:	950	100	1064	100	114	+12
-рабочие	730	77	841	79	111	+15
-руководители	15	1,58	16	1,50	1	+5
-специалисты	205	21,42	207	19,50	2	-8,9

Результаты анализа показывают, что состав работающих по категориям персонала в ОАО «Ламзурь» значительно изменился.

Как видно по данным таблицы, численность ППП в отчетном году по сравнению с прошлым увеличилась и составила 112 %, что в абсолютном выражении составило 114 человек. Из таблицы видно, что удельный вес рабочих в общей численности работников предприятия увеличился на 15 % в 2014 г. по сравнению с 2013г. Увеличилась и доля руководителей и специалистов. К штату руководителей прибавился 1 человек.

Таким образом, на анализируемом предприятии наблюдается «профицит» рабочей силы.

Полноту использования персонала можно оценить по количеству отработанных дней и часов одним работником за анализируемый период времени, а также по степени использования фонда рабочего времени (ФРВ). Представляет собой сумму списочных чисел за все дни отчетного периода (включая списочные числа за выходные и праздничные дни) или сумму явок и всех неявок. Такой анализ проводится по каждой категории работников, по каждому производственному подразделению и в целом по предприятию (таблица 1.3).

Таблица 1.3 - Использование трудовых ресурсов предприятия

Показатели	2013г	2014г	отклонение
Среднесписочная численность рабочих (ЧР)	730	841	+111
Отработано за год одним рабочим:			
-дней (Д)	238,2	237,2	-1
-часов (Ч)	1879,3	1888,1	+8,8
Средняя продолжительность рабочего дня (П), ч.	7,89	7,96	+0,07
Фонд рабочего времени, ч.	1371960,5	158902,1	+215941,6

На анализируемом предприятии фактический фонд рабочего времени больше прошлого года на 215941,6 ч.

Как видно из приведенных данных, имеющиеся трудовые ресурсы ОАО «Ламзурь» использует недостаточно полно. В среднем одним рабочим отработано по 237,2 дней вместо 238,2, в связи, с чем сверхплановые целодневные потери рабочего времени составили на одного рабочего 1 день, а на всех – 841 день. Отсутствие сверхурочно отработанного времени говорит о хорошей организации производственного процесса.

Полноту использования трудовых ресурсов можно оценить по количеству отработанных дней и часов одним работников за анализируемый период, а также по степени использования фонда рабочего времени. Проведем факторный анализ производительности труда и представим данные в таблице 1.4.

Для оценки уровня интенсивности использования трудовых ресурсов применяется система обобщающих, частных и вспомогательных показателей производительности труда.

Таблица 1.4- Показатели производительности труда на предприятии

№ стр	Показатели	2013г	2014г	абсолютное отклонение	относительный прирост
1	Объем производства в сопоставимых ценах, тыс.р.	139493	276581	137088	1,98
2	ССЧ ППП, чел,	950	1064	+ 114	1,12
3	-в т.ч. рабочих, чел.	730	841	+ 111	1,15
4	Число отработанных рабочими ч/д.	1371960,5	1587902,1	+215941,6	1,16
5	Число отработанных рабочими ч/ч(тыс/ч)	10824,77	12639,7	+1814,93	1,17

6	Среднегодовая выработка одного работника ППП, руб. (стр.1*1000:стр.2) Выработка одного рабочего, руб.:	147130,36	259808,35	+112677,99	1,77
7	-среднегодовая (стр.1*1000:стр.3)	191079,27	328877,8	+137798,53	1,721
8	-среднедневная (стр.1*1000:стр.4)	802,18	1386,5	+584,32	1,728
9	-среднечасовая (стр.1*1000:стр.5)	101,67	174,18	+72,51	1,713

Продолжение таблицы 1.4

10	Среднее число дней, отработанных одним рабочим за год (стр.4:стр.3)	238,2	237,2	-1	0,996
11	Среднее число часов, отработанных одним рабочим в год (стр.5:стр.3)	1879,3	1888,1	+8,8	1,005
12	Средняя продолжительность рабочего дня, час.(стр.5:стр.4)	7,89	7,96	+0,07	1,009

Проанализировав производительность труда на предприятии, мы выявили следующее: среднегодовая выработка одного работника ППП увеличилась в 2014 году по сравнению с 2013 годом на 77%, что в абсолютном выражении составило 112677,99руб; среднегодовая выработка одного рабочего увеличилась в 2014 году по сравнению с 2013 годом на 72%, что в абсолютном выражении составило 137798,53 руб.; по сравнению с прошлым годом увеличились показатели средневневной и среднечасовой выработки одного рабочего на 72% и соответственно на 71%, что в абсолютном выражении это составило 584,32 руб. и 72,51 руб.

Таким образом, можно сделать вывод, что для эффективного использования трудовых ресурсов, необходима высокая организация труда, которая включает найм сотрудников в условиях неполной занятости, расстановку работников в соответствии со сложившейся системой производства; распределение среди них обязанностей; подготовку и переподготовку кадров; стимулирование труда; совершенствование

организации труда, заботу о работниках, оказавшимися излишними на данном предприятии по самым различным причинам. Какие бы технические возможности, организационно-управленческие преимущества не открывались перед предприятием, оно не начнет работать эффективно без соответствующего человеческого ресурса.

Использованные источники:

1. Дергунова Е. О., Москалева Е. Г. Стратегия управления эффективным ресурсопотреблением // Экономика и социум. 2015. № 1-3 (14). С. 1255-1260.
2. Москалева Е.Г. Повышение эффективности деятельности стратегических предприятий Республики Мордовия // Системное управление. 2016. № 1 (30). С. 25
3. Москалёва Е.Г. Внедрение системы мотивации персонала на базе КРІ – ключевых показателей эффективности // Контентус. 2016. № 2 (43). С. 109-119.
4. Москалёва Е.Г., Горбункова А.О. Энергосбережение и повышение энергоэффективности на предприятии Республики Мордовия // Экономика и социум. 2015. № 1-3 (14). С. 1249-1255.
5. Сенина О.А., Москалева Е.Г. Учет и анализ труда и его оплаты на примере ООО «Строймонтаж» // Экономика и социум. 2015. № 2-4 (15). С. 317-322.
6. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – 3-е изд., перераб и доп. – / Г.В. Савицкая. - М. : ИНФРА - М, 2009. – 425 с
7. Чуев, И.Н. Экономика предприятия: Учебник / И.Н. Чуев. - М. : Издательско – торговая корпорация "Дашков и Ко", 2009. – 416 с.
8. Энергосбережение как фактор устойчивого развития Республики Мордовия / Е.Г. Москалёва, Н.А. Гришунина // Молодой ученый. - 2015. - № 3 (83). - С. 461-464.

*Гребенькова Д. В.
студент-бакалавр 3 курса
«Финансовый менеджмент»*

*Литвинов А.Н., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедры «Инвестиции и инновации»
Финансовый университет при Правительстве Российской
Федерации
Россия, г. Москва*

**СХЕМА ФИНАНСИРОВАНИЯ ГЧП НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА
АЭРОДРОМНОЙ СЕТИ**

Аннотация

Статья посвящена вопросам финансирования проектов ГЧП в России. В частности, развитию аэродромной сети международных аэропортов в Москве. В рамках государственно-частного партнерства разбираются две альтернативные схемы финансирования. В статье также проводится

инвестиционная оценка проекта и рассматриваются преимущества облигационного и опционного финансирования.

Ключевые слова

Государственно-частное партнерство, инфраструктурные облигации, реальный опцион, опцион на расширение, аэродромная инфраструктура, международные аэропорты.

Abstract

The article is devoted to the financing of PPP projects in Russia. In particular, the development of the airfield network of international airports in Moscow. In the framework of public-private partnership, it deals with two alternative financing schemes. The article also carries out investment project evaluation and discusses the advantages of real option and bond financing.

Keywords

Public-private partnerships, infrastructure bonds, real option, option to expand, airfield infrastructure, international airports

Государственно-частное партнерство в России - актуальное направление финансирования инвестиционной деятельности. Министерство экономического развития Российской Федерации возлагает большие надежды на ГЧП т.к. проекты и их развитие могут способствовать росту экономики в среднем на 4% по инновационному сценарию.¹¹⁸ На территории Российской Федерации уже реализовано 1285 проектов и более 50 находится на разных стадиях реализации. Один из них – проект развития аэродромной инфраструктуры «Домодедово», «Шереметьево», «Внуково» [см.прил.№1]. По данным ЦР ГЧП [6] данный проект будет носить характер концессионного соглашения с частными инвесторами, объем инвестиций которого не обозначен явно. По расчетам центра – это сумма в размере 8,578 млрд.руб., по мнению аналитиков и официальной службы PPP в России – это инвестиции в размере 181,6 млрд.руб. в ценах 2013-2014 г.¹¹⁹ Очевидно, что размер плановых инвестиций должен быть проиндексирован в связи с последними экономическими событиями не менее чем на 15%. Тогда приблизительная оценка инвестиционных средств будет на уровне 208,74 млрд.руб. Так как проект находится на прединвестиционном этапе, то возникает актуальный вопрос о схемах финансирования в рамках ГЧП и общей эффективности проекта.

Начнем разрешение вопросов финансирования по порядку. С сегодняшней позиции государства проект займет по времени 49-50 лет, инвестор не определен, конкретизации по инфраструктурной модернизации нет. Если использовать для анализа «стандартный» вариант развития финансирования, то проект не привлекателен: NPV <0 при ставке

¹¹⁸Прогноз долгосрочного развития Минэкономразвития до 2030 года: <http://government.ru/media/files/41d457592e04b76338b7.pdf>

¹¹⁹Центр развития государственно-частного партнерства: <http://pppcenter.ru/29/novosti/events/aeroportyi-moskvyi-razovuyut-za-schet-posadok.html>

дисконтирования 30%¹²⁰, а риски существенны и слабо-структурированы. В данных условиях проект окупит себя только при IRR= 10,4% - ставка, на которую, вероятнее всего, не согласится частный инвестор.

IC	-208, 74 млрд. руб.
CF суммарный	2 756, 06 млрд. руб.
NPV	-114, 71млрд.руб.
R	30%
IRR	10,4%

Для проекта аэродромной сети концессионного соглашения одним из привлекательных вариантов финансирования будет привлечение средств через инфраструктурные облигации, речь о которых не затронута пока в проектном плане. Денежный поток, направляемый на покрытие первоначальных вложений, - усредненный показатель по отрасли (22,9% от выручки за отчетный период) «взлет-посадка» (авиационные услуги) [9]. С учетом модернизации аэро-узлов, можно ожидать прогнозный рост денежного потока в 1,5 раз, начиная с пятого года после начала инвестирования, а можно предполагать увеличение денежного потока от изменения тарифов на взлет и посадку. Главное определить срок инфраструктурных облигаций и, в правовом аспекте, разрешить инвестировать через данный вид облигаций частным инвесторам.

Государству как инициатору и, в первую очередь, заинтересованному лицу придется предложить инвесторам ряд преференций и выдвинуть встречные дополнительные условия сотрудничества; проработать схему финансирования через инфраструктурные облигации очень подробно.

Инфраструктурные облигации в среднем из практики имеют срок обращения не более чем 35 лет. Прецедент их применения в России есть, но со стороны частных корпораций или исключительным привлечением консервативных инвесторов и Банка Развития.¹²¹ В рамках концессии этот вариант недопустим, тем более у Банка развития на сегодняшний момент есть сложности в отношении финансирования проектов: 73,5 млрд руб. убытков получил ВЭБ по МСФО за первое полугодие 2015 года; в 1,34 трлн руб. оценивал в декабре 2015 года спасение ВЭБа министр финансов Антон Силуанов.¹²²

Тогда вариант выпуска инфраструктурных облигаций становится еще более привлекательным. Отложить проект означает увеличить риск безопасности и развития отрасли авиаперелетов.

Условия выпуска инфраструктурных облигаций в России должны быть сопровождаемы рядом важных условий:

1. Закрепление инфраструктурных бумаг как вид ценных бумаг, а не только экономическое понятие
2. Государственный выпуск и продажа на основе конкурсного

¹²⁰ Расчет приблизительной ставки был получен следующим образом: $(1+R) = (1+ R \text{ без риска}) * (1+\lambda \text{ инфляция}) * (1+\beta \text{ риск})$

¹²¹ ВЭБ – «Внешэкономбанк»

¹²² РБК: <http://www.rbc.ru/finances/18/02/2016/56c4a49a9a79475ba1d428f9>

аукциона

3. Обеспечение ценных бумаг на уровне 5 % рыночного риска¹²³
4. Основа выплат по ценным бумагам - доходы от проектов
5. Выпуск облигаций со сроком погашения от 35 до 50 лет¹²⁴
6. Налоговые преференции для инвесторов на весь срок обращения

облигаций

7. Соглашение дополнительных условий рефинансирования части прибыли инвесторов, если облигация будет обращаться более 35 лет. Такие отчисления пойдут на поддержание инфраструктуры аэропортов и позволят сохранить текущий объем перевозок на прежнем уровне, а также увеличат доходную часть со временем

8. Создание гарантийного фонда для проектов ГЧП¹²⁵

Рассмотрим инвестиционную привлекательность на прогнозных расчетах:

Наименование	Инфраструктурные облигации	Инфраструктурные облигации
	на 35 лет	на 50 лет
IC	-208, 74 млрд. руб.	-208, 74 млрд. руб.
CF	1 648, 65 млрд.руб.	3 892,0 5млрд.руб.
NPV	6,62 млрд.руб.	17,76 млрд.руб.
IRR	13%	13%
PI	3,17%	8,51%

Теперь посмотрим на схему финансирования под другим углом. Проекта ГЧП можно провести в несколько этапов на основе метода оценки реальных опционов, в частности выбрав «опцион на расширение». ¹²⁶ Этот вариант позволит оперировать не прогнозным DCF, а реальным результат по прошествии периода; проводить динамичный анализ и корректировать будущую стоимость опциона для следующего «раунда» инвестиций. Предположим, что наши первоначальные инвестиции так и остались равны 208,74 млрд.руб., а период финансирования 35 лет. Тогда разобьем на 7 этапов финансирования первоначальные вложения на равные инвестиционные суммы и спрогнозируем исходы, используя биномиальную решетку (см.рис.ниже). Топ-менеджмент, инвесторы и государство смогут с трех разных позиций и преследуемых интересов, на каждом этапе анализировать, что уже сделано и как; принимать новые инвестиционные решения на основе оценке следующего опциона по модели «Блэка-Шоулза» и другое. В настоящий момент детальный и наиболее реалистичный прогноз дать практически невозможно, так как недостаточно информации, находящийся в открытом доступе. Но как схема, как идея для финансирования стратегически значимых объектов – это привлекательный способ реализовать модернизацию аэродромной сети. Тем более, в планы государства входит создание

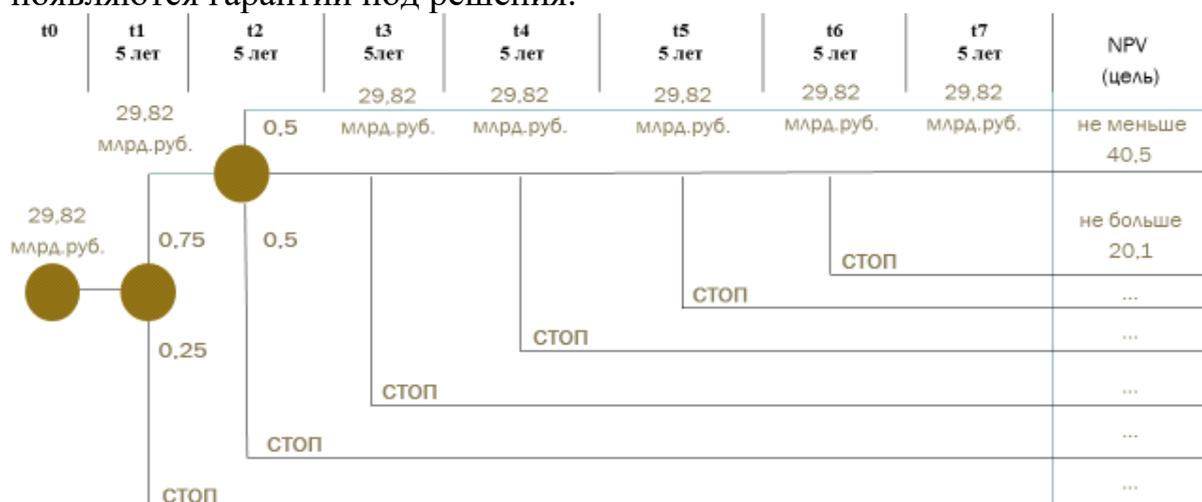
¹²³ Резерв «Внешэкономбанка» как гарантированного лица

¹²⁴ В зависимости от статьи доходов «взлет-посадка» аэропортов (ранее не применялся такой срок)

¹²⁵ Информация о создании гарантийного фонда: <http://pppi.ru/news/v-rossii-mogut-sozdat-garantiynyy-fond-obespechivayushchiy-investoram-v-proektah-gchp-i>

¹²⁶ Корпоративный менеджмент http://www.cfin.ru/appraisal/business/methods/ro_criticism.shtml

гарантийного фонда для новых инвестиционных проектов.¹²⁷ Это указывает на большую вероятность внедрения схем реального опциона, так как появляются гарантии под решения.



опцион на расширение: прогнозная бинарная решетка для проекта аэродромной сети

Подводя итог, инфраструктурные облигации, как и схема реального опциона – привлекательные механизмы. Они запускают модернизацию государственной собственности за счет частных инвесторов и окупают расходы от доходов проекта. Достоинства и недостатки есть у обоих инструментов. У реальных опционов: оценка стоимости с учетом гибкости управления при принятии решений в ответ на неожиданные рыночные изменения; изменение корпоративной методологии ведения бизнеса и сложность самой оценки. У инфраструктурных облигаций: успешный опыт развитых стран; отсутствие законодательного закрепления как отдельного класса активов. Государству как инициатору придется еще подробно проанализировать какая схема больше вписывается в инвестиционную политику России и предстает эффективной.

На данном этапе, государство и бизнес активно ведут дискуссии в двухстороннем направлении, но по последним аналитическим сводкам «ЕУ» открытых вопросов, к сожалению, еще очень много [7].

¹²⁷ ГЧП в России <http://www.pppi.ru/news/v-rossii-mogut-sozdat-garantiynyy-fond-obespechivayushchiy-investoram-v-proektah-gchp-i>

Приложения

Приложение №1: Проект ГЧП из базы данных на февраль 2016г.
(Источник: <http://www.pppi.ru/projects>)



Развитие аэродромной инфраструктуры аэропорта Внуково, Домодедово, Шереметьево

Регион: Москва / ЦФО

Отрасль: аэродромы, авиационная инфраструктура, объекты производственной и инженерной инфраструктур аэропортов

Уровень проекта: Федеральный

Форма проекта: Концессионное соглашение

Этап реализации: Преинвестиционный

Срок реализации: 49 лет

Стоимость проекта (в тыс. руб.): 8 578 000

Использованные источники:

1. Беляева И.Ю., Эскиндаров М.А. Корпоративная социальная ответственность. -М: КНОРУС,2016-с.270-286
2. Дамодаран А.-- Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов - 2008.pdf
3. Лукасевич И.Я. Инвестиции. – М: ИНФРА-М.,2011- с.147-180.
4. <http://www.svo.aero/investors/> (АО «Международный аэропорт Шереметьево»)
5. <http://www.forbes.ru/profile/aeroporto-domodedovo> (Forbes)
6. <http://www.aerotime.aero/ru/аэропорты/18105-внуково-в-2014-году-выручка-увеличилась-на-21> (Информационный портал AeroTime)
7. <http://www.pppi.ru/> (Единая информационная система государственно-частного партнерства в Российской Федерации)
8. <http://www.ey.com/RU/ru/Industries/Government---Public-Sector/PPP-survey-2012---Overview> (Консалтинговая компания EY)
9. <http://utmagazine.ru/posts/4747-infrastrukturnye-obligacii.html> (Портал трейдеров)
10. <http://www.logistic.ru/news/news.php?num=2016/01/26/72/31269033> (информационный портал о логистике, транспорту и таможне)
11. MARION A. BRACH. - Real Options in practice. URL: <http://www.cabafx.com>

*Грешнов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса*

*Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИЗМЕРЕНИЯ

Социологический опрос - это один из инструментов сбора информации об изучаемом объекте с целью приращения нового научного знания. А что такое опрос по своей сути? Мы просим респондента ответить на вопрос о нем самом, т.е. что-то вспомнить, отрефлексировать по этому поводу, дать оценку самому себе о событиях зачастую давно минувших дней, свои мысли выразить словами и поведать нам. То есть мы как бы заранее предполагаем, что респондент всё делает осознанно, осмысленно, объективно, себя и других оценивает адекватно, якобы он сначала думает, а затем действует. Но психологи определили, что человек сначала что-то делает, затем оправдывает свои действия. Можно ли данные полученные в ходе опроса рассматривать как верную логическую посылку и строить выводы?

Существует определенный математический формализм, который способен частично отражать определенную часть социальной действительности, возможно успешное применение различных математических методов для описания проблем и ситуаций в социологии, но применять только математические методы в социологии, конечно недостаточно, семантический применить тоже придётся.

Измерение - это процесс соотнесения эмпирической системы с некоторой числовой системой. И проходит в два этапа - сначала строим эмпирическую систему, потом математическую модель эмпирической системы.

Эмпирическая система - это совокупность реально существующих (наблюдаемых, эмпирических) объектов с соотношением между ними, например, совокупность читателей студенческой газеты. ЭС отражает представления исследователя об изучаемой социальной реальности. Если соотношения между объектами, можно выразить в виде некоторых отношений, то имеем ЭС с отношениями (ЭСО), например, отношение читателей студенческой газеты к обличающей статье некоего автора К., причем каждый из читателей имеет свой взгляд на эту статью.

Когда исследователь строит модель этой ЭСО, он строит абстрактную модель части соц. реальности, а затем работает с данной моделью. Этот процесс называется моделирование. В ходе моделирования социолог кодифицирует объекты ЭСО, используя шкалирование, которое помогает избежать влияния мировосприятия исследователя.

Математическая система - это совокупность математических объектов, чаще всего чисел. Если числа задаются в виде некоторого отношения

объектов, то это числовая система с отношениями.

Построение ЧСО осуществляется по строгой логической последовательности: определили объекты ЭСО, кодифицировали их, изучили их отношение к какому-либо процессу, явлению, феномену, присвоили этим отношениям коэффициенты, сравнили коэффициенты отношений.

Выдвинуто четыре типа таких числовых систем, которые обусловили четыре соответствующие шкалы измерения: шкала наименований (номинальная), порядка (ординальная или порядковая), интервалов (интервальная).

Номинальная шкала включает в себя класс переменных, значения которых можно разделить на группы, но невозможно упорядочить. Для обозначения в номинальной шкале могут быть использованы слова естественного языка, произвольные символы, номера.

При обработке экспериментальных данных, зафиксированных в номинальной шкале, непосредственно с самими данными можно выполнять операции проверки их совпадения или несовпадения. Можно подсчитать количество значений переменной, например, количество респондентов, проживающих в каждой стране.

Порядковая шкала включает в себя класс переменных, значения которых можно не только разделить на группы, но и упорядочить в зависимости от выраженности измеряемого свойства. Характерной особенностью порядковых шкал является то, что отношение порядка ничего не говорит о дистанции между сравниваемыми классами. Поэтому порядковые экспериментальные данные, даже если они изображены цифрами, нельзя рассматривать как числа. Пример порядковой шкалы:

Порядковая шкала устанавливает отношения последовательности в понятиях больше-меньше. Упорядоченные шкалы применяются при опросах общественного мнения, когда нужно высказать отношение или оценку.

Интервальные шкалы применяются в сравнении отдельных шкал, они называются шкалами высокого типа, количественными, числовыми. В то время как номинальные и порядковые шкалы - это шкалы низкого типа, качественные, нечисловые. Принадлежность к порядковой или номинальной ограничивает выбор математических инструментов.

Процесс получения значений наблюдаемой переменной, называется прямым измерением или измерением при сборе информации. Помимо задачи анализа связей между переменными, довольно актуальными для социологии являются также задачи нахождения латентных переменных. Латентные переменные измеряются косвенным путем с помощью определённых преобразований наблюдаемых переменных, которые поддаются адекватной интерпретации, в результате измерения при анализе данных.

Использованные источники

1. Осипов Г.В. // Методы измерения в социологии // Москва: Наука // 2003.
2. Ядов В.А. // Социологическое исследование: методология, программа, методы.

*Грешнов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса
Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА В РОССИИ

Теневая экономика — это вся хозяйственная деятельность, не зарегистрированная официально уполномоченными органами. Теневая экономика в России коренным образом отличается не только от западной, но и от восточноевропейской. Некоторые объясняют нынешний размах теневого бизнеса в нашей стране исключительно генетическими предпосылками, сформированными еще при социализме. Другие — что специфика и масштабы теневой деятельности в современной России, прежде всего — продукты сегодняшнего дня, следствие избранной модели переустройства экономики и общества.

Экспансия теневых экономических отношений является в первую очередь результатом разрушения прежней государственности, что привело к разрыву традиционных связей между отдельными предприятиями и целыми территориями. Не последнюю роль в криминализации хозяйственной жизни России играет и значительное ослабление борьбы с экономическими преступлениями, оправдываемые тезисом о необходимости использования капиталов «теневой экономики» как ресурсной базы экономических реформ.

Реально возникшие в экономике страны на этапе трансформации трудности представителями крайних политических течений объясняются по-разному: одни ссылаются на сохранение значительных элементов прежней системы, другие говорят о бедах, которые несет России рынок. Вероятно, корни нынешних проблем следует искать, прежде всего, в специфике формируемых механизмов аллокации ресурсов и власти. В сегодняшней российской социально-экономической и политической реальности едва ли решающую роль играют механизмы локального корпоративного регулирования.

Суть нового механизма аллокации ресурсов сводится к тому, что отдельные институты экономической системы, используя определенные преимущества своего положения, получают возможность сознательно воздействовать на параметры производства поставщиков и потребителей, рынка, социальной жизни и так далее.

Проявления этого механизма в переходной экономике хорошо известны. Господство псевдо-государственных и псевдо-частных корпораций приводит к нарастанию, диспропорций, в первую очередь, в хозяйственной структуре, динамике цен, финансах и так далее.

В результате национальная экономика превращается в поле

неэкономического соперничества корпоративно-бюрократических структур, в сферу столкновения их властных и регулирующих воздействий.

Использованные источники

1. Макаров Д. Экономические правовые аспекты теневой экономики в России // Вопросы экономики – 1998 - №3 – с. 38-54.
2. Латов Ю.В., Ковалев С.Н. // Теневая экономика // М.: 2006. — 336 с.

*Грешнов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса*

*Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА РФ

В Российской Федерации постепенно формируется кредитная система, которая строится на тех же принципах, что и в странах с развитой рыночной экономикой.

В настоящее время наиболее заметным явлением в кредитной системе можно считать концентрацию и централизацию банковского капитала. Выделяются крупные банки, сосредоточивающие у себя значительную долю ресурсов, операций и персонала банковской системы. Они постепенно занимают господствующее положение на рынке ссудных капиталов. Их размеры возрастают за счет расширения обслуживания крупной клиентуры, привлечения новых вкладчиков, получения высокой прибыли.

Острая конкуренция в банковском деле ведет к вытеснению мелких кредитных учреждений. В условиях экономического кризиса они не располагают достаточными резервами, не могут погасить свои обязательства по депозитам и терпят банкротство. Основной формой ликвидации самостоятельных мелких банков становится приобретение одним банком акций другого банка и превращение его в свой филиал. С помощью расширения филиальной сети банки привлекают новую клиентуру и капиталы. Этому процессу способствует повышение требований со стороны ЦБР к минимальному размеру уставного капитала.

Росту ресурсов у крупных банков способствует расширение корреспондентских отношений, т.е. договорных отношений между банками с целью взаимного выполнения операций. На корреспондентских счетах, накапливаются крупные суммы.

Особенно сильна концентрация банковского капитала в отдельных регионах, когда несколько банков сосредоточивают у себя подавляющую часть операций в определенном городе.

Рост размеров банков, расширение кредитных отношений, появление специализированных институтов сопровождаются усилением конкуренции между различными видами кредитных учреждений. Примером может

служить борьба за привлечение вкладов населения.

Бурное расширение видов кредитно-денежных операций, инструментов рынка ссудных капиталов и расчетов, использование ЭВМ и средств телекоммуникаций усиливают соперничество в кредитной сфере, его сосредоточение на условиях предоставления кредитов, дополнительных услугах. Результатом является тенденция к универсализации операций, созданию многопрофильных кредитных учреждений, широкому набору дополнительных услуг.

Конкуренция в банковском деле выходит на международный уровень. Усиливается проникновение на российский финансовый рынок иностранных банков путем открытия их филиалов и представительств, создание банков с участием иностранного капитала. Новая структура кредитной системы стала в большей степени отражать потребности рыночного хозяйства и все больше приспособляется к процессу новых экономических реформ.

В тоже время процесс становления кредитной системы выявил определенные недостатки. Они выразились в нарушениях во всех звеньях: продолжают образовываться и существовать мелкие учреждения, которые из-за слабой финансовой базы не могут справляться с потребностями клиентов; коммерческие банки и другие учреждения в основном проводят краткосрочные кредитные операции, недостаточно инвестируя свои средства в промышленность и другие отрасли.

Многие вновь созданные кредитно-финансовые институты, страховые компании и инвестиционные фонды занимаются несвойственной им деятельностью: привлекают вклады населения, выполняя функции коммерческих и сберегательных банков. Ряд инвестиционных фондов, финансовых компаний и банков построили свою деятельность не на подлинной коммерческой основе, а по принципу пирамиды, что вызвало волну банкротств. Кроме того, высокие ставки на краткосрочные кредиты ведут к необоснованному росту прибылей, которые в последующем конвертируются в иностранную валюту, что обесценивает рубль и ведет к усилению инфляции. Поэтому многие стороны банковской системы РФ нуждаются в дальнейшем совершенствовании.

Использованные источники

1. Виноградов А.И. // Развитие финансово-кредитной системы России в современных экономических условиях. Монография // Наука и образование, 2015
2. Полищук А.И. // Кредитная система: опыт, новые явления, прогнозы и перспективы // Финансы и статистика, 2005

*Грешинов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса*

*Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РЕГИОНОВ

Экономическая безопасность - это устойчивое и стабильное состояние экономики, стремящееся к прогрессирующему росту и развитию, способное обеспечивать достойные условия жизни населения и развития личности, поддерживать социально-экономическую государственную и общественную стабильность, противостоять внутренним и внешним угрозам, в том числе военно-политическим, отстаивать национально-государственные интересы. Сущность экономической безопасности региона, точно так же, как и всей страны, заключается в возможности и готовности его экономики улучшать качество жизни общества, противостоять влиянию внутренних и внешних угроз при оптимальных затратах ресурсов и использовании природных факторов, обеспечивать социально-экономическую и общественно-политическую стабильность региона. Обеспечение высокого уровня экономической безопасности — один из наиболее важных национальных приоритетов, так как это гарантирует стране и ее регионам независимость и стабильность.

Современное социально-экономическое положение России определяет особую актуальность государственной деятельности по обеспечению экономической безопасности ее регионов. Сегодня особая роль отводится возможностям отдельного региона формировать безопасность государства в целом, оставаясь при этом развивающейся и стабильной территорией, способной результативно противостоять экономическим угрозам или предотвращать их появление.

Сущность региональной экономической безопасности заключается в возможности действенного контроля со стороны региональных органов управления по эффективному использованию природных, трудовых, материальных, финансовых ресурсов, ускорению экономического роста, повышению качества продукции, конкурентоспособности производства.

Анализ социально-экономического положения, как в стране, так и в регионе проводится с определением индикаторов экономической безопасности, а также их количественного выражения и сопоставления с пороговыми значениями. Это помогает определить экономическую безопасность территории, ее состояние и уровень, выявить и оценить грядущие угрозы, а также реализовать необходимый комплекс программно-целевых мер по снижению уровня угроз. Интересно, что не существует такого состояния, когда внешние или внутренние угрозы экономике отсутствуют, другими словами, нет абсолютной экономической безопасности.

Анализ угроз экономической безопасности регионов России показывает, что главные из них в настоящее время носят преимущественно внутренний характер и сосредоточены во внутривнутриполитической и социально-экономической сферах. Повышение экономической безопасности региона является необходимым условием обеспечения защиты его социально-экономических отношений от внутренних и внешних угроз.

Использованные источники

1. Калинина Н. М. Экономическая безопасность региона: сущность, угрозы и меры обеспечения // Сибирский торгово-экономический журнал, Выпуск № 10, 2010.
2. Лаврут Н.С. Экономическая безопасность регионов как основа безопасности страны // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. XXII междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК, 2013.

*Грешинов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса*

*Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

РОССИЯ НА РЫНКЕ НЕФТИ

Россия обладает одним из самых больших в мире потенциалов топливно-энергетических ресурсов. На 13% территории Земли, в стране, где проживает менее 3% населения мира, сосредоточено около 13% всех мировых разведанных запасов нефти и 34% запасов природного газа.

Ежегодное производство первичных энергоресурсов в России составляет более 12% от общего мирового производства. Сегодня топливно-энергетический комплекс (ТЭК) является одним из важнейших, устойчиво работающих и динамично развивающихся производственных комплексов российской экономики.

За последние годы мировой рынок нефти сильно изменился, и это оказало влияние на всю мировую экономику. Спрос на нефть увеличивался каждый год, и цены росли.

В настоящее время более 70% роста потребления нефти в мире обеспечивают развивающиеся страны. Среди них лидирует Китай, который за пять лет увеличил потребление нефти на 94 млн. т в год и обеспечил 31% роста потребления нефти в мире.

Главным рынком российской нефти остается Европа. В настоящее время в Европу направляется 93% всего экспорта нефти из России. В эту оценку включены как рынки стран Северо-Западной Европы, Средиземного моря, так и стран СНГ.

Поставки нефти на рынок Азиатско-Тихоокеанского региона

постепенно растут. На этом рынке преобладают поставки нефти в Китай, они же обеспечивают и основной прирост. На американском рынке основным потребителем российской нефти являются США, но эти поставки не играют заметной роли.

В будущем главным рынком сбыта нефти для России останется Европа. Россия будет обеспечивать необходимый рост поставок нефти в Европу, но при этом за счет достаточно интенсивного роста добычи нефти планируется и укрепление позиций России на рынках АТР и США.

Помимо поставок на внешний рынок российский ТЭК полностью удовлетворяет внутренние потребности экономики и населения, которые сегодня составляют около трети от совокупной добычи углеводородов.

Однако, несмотря на отсутствие дефицита энергетического сырья и продуктов переработки, цены на внутреннем рынке растут вслед за мировыми. С начала года автомобильный бензин подорожал примерно на 40%. И, естественно, это вызывает серьезное беспокойство у российских потребителей.

Проблема роста цен на бензин, на топливные ресурсы имеет, безусловно, комплексный характер. При ее решении возникает вопрос: должны ли внутрироссийские цены следовать за мировыми и постепенно приближаться к ним или внутреннее ценообразование должно происходить по своей внутренней логике с учетом страны - нетто-экспортера этих ресурсов?

Не следует думать, что в росте цен на нефтепродукты повинен исключительно монопольный сговор на внутреннем рынке. Нефтяники не могут не следовать за мировой конъюнктурой и не считаться с понижением рентабельности своей работы на внутреннем рынке. В нынешней ситуации такие меры, как внутренние интервенции, биржевые инструменты, и даже ужесточение антимонопольного законодательства могут иметь только ограниченный эффект. Основной баланс определяется двумя инструментами государственного налогового регулирования: рентными платежами и фискальными позициями на внешнем контуре (экспортными пошлинами). Сегодняшние внутренние рентные платежи привязаны российским законодательством к ценам мирового рынка и обуславливают ту динамику внутренних цен, которую мы наблюдаем, при этом снижая регулятивное воздействие экспортных пошлин на внешнем контуре. Правда, нынешняя система задавалась в принципиально иных ценовых условиях на мировых рынках. Сегодня, когда ценовой коридор на рынке нефти пробит, возможно, следует вновь вернуться к этому вопросу.

Использованные источники

1. Вагит Алекперов Нефть России. Прошлое, настоящее и будущее // Креативная экономика, 2011
2. Копытин И.А. Влияние мировой цены нефти на рынки акций стран-нефтеэкспортеров // Магистр, 2015

*Грешинов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса
Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

БЕЗРАБОТИЦА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

Массовая безработица среди молодежи, в силу специфики, не устоявшейся еще психики, чрезмерных амбиций новоиспеченных специалистов, юношеского максимализма и реактивности, является еще более глубокой проблемой. Молодые специалисты - это гордость и надежда любого развитого государства, а если эта надежда не имеет соответствующей социальной защищенности, непристроенность молодежи превращается в одну из наиболее значимых угроз экономической безопасности и социальной стабильности страны.

Наличие опыта работы и стажа работы, желательно по специальности, на сегодняшний день является одним из существенных требований к кандидатам на замещение предлагаемых на рынке труда вакансий. Соответственно, не имеющих опыта работы и стажа выпускников вузов в этом случае на работу зачастую берут неохотно. Следовательно, выпускники не имеют не только опыта работы, но и возможности получения такого опыта. Решение этой проблемы мы видим в реализации такого механизма как квотирование рабочих мест для выпускников. В настоящее время эта практика применяется к таким категориям граждан как инвалиды, дети-сироты, члены многодетных семей. Однако реализация этих льгот носит добровольно-принудительный характер. Эффективного механизма реализации этой практики на данный момент нет. Альтернативой практике квотирования может стать система условий, при которых работодателям было бы выгодно брать на работу выпускников, в частности - введенная на муниципальном уровне система налоговых льгот для работодателей, принимающих на работу выпускников вузов.

Проблема дискриминации женщин при приеме на работу заключается в том, что при приеме на работу работодатели предпочитают брать на работу скорее мужчин, чем женщин. Наименее желательным кандидатом при приеме на работу оказывается молодая замужняя женщина, не имеющая детей. Работодатель в данном случае предполагает возможную скорую беременность такой женщины и, не желая нести лишние расходы на оплату декретного отпуска, однозначно делает выбор в пользу других кандидатов.

В ходе исследований были выявлены ряд предпосылок для реализации данной проблемы. Во-первых, в настоящее время на рынке труда России всё большее число молодых людей обращаются за помощью при трудоустройстве в службы занятости и зачастую пополняют ряды безработных, не найдя подходящей вакансии. Это обстоятельство вызвало необходимость создания

специализированных учреждений – молодёжных бирж труда, которые, как показывает практика, более эффективно справляются с проблемами трудоустройства молодёжи. Во-вторых, граждане в возрасте от 14 до 29 лет (подростки и молодёжь) относятся к социально незащищенной группе населения в силу некоторых обстоятельств, главным из которых является отсутствие специальности или недостаток опыта работы. В условиях российской рыночной экономики, которая ещё не до конца прошла стадию формирования, молодым людям очень трудно найти своё место в жизни общества, они сталкиваются с серьёзными проблемами при трудоустройстве. В связи с этим государство обязано эффективно решать проблемы занятости молодёжи, ведь молодёжь – это будущее России.

Использованные источники:

1. Бабушкина Т., Гарсия-Исер М. Молодёжь на рынках труда и образовательных услуг // Человек и труд. -2004. - №6. с.40-43.
2. Багаев В. Занятость молодёжи - задача государственная //Человек и труд. - 2003. - №12. с.45-46.
3. Адамчук В.В., Ромашов О.В., Сорокина М.Е. Экономика и социология труда: Учебник.- М.: Изд-во "ЮНИТИ", 1999

*Грешнов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса
Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА РОССИИ

К сожалению, реальная ситуация на современном этапе в России такова, что положение старшего поколения наших соотечественников и всех тех, кто кроме социальных выплат не имеет иного источника средств существования, поистине трагическое. Крайне низкий уровень пенсионного обеспечения для подавляющего большинства старых и нетрудоспособных граждан, не гарантирующий даже физиологического минимума, необходимого для выживания человека превратил наиболее социально уязвимые слои населения в заложников экономических реформ в стране. Положение усугубляется также тем, что на фоне катастрофического обнищания населения создаются системы привилегированных пенсий главным образом для представителей всех структур власти независимо от уровня дохода, реализуемые через систему социального обеспечения, что делает эту систему чрезвычайно дорогой для государства. Это, в свою очередь, приводит к финансовой необеспеченности реализации норм законов, адресованных всему населению, в связи с чем их действие фактически приостанавливается. Если общество не сможет переломить сложившуюся ситуацию, то нынешнее состояние социального обеспечения в России станет хроническим на многие

десятилетия.

Как следует из вышеизложенного, во многом успех преобразований зависит от того, удастся ли путем осуществления запланированных изменений стимулировать увеличение доли фиксируемой заработной платы в стране и, таким образом, обеспечить своеобразное самофинансирование пенсионной реформы. Не до конца проясненными остаются и вопросы конвертации созданных в рамках распределительной системы пенсионных прав, гарантирования накопительных взносов, их наследования в случае смерти страхователя до наступления пенсионного возраста, участия в управлении накопленными пенсионными взносами и их инвестировании негосударственных пенсионных фондов.

Успешность проведения пенсионной реформы для многих в России будет являться показателем успешности всех рыночных реформ. Относительно благоприятная демографическая ситуация в ближайшие пять лет, достигнутая стабилизация общеэкономического состояния и состояния Пенсионного фонда России являются хорошими предпосылками для начала реформы.

Думаю, что стоит надеяться, что Россия, пережив трудные времена, сможет пополнить содружество подлинно цивилизованных, правовых и социальных стран, где права граждан в сфере социального обеспечения имеют первостепенное значение, как и права в иных сферах.

Использованные источники:

1. Программа пенсионной реформы в Российской Федерации. Одобрена Пост. Правительства РФ от 20 мая 1998 г. // СЗ РФ. 1998. №21. Ст. 2239.
2. Азарова Е. Г., Виноградова З. Д., Полупанов М. И. Концепция развития законодательства о социальном обеспечении // Концепция развития российского законодательства. М., 1998.
3. Бабич А. М., Егоров Е. Н., Жильцов А. П. Экономика социального страхования. М., 1998.
4. Тучкова Э. Г. Формирование системы пенсионного обеспечения России (правовые проблемы) // Пенсионная реформа в России: Оценка специалистов. М., 1999.

*Грешинов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса*

*Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОЛПОЙ

Те, кто хоть однажды попадал в толпу в метро, на стадионе, на митинге никогда не забудут чувство страха, безысходности, клаустрофобию. Куда ни посмотри кругом одни головы людей, все тесно прижаты друг к другу и это

сжатие постепенно увеличивается, кажется, что все стоят на месте и пытаются тебя раздавить. Повезет, если у кого-то не сдадут нервы и не начнется паника.

Разработкой механизмов управления толпой в первую очередь заинтересованы правящие слои населения, для которых жизненно необходимо сохранить власть и богатства. Над исследованиями за поведением толпы и их лидерами работали целые коллективы социологов и психологов. В основу таких разработок ложатся свойства и характеристики толпы. Тогда действиями лидеров толпа будет делать то, что ей скажут и не будет представлять на этот момент опасности. Чтобы убедить толпу, лидеру сначала надо понять, какие чувства ее воодушевляют, притвориться, что он разделяет их, а затем вызвать в воображении толпы прельщающие ее образы.

Особую роль играет речь лидера. Было замечено, что желающий увлечь толпу, должен использовать сильные выражения, преувеличивать, утверждать и многократно повторять одни и те же выражения и никогда не пробовать доказывать. Тогда идея внедряется в умы и в самые глубокие области бессознательного, то есть воспринимается как доказанная истина.

Чтобы контролировать поведение толпы необходимо пробудить осознание людьми своих действий, возратить им утраченное чувства самоконтроля и ответственности за свое поведение, а также не позволять людям собираться в большие толпы, расформировывая их на ранней стадии образования. Эту функцию выполняют органы охраны правопорядка.

Специалисты советуют следующие методы контроля над стихией толпы:

- переориентирование внимания людей, составляющих толпу. Они распадаются на отдельные группы, при этом восстанавливаются личностные черты людей, и они снова контролируют свое поведение. Толпа перестает быть активной и рассеивается;
- изоляция лидеров толпы, тогда толпа снова становится простым сборищем без всякой связи и устойчивости и тут же проводить мероприятия по рассеиванию толпы;
- по громкоговорящему оборудованию отвлечь внимание толпы на объявления о привлечении к ответственности участников, ссылаясь на видеосъемки скрытыми камерами, называя мнимо известных участников перечисляя фамилии, имена, отчества, наиболее распространенных в данной местности. Затем используя формы приказов и обещаний подменить роль лидера, ликвидируя активность толпы и принять меры по ее рассеиванию.

Только зная психологию толпы, власть внушенных ей идей можно руководить толпами. Надо отыскивать то, что может произвести на нее впечатление и увлечь ее.

Конечно, все изложенное не означает, что человек увидевший активную толпу должен бросаться спасать людей. Он попросту будет уничтожен толпой. Эту функцию выполняют специально подготовленные

профессионалы.

Использованные источники:

1. Р.И. Мокшанцев, А.В. Мокшанцева // Социальная психология. Учебное пособие. Серия «Высшее образование» / Москва-Новосибирск, 2001г.
2. Лебон Г. Душа толпы // Социальная психология: Хрестоматия. М., 2000
3. Кондратьев М. Ю., Ильин В. А. // Азбука социального психолога-практика/ ООО "ПЕР СЭ", 2007

*Грешнов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса*

*Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

СОЦИАЛЬНОЕ ИЖДИВЕНЧЕСТВО

Социальное иждивенчество - неотъемлемая часть гражданского государства. Однако, качество того содержания, которое оно предоставляет иждивенцам, напрямую зависит не только от количества работающего населения, но и от количества недобросовестных иждивенцев, то есть лиц трудоспособных, но не реализующих эту способность и получающих содержание, не имея на то достаточных оснований. Если развитые страны в состоянии выплачивать безработным некое пособие, то это не значит, что такие пособия всегда обоснованы по этическим соображениям. Такая политика хоть и поддерживает граждан, но формирует в них иждивенческие настроения.

Люди же, получающие поддержку от государства, но не оказывающие ему ответных услуг, по сути являются иждивенцами. Они живут за счет общества, однако для него играют роль пассивного населения. И таких граждан много в любом государстве. Это - безработные, нетрудоспособные, инвалиды, социально не обустроенные граждане, тунеядцы и т.д. Эти категории могут быть смешаны, и каждый в той или иной форме живет за счет ресурсов, создаваемых обществом.

В некоторых странах социальные услуги, предоставляемые в рамках этой системы, рассматриваются главным образом как общественное благо. От пользования которым в выигрыше все граждане. Другой ценностью аналогичного характера является принцип солидарности, в соответствии с которым основное бремя покрытия расходов на социальное обслуживание намеренно перекладывается с пожилых, бедных и больных людей на молодых, богатых и здоровых, с тем чтобы обеспечить предоставление необходимой социальной помощи всем членам общества.

Система категориальных льгот была унаследована в России из советского прошлого, когда она служила для дифференцирования доступа различных категорий населения к социальным благам при уравнительной

функции заработной платы, и изначально не была нацелена на поддержку малообеспеченного населения. В начале рыночных реформ в России в условиях резкого падения реальной заработной платы и пенсий льготы стали использоваться как инструмент для поддержания уровня и качества жизни большинства населения

Проблема адресности социальной помощи в России имеет два аспекта. Первый аспект заключается в том, что с точки зрения бюджетных затрат в современной системе социальной защиты в России доминируют категориальные, а не адресные программы. С включенностью бедных и небедных домохозяйств в программы социальной поддержки связан второй аспект проблемы адресности. Он состоит в том, что эффективность имеющихся в стране программ социальной защиты, основанных на проверке доходов, невысока: только часть выделяемых финансовых ресурсов доходит непосредственно до бедных домохозяйств.

Сформулированный приоритет адресной поддержки бедных - одно из важнейших направлений развития системы социальной защиты в рыночной экономике.

Правовой статус любого гражданина в развитом обществе помимо прочих составляющих содержит социальные права. Основное их содержание - это притязание человека на часть социальных благ, производимых обществом, для обеспечения себе нормального уровня проживания и жизнедеятельности. Человек может и самостоятельно производить эти блага для себя. Однако в ряде случаев гражданин бывает не в состоянии обеспечить себя ими: в силу возраста, нетрудоспособности или же если он по роду своей деятельности не относится к сфере производства и распределения социальных благ. В таких случаях обязанность по обеспечению граждан необходимыми благами ложится на государство в лице его официальных, уполномоченных органов.

Использованные источники:

1. Коновалова М.П. Социальное иждивенчество: причины и следствия // Вестник Томского государственного университета, выпуск № 292-II, 2006
2. Мосейко В.В., Фролова Е.А. Социальное государство vs социальное иждивенчество // Вестник Томского государственного педагогического университета, выпуск № 8 (149), 2014

*Грешинов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса
Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РФ

Под малым предприятием в основном понимается предприятие с числом занятых не более 100-200 человек, в уставном капитале которых доля участия государства и (или) других юридических лиц, не являющихся субъектами малого предпринимательства, не более 50%.

В соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации субъектами малого предпринимательства являются юридические лица как коммерческие организации и индивидуальные предприниматели, имеющие право создавать малые предприятия в различных организационно-правовых формах.

Малый бизнес в России пока отстает от бизнеса промышленно-развитых стран, но в нашей стране имеются большие резервы для его дальнейшего роста. Трудно переоценить значимость развития малого бизнеса для нашей страны, где оно способно коренным образом и без существенных капитальных вложений расширить производство многих потребительских товаров и услуг (в первую очередь – для малообеспеченного большинства населения) с использованием местных источников сырья, решить проблему занятости, ускорить научно-технический прогресс и составить позитивную альтернативу криминальному бизнесу. Объективности ради необходимо отметить, что экономический риск в сфере малого предпринимательства как правило выше, и «жизненный цикл» малых предприятий обычно короче, чем крупных компаний.

В ряде промышленно развитых стран накоплен положительный опыт государственной поддержки малого бизнеса. Данная поддержка предоставляется в виде: организационно-инфраструктурной формы (упрощенный порядок регистрации, обучение и переподготовка кадров, стимулирование связей между крупным и малым бизнесом на основе механизмов франчайзинга, субподряда и лизинга и т.д.); финансовой формы (введение льготного режима налогообложения и кредитования, обеспечение госзаказом, стимулирование банков и страховых компаний к кредитованию и страхованию малых предприятий и т. д.); имущественной формы (научно-технологическая поддержка, льготирование условий предоставления в аренду помещений и оборудования, находящихся в государственной собственности, а также формирование государственных лизинговых компаний и т. д.). Осуществляемая в настоящее время в России система государственной поддержки развития малого предпринимательства недостаточно эффективна, ее необходимо развивать и совершенствовать.

Для успешного развития отечественного малого бизнеса необходимо использовать все приемлемое и полезное из опыта этих стран.

В развитии малого бизнеса в России имеется множество проблем. Решение этих проблем может быть найдено только на путях всесторонней государственной и общественной поддержки. У малого бизнеса в России имеются широкие перспективы дальнейшего развития и повышения эффективности деятельности малых предприятий. Осуществить их – наша задача.

Использованные источники:

1. Лапушта М. Г. Малое предпринимательство. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2008.
2. Лапушта М. Г. Предпринимательство. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2008.
3. Малый бизнес. Организация, экономика, управление. Учебное пособие. Под ред. В.Я. Горфинкеля, В. А. Швандора. М.: Юнити-Дана, 2007.

*Грешинов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса*

*Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

ПРЕДЛОЖЕНИЕ, ОРИЕНТИРОВАННОЕ НА СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО ДОХОДАМ

Предложение не зависит от доходов у потребителей, а значит, поверхность предложения проходит параллельно оси доходов в трехмерном пространстве цена-объем-доход. Издержки производства и прибыль зависят от объемов реализации товара, а не от доходов у потребителей.

Другая проблема - ориентация производителя на разные сегменты рынка. Именно эта ориентация отражает маркетинговый подход предприятий, когда выявляются интересы сегментов потребителей и предприятие нацеливается на удовлетворение этих интересов. Среди различных критериев сегментации потребителей, используемых в маркетинге, определяющая роль принадлежит сегментации по доходам, что, как легко увидеть из выводов первой части моей книги, вполне логично - при разных доходах потребители по-разному относятся к товару. А если это так, то вряд ли предложение будет безучастно относиться к этому обстоятельству и лишь следить за нахождением участка равновесной кривой в той или иной ее фазе. Как только в выявленном сегменте намечается снижение интереса к данному товару, фирма должна сделать все возможное для того, чтобы удержать этот интерес на прежнем уровне. Как это можно сделать? Только за счет предоставления дополнительных услуг или повышения качества. Это означает, что себестоимость производства товара возрастает. В этом случае предложение будет зависеть от дохода потребителя и поверхность предложения уже не

будет располагаться в рассматриваемом пространстве параллельно оси доходов.

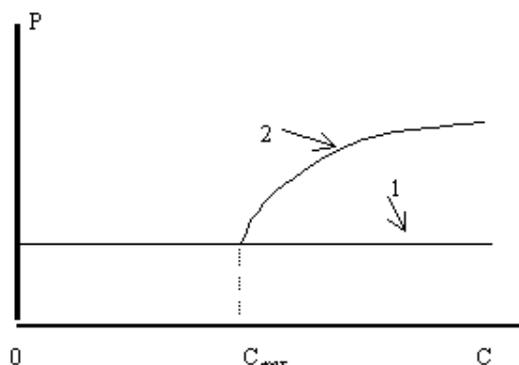


Рисунок 1. Следы поверхностей предложения на плоскости цена-доход

На графике показаны две линии. Первая линия характеризует тот след поверхности предложения, который присущ предложению, не зависящему от дохода. Поэтому эта линия имеет вид прямой, проходящей параллельно оси доходов. Вторая линия представляет поведение предложения, при котором учитывается доход потребителей. В начальной части этой линии она практически совпадает с первой проекцией. Это происходит до тех пор, пока доходы потребителей не достигнут величины максимального потребления данного товара. Для потребителей с большими доходами объемы приобретения этого товара уменьшаются. Для того, чтобы удержать на достигнутом максимальном уровне объемы потребления, производителю необходимо улучшить потребительские свойства товара. Одним из направлений этой работы может быть повышение качества товара.

Вполне очевидно, что для повышения качества товара необходимо понести дополнительные издержки, то есть несколько повысить себестоимость товара. Таким образом, и минимальная цена, по которой может быть предложен товар на рынок, несколько увеличится.

Это означает, что линия поверхности предложения, проходящая по плоскости цена-доход при нулевом объеме, пойдет несколько выше, что и изображено на втором участке.

Зная, как располагается одна из линий поверхности предложения, можно изобразить саму поверхность в пространстве (рисунок 2).

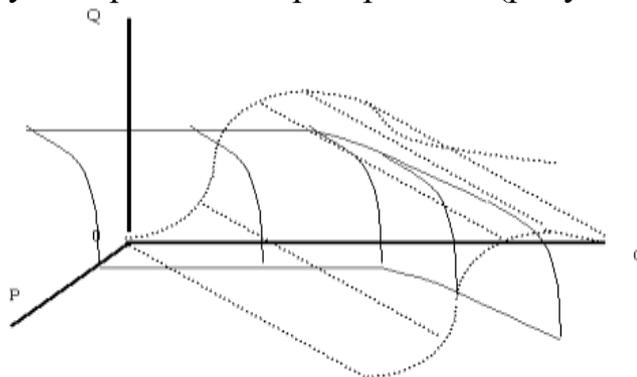


Рисунок 2. Поверхности спроса и предложения, при предложении, ориентированном на доход

На рисунке поверхность предложения изображена сплошной линией, поверхность спроса - пунктирной. В результате пересечения двух поверхностей будет получена равновесная кривая. Эта кривая будет отличаться от аналогичных кривых, полученных и изображенных мною в первой части данной книги. Для того, чтобы не запутать читателя, вновь изображу не саму кривую в пространстве, а ее две проекции на плоскость цена-доход и на плоскость объем-доход (рисунок 3). На эти же рисунки я нанес изображение проекции равновесной кривой на эти плоскости для случая, когда предложение не ориентируется на доход. Эти проекции на рисунке изображены пунктирной линией.

Из сравнения проекций этих двух равновесных кривых, можно сделать несколько выводов. Во-первых, ценовая политика, ориентированная на различные сегменты рынка по доходам, позволяет сохранить для самой платежеспособной группы потребителей значительные объемы продаж Q_{max} .

Во-вторых, цена товара может быть увеличена на величину $D = P1_{max} - P0_{max}$. Бесконечно величина цены расти не может - есть некоторый предел, за которым повышение качества и улучшение других потребительских свойств товара уже не имеет смысла - потребитель будет уже не готов платить дополнительные средства за дополнительный набор потребительских свойств.

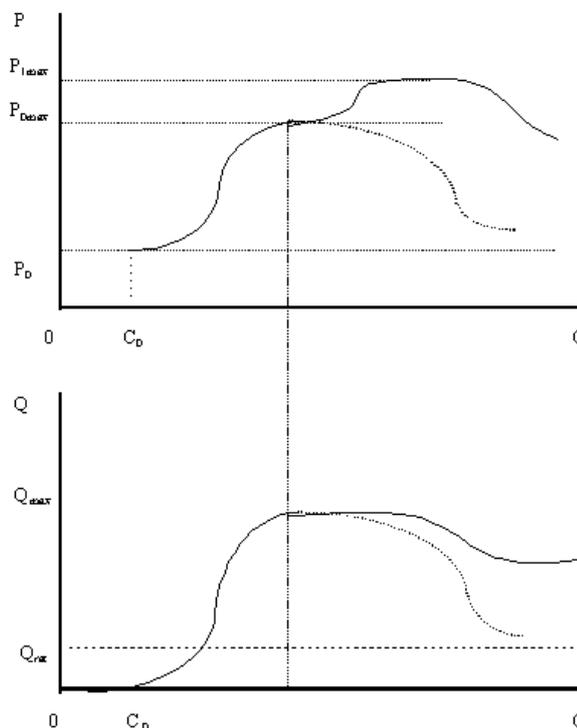


Рисунок 3. Проекция равновесных кривых

В-третьих, подобная ориентация на сегменты потребителей по доходам позволяет получать тем самым большую прибыль как с единицы продукции, так и с ее полного оборота - при высоких объемах продаж удастся сохранить и достаточно высокие цены на товар. Очевидно, что в данном случае несколько поменяются и формы петель взаимного распределения товаров в

зависимости от дохода.

Использованные источники:

1. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. А.Е. Карлика, М.Л. Шухгальтер, Е.А. Горбашко и др. - М.: ИНФРА-М, 2002. - 432 с.
2. <https://studsell.com/view/125115/> [Электронный ресурс]

*Грешнов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса*

*Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

**ПРОГРЕССИВНЫЕ ФОРМЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ**

Традиционно считается, что мы живем в век глобализации, когда стираются национальные границы, господствует мировой международный капитал, который свободно перемещается между странами. Сами страны теряют суверенитет даже над своими территориями, все больше «прогибаясь» под натиском транснациональных корпораций, конкурируют друг с другом за максимально благоприятные условия доступа транснациональных корпораций на свои рынки.

Что скрывается под словами «международный капитал»? В значительной степени - американоцентричный капитал от американских корпораций. Доля доллара в международных финансовых транзакциях составляет порядка 80%, хотя устойчиво снижается. Аналогично в общем объеме транснационального капитала примерно 80% занимают американские транснациональные корпорации. В сочетании с Европейским союзом и Японией мы имеем дело не просто с международным капиталом, а с капиталом, который держит четкую привязку к Федеральной резервной системе США, обеспечивающей эти транснациональные корпорации безграничным потоком кредитов.

Таким образом, транснациональные корпорации, привязанные почти исключительно к трем эмиссионным центрам - США, Европы и Японии, составляют тот мировой порядок, который мы привыкли называть глобализацией.

Подвергнуть сомнению тезис о том, что глобализация является перспективной, доминирующей и почти окончательной формой мирового экономического развития, решались немногие. Однако в 2007 г. эта модель дала сбой, причем в самом ядре. Как вы помните, лопнули крупнейшие американские инвестиционные компании, обесценилась значительная часть капитала, американские пенсионеры потеряли не менее 1/3 своих пенсионных сбережений. Это был серьезный удар именно по ядру мировой экономической системы, и многие начали говорить о кризисе капитализма, о том, что он

заканчивается, и мы переходим к совсем новому состоянию глобальных производственных отношений. Делалось много апокалиптических прогнозов. Сейчас ситуация успокоилась.

Мир выходит на траекторию достаточно устойчивого с точки зрения природопользования развития, где качественно падает энергоемкость производства. Именно в силу внедрения обозначенного выше комплекса технологий в большом количестве отраслей мы наблюдаем падение спроса на углеводороды, заметный рост гелиоэнергетики, которая по удельной стоимости единицы генерации уже начинает превосходить тепловую энергетику. Конструкционные материалы с использованием нанотехнологий с повышенной износостойкостью и повышенными прочностными характеристиками десятикратно эффективнее, чем обычные материалы. Таким образом, передовые страны переходят на качественно новые технологические траектории с гораздо лучшими показателями эффективности, измеряемой в энерго и материалоемкости.

Использованные источники:

1. Ефремова Н. А. Международная экономическая интеграция государств в эпоху глобализации // Юриспруденция, выпуск № 3 / 2010
2. Бекова Айна Тамерлановна Международная экономическая интеграция и ее формы // Вестник Краснодарского университета МВД России, выпуск № 1 / 2010

*Грешнов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса*

*Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

ПАРАДОКС ГИФФЕНА

Самый известный парадокс в экономической теории - "парадокс Гиффена". Английский экономист прошлого века Р.Гиффен обратил внимание на то, что во время голода в Ирландии в середине XIX века объем спроса на картофель существенно увеличился при росте цен на него, что полностью противоречит классической постановке закона спроса - при росте цены на товар объем приобретаемого товара должен уменьшаться.

Это явление и получило название "парадокса Гиффена". В экономической теории, которая рассматривает множество различных товаров, даже выделяют особо нормальные товары и "товары Гиффена".

Парадокс Гиффена экономистами объясняется следующим образом: "Дело в том, что картофель представлял основной продукт питания ирландских бедняков. Повышение его цены вынудило их сократить потребление других, более дорогих и качественных продуктов. Поскольку все же картофель оставался сравнительно наиболее дешевым продуктом, объем

спроса на него вырос... подобная ситуация представляет единственно возможное исключение из общего закона спроса".

Таким образом "парадокс Гиффена" рассматривается как исключение из закона. Есть несколько очень логичных интерпретаций этого явления в более сложной постановке, в том числе и с помощью инструментария математического моделирования, когда рассматривается общая система взаимосвязей товаров, цен, объемов и доходов. При этом приходится делать ряд допущений о замкнутости системы, о характере доходов и т.п.

К тому же известно, что открытое Гиффеном явление вовсе не является исключением из совокупности всех экономических наблюдений, именно поэтому теоретики и говорят о "товарах Гиффена", а не об одном товаре.

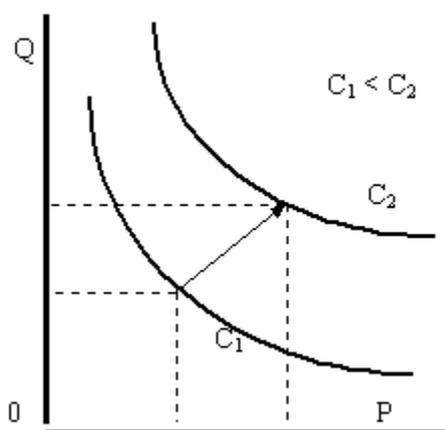


Рисунок 1. Классические кривые спроса и "парадокс Гиффена"

Если рассматривать кривую спроса в классической постановке (рисунок 1), то легко убедиться в том, что действительно по закону спроса такое поведение потребителей в принципе невозможно - с увеличением цен на товар объемы его приобретения должны уменьшаться, но не увеличиваться. Увеличение объемов спроса при одновременном увеличении цен по сути классической теории означает переход от старой кривой спроса при доходе C_1 к новой кривой спроса при новых, более высоких доходах C_2 , что показано стрелкой на рисунке 1.

Так как картофель составлял основной продукт питания, то вполне логично предположить, что товар находился на том участке поведения поверхности спроса, где объем потребления миновал стадию "ажиотажного потребления".

Так как картофель к тому же является одним из самых дешевых продуктов питания и его цена невелика, вполне очевидно, что участок кривой спроса, соответствующий этому состоянию рынка, находится в первой части графика рисунка 2.

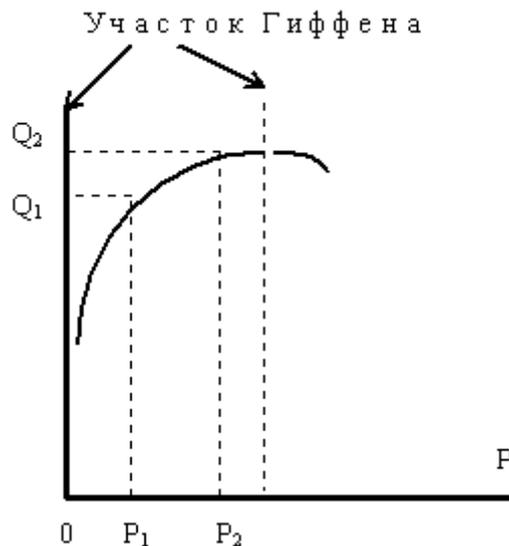


Рисунок 2. Кривая спроса при доходе, превышающем C_{tr} и участок Гиффена

Если при этом в некоторый момент времени продавцы назначают цену товара, равную P_1 , то объемы потребления будут равны Q_1 . Уменьшение цены на картофель, как это не парадоксально звучит, но вполне логично следует из рисунка 2, приведет к снижению объемов закупок, а ее повышение приведет к увеличению закупок. В случае, изученном Р.Гиффеном, произошло последнее - цены на картофель были повышены до размеров P_2 , а объемы продаж картофеля увеличились до Q_2 . Как следует из графика рисунка 2, дальнейшее увеличение цен в конечном итоге привело бы к падению объемов приобретения картофеля.

Таким образом, следует признать, что "парадокс Гиффена" вовсе не является парадоксом, нарушающим экономические законы и служащим исключением из правил, а является вполне естественным элементом общей системы рыночного равновесия, если рассматривать это равновесие в пространстве "цена-объем-доход".

Аналогичное поведение некоторых товаров можно обнаружить и в современном мире в экономической жизни любой страны, так как обязательно существует такой товар, потребление которого при данных доходах потребителей соответствует характеру рисунка 2. При этом вовсе не обязательно, что таким товаром должен быть дешевый продукт типа картофеля. В экономически развитых странах такими товарами могут быть и предметы роскоши.

Использованные источники:

1. Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. -СПб.: Экономическая школа, 1994. Т.1. – с.43-44
2. http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/je/paradox-giffen-effect/ [Электронный ресурс]

*Грешинов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса*

*Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

ЕСТЕСТВЕННЫЕ МОНОПОЛИИ

Это вид монополии, который занимает особое, привилегированное положение на рынке, в связи с особенностями производства. Это может быть крайне дорогое производство, единоличное обладание необходимыми ресурсами или обладание исключительными технологиями и производительными мощностями. Обычно, естественная монополия – это огромные и развитые инфраструктуры, повторное создание которых экономически не выгодно (теплосети, электросети, железные дороги). В России в реестре естественных монополий как правило крупные транспортные предприятия (например, РЖД), транспортировка топливно-энергетических ресурсов и другие.

Причиной такого положения может быть экономия от масштаба производства (чем больше выпуск продукта, тем ниже средние затраты на его производство). Большая фирма может обеспечивать гораздо меньшие средние затраты, чем фирма маленькая. Следовательно, цена на ее продукт может быть ниже, чем у маленькой фирмы. Эта экономия от масштаба может объясняться особенностями технологических условий производства.

Одним из лучших примеров такой естественной монополии является транспорт. Некоторые из видов транспорта требуют существования определенных "линий", по которым движутся вагоны с пассажирами или грузом. Для этих отраслей существование двух фирм, конкурирующих за одних и тех же потребителей, оказывается весьма неэффективно.

Но естественная монополия может быть вызвана не только техническими условиями, но и относительно небольшим объемом рыночного спроса.

Почти во всех странах, естественную монополию как раз и относят к предприятиям общественного пользования, то есть к таким, без которых невозможно функционирование инфраструктуры целой страны. Также, для подобных монополий характерен высокий порог вхождения в отрасль.

В данный момент в Российской Федерации естественные монополии регулируются двумя ведомствами – Федеральной антимонопольной службой и Федеральной службой по тарифу.

К плюсам можно отнести: возможность мобилизации огромных финансовых ресурсов для поддержания производства в случае необходимости, Максимально использование эффекта от производственных мощностей, что обычно приводит к снижению издержек на производстве, использование последних достижений научного и технического прогресса

единолично, особенно, если они разрабатываются внутри монополии.

Главный минус любой монополии – возможность переложить издержки на потребителя, который не может оказывать никакого влияния на производителя.

Использованные источники:

1. Дж.Вильсон, В.Цапелик. «Естественные монополии России» //Вопросы экономики 2005 год № 11.
2. Городецкий А., Павленко Ю. Реформирование естественных монополий // Вопросы экономики. 2006. №1. С. 137-146

*Грешнов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса*

*Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

ФОРМИРОВАНИЕ ПОРТФЕЛЯ ЦЕННЫХ БУМАГ

Наиболее распространёнными инструментами для инвестирования на фондовом рынке являются акции и облигации.

Общая модель получения дохода по акции

$$\text{Пр} = \sum x_i p_i^{\text{пр}} - \sum x_i p_i^{\text{пок}} + \sum \%x_i p_i^{\text{пок}} - \% \text{брокера} \left(\sum x_i p_i^{\text{пр}} + \sum x_i p_i^{\text{пок}} \right) \rightarrow \text{max}$$

x_i – количество акций i -го вида, $p_i^{\text{пр}}$ – цена продажи акций i -го вида, $\%i$ – комиссия брокера за покупку акций i -го вида, $p_i^{\text{пок}}$ – цена покупки акций i -го вида, $\% \text{брокера}$ – выплаты брокеру за осуществление посреднической деятельности.

Математическая модель для формирования портфеля ценных бумаг будет зависеть от множества условий. В условиях единовременного вложения всей суммы денег на определённый период при получении дохода только от роста цены акции возможны следующие варианты в зависимости от отношения инвестора к риску.

1. Агрессивный инвестор. Стремится максимизировать свою доходность без учёта риска.

$$F(x) = \text{Пр} = \sum x_i p_i^{\text{пр}} - \sum x_i p_i^{\text{пок}} + \sum \%x_i p_i^{\text{пок}} - \% \text{брокера} \left(\sum x_i p_i^{\text{пр}} + \sum x_i p_i^{\text{пок}} \right) \rightarrow \text{max}$$
$$\begin{cases} \sum x_i p_i^{\text{пок}} \leq S \\ x_i \geq 0 \end{cases}$$

2. Более осторожный инвестор. Стремится максимизировать свою доходность, но и не собирается допускать уровень риска больше заранее определённого показателя.

$$F(x) = \text{Пр} = \sum x_i p_i^{\text{пр}} - \sum x_i p_i^{\text{пок}} + \sum \%x_i p_i^{\text{пок}} - \% \text{брокера} \left(\sum x_i p_i^{\text{пр}} + \sum x_i p_i^{\text{пок}} \right) \rightarrow \max$$

$$\begin{cases} \sum \left(\frac{\sum x_i p_i^{\text{пок}}}{S} \right) \beta_i \leq \beta_{\max} \\ \sum x_i p_i^{\text{пок}} \leq S \\ x_i \geq 0 \end{cases}$$

3. Консервативный инвестор. Стремится минимизировать риск вложений без учёта доходности.

$$\sum \left(\frac{\sum x_i p_i^{\text{пок}}}{S} \right) \beta_i \rightarrow \min$$

$$\begin{cases} \sum x_i p_i^{\text{пок}} \leq S \\ x_i \geq 0 \end{cases}$$

4. Разумный консерватор. Инвестор, который стремится минимизировать риск, но при этом желает получить определённый уровень доходности на свои вложения.

$$\sum \left(\frac{\sum x_i p_i^{\text{пок}}}{S} \right) \beta_i \rightarrow \min$$

$$\begin{cases} \sum x_i p_i^{\text{пр}} - \sum x_i p_i^{\text{пок}} + \sum \%x_i p_i^{\text{пок}} - \\ \% \text{брокера} \left(\sum x_i p_i^{\text{пр}} + \sum x_i p_i^{\text{пок}} \right) \rightarrow \max \\ \sum x_i p_i^{\text{пок}} \leq S \\ x_i \geq 0 \end{cases}$$

Можно включить в математическую модель уравнение определения прогнозной цены продажи акции, например, по методу экспертных оценок

$$p_i^{\text{пок}} = \frac{p_1 + p_2 + p_3}{3}$$

p_1, p_2, p_3 – прогнозные значения цены по мнению 3-х экспертов.

Использованные источники:

1. Замков О.О., Толстопятенко А.В., Черемных Ю.Н. Математические методы в экономике: Учебник. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, Издательство «ДИС», 1998. – 368 с.
2. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2003. – 544 с.: ил.

*Грешнов И.В.
студент 3 курса
Некрасова Е.А.
студент 3 курса
Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара*

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КОРЗИНА РОССИИ

Вопрос о составе потребительской корзины для нашей страны является весьма важным, так как этот набор включает в себя основные экономические блага, необходимые человеку для поддержания жизнедеятельности и здоровья. К сожалению, наше правительство считает, что главное обеспечить граждан продуктами питания, однако это не лучший способ составления корзины. У нас не утверждено ни единого рубля, рассчитанного на образование или здравоохранения.

В российской корзине можно выделить большие различия в количестве выделяемых государством услуг между трудоспособным населением и детьми. Например, транспортные услуги предполагают 619 поездок в год для первой группы населения и всего 396 поездок в год для детей. Однако дети в большей степени пользуются общественным транспортом (поездки в школу на метро или автобусе). Среди продуктов наибольшее внимание уделяют хлебным изделиям, годовое потребление мясных продуктов превышает потребление рыбы в 3,17 раз.

В 2011 году, когда минимальный прожиточный минимум должен был измениться из-за пересчета потребительской корзины, этого не произошло. Связано это было конечно с президентскими выборами. Если бы был сделан пересчет, это бы означало, что за чертой бедности было бы признано большее число граждан, чем было до этого.

Потребительская корзина является тем минимумом, который необходим человеку просто для того, чтобы прожить, а лучше сказать – выжить, обеспечивая себе минимальным пропитанием.

Для российских граждан социальные выплаты в размере прожиточного минимума дают возможность обеспечить себя лишь самым необходимым. Говоря о увеличении стоимости корзины, правильнее говорить об ее индексации, то есть увеличении стоимости в соответствии с увеличением индекса потребительских цен (инфляции). В реальном же выражении увеличения либо нет, либо очень мало. Однако не все так плохо. В 2013 году был зафиксирован реальный рост в 3 %. Конечно, этого мало, но данный вопрос все чаще выносится на рассмотрение компетентными органами, которые стараются принимать изменения полезные для конкретных регионов и областей. Надеюсь, что все это поможет нашей стране оказывать достойную помощь своим гражданам.

Использованные источники:

1. Москалева Н.А., Саранчина Т.А. Потребительская корзина как показатель

уровня жизни населения страны: сравнительная оценка // Инновационная наука, выпуск № 5-1 / 2015

2. Станишевская С.П., Губанов Д.А. К вопросу о российской потребительской корзине // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика, выпуск № 2 / 2012

Григорьева Ю.П.
аспирант
кафедра мировой экономики
ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»
Россия, г. Москва

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ПОСЛЕДСТВИЙ ОФФШОРНОГО БИЗНЕСА ДЛЯ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ДВИЖЕНИЯ КАПИТАЛА

Аннотация. Для современной мировой экономики характерна повышенная роль оффшорных юрисдикций, которые играют все более значимую роль в международном движении капитала. Настоящая статья посвящена анализу современных подходов к деятельности оффшоров. Оценены последствия этой деятельности для экономик стран мира.

Ключевые слова: оффшорные юрисдикции, международное движение капитала, деоффшоризация.

Summary. The raised role of offshore jurisdictions which play most significant role in international capital movement is the characteristic of the modern world economy. This article is devoted to the analysis of modern approaches to offshores' activities. The effects of these activities for economies of the countries are estimated.

Keywords: offshore jurisdictions, international capital movement, deoffshorization.

Развитие современной мировой экономики характеризуется повышенной мобильностью факторов производства, в частности, движения капитала на международном уровне. В свою очередь, международное движение капитала подразделяют на легальное и нелегальное. Шевченко Ю.Ю.¹²⁸ в первом случае подразумевает экспорт капитала, а во втором – «бегство» капитала, то есть его незаконный вывоз. Отток капитала на национальном уровне включает комбинацию первого и второго вариантов. В рамках процессов международного движения капитала в развитых странах многие десятилетия осуществлялся вывоз капитала в страны, где сравнительно ниже уровень оплаты труда, поэтому создание зарубежных дочерних обществ и перенос филиалов в этих странах получил широкое

¹²⁸ Шевченко, Ю.Ю. Незаконный вывоз капитала за рубеж: Криминологический аспект / Ю.Ю. Шевченко. – М.: РАМН, 2008.

распространение.129

В развивающихся странах первоначально создавались предприятия для сборки готовой продукции, экспортирующей затем в развитые страны. Немного позже транснациональные корпорации (ТНК) стали в ряде стран создавать офисы, через которые уплачивались налоги. Выбор территорий и стран, куда направлялись финансовые средства для оптимизации налогообложения, получил название «налоговое планирование», а страны, где такие офисы организовывались – «налоговые гавани». В литературе они стали называться «оффшорными зонами». Следствием распространенности подобной практики в мировой и российской экономиках стало уменьшению занятости в промышленности и объемов налоговых выплат в ряде стран, что стимулировало ряд дискуссий по поводу правомерности и целесообразности функционирования таких предприятий.130

В российском законодательстве к операциям, связанным с движением капитала, относятся: прямые инвестиции; портфельные инвестиции; переводы на оплаты права собственности на сооружения, здания и прочее имущество, а также прав на недвижимость; получение и предоставление кредитов на срок более 180 дней, а также отсрочки платежа по экспорту и импорту товаров, работ и услуг; иные валютные операции, не являющиеся текущими.131 Осуществление указанных валютных операций в мировой экономике часто проводится с участием оффшорных компаний, суть которых сводится к посредническому существованию в рамках цепочки ценностей. Тем не менее, значение оффшоров во внешнеэкономических операциях сложно переоценить.

Точная стоимость капитала, аккумулированная на счетах оффшорных компаний по всему миру, не указывается ни в одном источнике. По оценочным данным экономиста Г. Закмана, в оффшорах сосредоточено 8% мирового благосостояния, а у отдельных стран, включая Россию, эта цифра достигает 50%.132 Разнообразие используемых в финансовых спекуляциях схем, большое число компаний различного типа в цепочке ценностей и конфиденциальность в оффшорном бизнесе не позволяют точно подсчитать стоимость нелегально вывезенного капитала, но даже приблизительные данные указывают на значимость оффшорного бизнеса в современной международной торговле и внешнеэкономических операциях.

¹²⁹ Зеленюк, А.Н. Проблемы деоффшоризации предпринимательской деятельности / А.Н. Зеленюк. – 2014. – № 4. – С. 3-16. – С. 3.

¹³⁰ Челчинская, И. Борьба с оффшорами может развалить экономику Совкомфлота // Независимое аналитическое агентство «Инвесткафе». 20.12.2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://investcafe.ru/news/40278> (дата обращения: 16.02.2016).

¹³¹ Федеральный закон от 10.12.2003 N 173-ФЗ (ред. от 30.12.2015) «О валютном регулировании и валютном контроле» // СПС «Консультант-плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_45458/ (дата обращения: 12.03.2016).

¹³² Непобедимые офшоры: «панамский скандал» вскрыл странности мировой экономики // Московский комсомолец. – 12.04.2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mk.ru/economics/2016/04/12/nepobedimye-ofshory-panamskiy-skandal-vskryl-strannosti-mirovoy-ekonomiki.html> (дата обращения: 03.05.2016).

Самостоятельный термин «оффшор» происходит от английского слова «off-shore», что в переводе означает «вне берега», «вне своей территории». Свое распространение он получил в XIX веке на территории Англии в морской судоходной практике и судопроизводстве, когда речь шла об использовании близлежащих островов в Атлантическом океане. С другой стороны, в юридической практике часто используется понятие «on-shore», противопоставляющееся «off-shore» (то есть «на своей территории»), что также важно для детального исследования оффшорного бизнеса.

Фактически, явление оффшорного бизнеса зародилось задолго до появления соответствующего «официального» названия. В те периоды оно носило особенности, связанные исключительно с уклонением от уплаты или минимизацией налогов и не обладало всеми свойствами, характерными для него сейчас. Оффшорные зоны в средневековой Европе – упрощенная, примитивная модель современных оффшоров.

В исследованиях последних лет по рассматриваемой проблематике¹³³ проводится периодизация оффшорных зон в мировой экономике и их разделение на следующие этапы: до конца 1950-х гг., когда развитие оффшорного бизнеса носит эпизодический характер; этап конца 1950-х – начала 1980-х гг. (начальное зарождение оффшорного бизнеса с примитивными схемами); этап конца 1980-х – начала 1990-х гг. (разрастание оффшорного бизнеса и рост числа оффшорных юрисдикций; первые попытки ограничений деятельности оффшоров на уровне отдельных государств); этап конца 1990-х – 2000 гг. (стабилизация оффшорного бизнеса, расширение и усложнением схем его использования, формирование первого международного антиоффшорного регулирования); этап 2001-2004 гг. (усиление и ужесточение финансовых мер государственного регулирования оффшорного бизнеса и кратковременный спад активности в этой сфере бизнеса).

Гораздо более интересным с точки зрения настоящего исследования представляется нынешний, пятый этап, длящийся с 2005 г. по настоящее время. Он в целом характеризуется: трансформацией и адаптацией оффшорного бизнеса к сложившейся системе государственного контроля; усложнением и удлинением оффшорных схем; применением новых организационно-правовых форм, попытками создать межправительственные методы борьбы с оффшорными схемами. Все это вызывает и новый этап противодействия со стороны мирового сообщества развития оффшорного бизнеса.

Оффшор – понятие не только юридическое, а, скорее, экономико-географическое. Фактически оффшор (off-shore) – это финансовый центр, привлекающий капитал путем предоставления налоговых и иных льгот нерезидентам страны, зарегистрировавшим бизнес на территории оффшора.

¹³³ Воронина, А.М. Эволюция оффшорного бизнеса / А.М. Воронина // Финансы и кредит. – 2006. – № 13. – С. 42-47.

Как правило, это образное обозначение территории или объекта на ней, принадлежащих иному государству и ведущих свою хозяйственную деятельность за пределами страны регистрации.

Под оффшорной зоной принято понимать государство либо его часть, в пределах которого для компаний- нерезидентов определен специфический режим деятельности и регистрации.¹³⁴ Оффшорным компаниям, для защиты национального бизнеса, запрещено заниматься любыми видами предпринимательской деятельности внутри оффшорной зоны. Оффшорная компания – иностранная компания, зарегистрированная в оффшорном центре, оставляющем особые налоговые льготы, упрощенный режим регистрации и освобождение от валютного контроля в отношении этой компании. Список оффшорных зон, как правило, публикуется каждым ЦБ, крупными международными организациями, занятыми борьбой с оффшоризацией.

В свою очередь, вывод производства за рубеж в целях увеличения прибыли за счет экономии на налогах, использования более дешевой рабочей силы, приближения производства к потреблению, а также преодоления высоких импортных пошлин на готовую продукцию называется *оффшорингом*.¹³⁵

Оффшорные зоны имеют многочисленные преимущества для предпринимателей-нерезидентов. В оффшорной зоне упрощен и ускорен процесс регистрации нерезидентов и при регистрации уплачивается совсем незначительная сумма. В оффшорной зоне налоговые выплаты проходят по заниженным ставкам, а в некоторых из них также гарантируется конфиденциальность деятельности оффшорных компаний, их операции освобождаются от государственного валютного контроля. В оффшорных зонах облегчен доступ к рынкам Европы, США, Канады, отсутствуют международные торговые тарифы, доступны услуги ведущих транснациональных банков мира.

Необходимо упомянуть о рейтинге оффшорных зон журнала Forbes, который их ранжирует по популярности среди ведущих мировых ТНК по размеру корпоративного налога на прибыль. Наконец, важное значение играет специальный Индекс финансовой секретности (Financial Secrecy Index), существующий с 2011 г. и предоставляющий информацию о территориях, обеспечивающих «налоговые гавани» (табл. 1). По существу первые позиции в рейтинге занимают страны, которые не желают осуществлять налоговое сотрудничество и являются наиболее закрытыми.

¹³⁴ Михайлин А.Н. Словарь по внешнеэкономической деятельности: Учебное пособие. – М.: АЛЛА-ПРИНТ, 2015. - С. 71.

¹³⁵ Михайлин А.Н. Словарь по внешнеэкономической деятельности: Учебное пособие. / Михайлин А.Н. – М.: АЛЛА-ПРИНТ, 2015. – С. 71.

Таблица 1. Ведущие страны по Индексу финансовой секретности (FSI) в 2015 г.

№ П.п.	Secrecy Jurisdiction	Размер «финансовой секретности» (FSI)	Рейтинг секретности	GSW136
1	Швейцария	1,466,1	73	5,625
2	Гонконг	1,259,4	72	3,842
3	США	1,254,7	60	19,603
4	Сингапур	1,147,1	69	4,280
5	Каймановы острова	1,013,1	65	4,857
6	Люксембург	816,9	55	11,630
7	Ливан	760,2	79	0,377
8	Германия	701,8	56	6,026
9	Бахрейн	471,3	74	0,164
10	ОАЭ	440,7	77	0,085

Примечание: Индекс FSI оценивает уровень конфиденциальности финансового сектора для состоятельных клиентов.

Источник: Financial Secrecy Index - 2015 Results [Electronic resources]. – Mode of access: <http://www.financialsecrecyindex.com/introduction/fsi-2015-results> (дата обращения: 08.02.2016).

Оффшорные зоны, существующие в мире, классифицируются по двум критериям: по географическому признаку и по способу оптимизации налоговых издержек (табл. 2).

Таблица 2. Классификация оффшорных зон в современной мировой экономике

Критерий	Вид	Характеристики
Способ оптимизации налоговых издержек	Классические оффшоры	Оффшор в такой зоне обычно стоит недорого, налогообложение и требования к ведению бухгалтерского и финансового учёта полностью отсутствуют, но существует обязанность владельца оффшорной компании уплачивать в бюджет оффшорного государства ежегодный сбор. Это, как правило, небольшие государства с низким уровнем экономического развития, однако с достаточно высоким уровнем политической стабильности, характеризуются простой системой регистрации и нулевыми налоговыми ставками – Сейшельские острова, Вануату, Британские Виргинские острова, Багамские острова и т.д.
	Низконалоговые зоны	Оффшоры в таких зонах обычно облагаются налогами, но по очень скромной ставке, требования к бухгалтерскому и финансовому учёту официально регламентируются.
	Оффшоры с льготным налогообложением	Оффшорные компании в данных зонах выгодны при грамотном использовании особенностей местного коммерческого и финансового законодательства.
	Оффшорные	Оффшорные зоны в таких штатах США, как Арканзас, Делавэр,

¹³⁶ Доля юрисдикции в мировом экспорте финансовых услуг.

	зоны в некоторых штатах США	Кентукки, Колорадо и Орегон, обязаны уплачивать фиксированный федеральный налог, но их владельцы освобождены от уплаты налогов с доходов, полученных за пределами штата.
Географический критерий	Островные оффшоры	Острова или архипелаги в Тихом, Индийском океане, а также в Карибском море. Как правило, это небольшие государства с плохо развитой экономикой, но с высокой политической стабильностью. Отличаются высокой степенью конфиденциальности, зачастую полным отсутствием налогов, а также требований к ведению отчетности. Единственным условием является умеренный, ежегодный, фиксированный платеж в казну государства. Чаще всего их используют компании с сомнительной репутацией, для хранения капитала и совершения финансовых трансакций. Примерами являются Сейшельские, Багамские Британские Виргинские, Маршалловы острова и т. п.
	Некоторые страны Европы	На их территории которых существуют и оффшорные зоны, и обычные оншорные компании, принадлежащие нерезидентам. Льготный безналоговый статус таких компаний подтверждается отчетами и ежегодными аудиторскими проверками. Чтобы осуществлять контроль над деятельностью этих предприятий, законодательством государства предусмотрено ведение реестра учредителей, директоров и акционеров. Поэтому конфиденциальность в этом случае не гарантирована, а обусловлена правовыми нормами юрисдикции, но престиж самих компаний значительно выше, чем в первом варианте. Примеры государств, на территории, которых есть такие оффшорные зоны – Кипр, Гибралтар, Люксембург, Швейцария.
	Административно-территориальные зоны в «неоффшорных» странах	Например, Канада, Великобритания, США.

Источник: разработано автором по данным Nexus Financial Consulting.

В современных условиях оффшорными зонами считаются также те страны или территории стран, где деятельность компаний определенного типа, владельцами которых в основном являются иностранные граждане, стимулируется государством за счет применения налоговых льгот, снижения или отсутствия вообще требований к бухучету или аудиту, снижения таможенных или торговых ограничений.

Основное условие, выдвигаемое к оффшорной зоне – либеральность налогообложения, с учетом политической и экономической стабильности. Кризисы, серьезные политические изменения негативно отражаются на экономической жизни, а потому невозможны в зоне, признанной оффшорной. К дополнительным факторам, влияющим на популярность той или иной оффшорной зоны, являются: высокий уровень развитие транспортной

системы (в том числе на международном уровне), телекоммуникаций, распространение международного языка общения, гарантии конфиденциальности коммерческой информации, отсутствие или наличие валютных ограничений.

Классификацией оффшорных зон занимается Международный валютный фонд и центральные банки разных стран мира. К классам оффшорных зон также относятся оффшоры и мидшоры. Разница между ними заключается в применении определенного налогового законодательства, а также сопутствующих аспектов, которые влияют на положение учрежденной оффшорной или мидшорной компании в мире. Классическими оффшорными зонами принято считать юрисдикции, или их части которые предлагают безналоговый режим для нерезидентных компаний, зарегистрированных в данном оффшорном центре.¹³⁷ Помимо этого, основной привилегией классических оффшорных зон традиционно считается высокий уровень конфиденциальности личных и корпоративных данных.

Однако за последние несколько лет классические оффшорные юрисдикции начали «редеть» на мировом рынке. Это случилось, после того, как США и ЕС начали борьбу с утечкой капитала из страны и неплательщиками налогов, многие классические оффшоры были подвергнуты агрессивной критике и обвинениям в сокрытии информации. Это привело к подписанию разных соглашений об обмене информации с лидирующими странами мира и «вымиранию» как классического оффшора, таких оффшорных юрисдикций, как BVI – Британские Виргинские Острова, Каймановы Острова, Бермуды, Теркс и Кайкос, и Ангилья. Все эти страны входят в состав Великобритании, которая является главным активистом в борьбе с неплательщиками налогов. По факту эти юрисдикции считаются оффшорными, однако, факт сотрудничества с иностранными юрисдикциями по вопросам предоставления конфиденциальной информации делают данные юрисдикции более не привлекательными для учреждения безопасного бизнеса в оффшоре.

По оценкам, оффшоры в наибольшей степени используются в таких отраслях, как недвижимость (79,5 % всех предприятий отрасли), инвестиции и финансы (61%), банковский сектор (57%), предприятия топливно-энергетического комплекса (49;), предприятия сферы телекоммуникационных услуг (44%) и розничной торговли (43%).¹³⁸

Особое место в функционировании и развитии оффшорных зон занимают такие субъекты, как оффшорные компании. В качестве *необходимых условий* для организации оффшорной компании можно выделить следующие:

- любая деятельность компании должна вестись за пределами страны

¹³⁷ Хейфец Б.А. Оффшорные юрисдикции в глобальной и национальной экономике. – М., Экономика, 2008. – С.65.

¹³⁸ Какие отрасли больше всего используют оффшоры. – 22.07.2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/infographics/2984> (дата обращения: 12.03.2015).

регистрации - на имя оффшорной компании открывается счет в банке, в пределах которого можно совершать любые коммерческие транзакции, прямо не нарушающие законодательство принимающей страны; фактическое пересечение границы оффшорного государства товаром или получение дохода внутри страны происходить не может;

- конечный бенефициар не должен быть резидентом страны, то есть должен иметь гражданство иной страны и проживать за пределами конкретной оффшорной зоны более 183 дней – фактическое присутствие учредителя в стране-реципиенте не требуется; (тем не менее, данные о бенефициальном (реальном) владельце обязаны быть предоставлены при регистрации; по законодательству оффшорных стран они строго конфиденциальны и хранятся лишь у регистрационного агента);

- оффшорная компания должна иметь корпоративных директоров, секретаря и зарегистрированный офис в месте юрисдикции. Конкретные требования в отношении резидентства директоров (важно отметить, что зачастую достаточно чисто номинальных директоров и держателей акций) варьируются в зависимости от принимающей страны.

Можно выделить следующие преимущества функционирования оффшорной компании:

- компании освобождены (как правило) от основной суммы налогов (за исключением ежегодного регистрационного сбора), либо эта сумма сравнительно невелика (налоговая ставка в оффшорных зонах существенно снижена);

- упрощена процедура регистрации и управления компанией, а именно использование номинальных директоров и владельцев; требования к общим собраниям и проведению совета директоров носят исключительно формальный характер;

- отсутствует или облегчен валютный контроль в стране-оффшоре; зачастую (только в ряде государств) ведение и предоставление в соответствующие органы финансовой и аудиторской отчетности не требуется;

- гарантируется полная или частичная конфиденциальность бенефициарам, что позволяет проводить ряд транзакций, официально неразрешенных в стране базирования.

Оффшорные юрисдикции или оффшорные зоны классифицируются по различным признакам, но отдельного внимания заслуживают классификации, составленные ФАТФ и ОЭСР – международные организации, занимающиеся борьбой с оффшорными зонами.

Таблица 3. Классификация оффшорных юрисдикций ФАТФ¹³⁹ и ОЭСР¹⁴⁰

Организация	«Черный список»	«Темно-серый список» ¹⁴¹	«Белый список»
ФАТФ	Страны, не сотрудничающие с ФАТФ по вопросам борьбы с отмыванием денег и противодействию терроризму – Иран, Северная Корея.	Юрисдикции со стратегическими недостатками в этой сфере, что сделали недостаточный прогресс – Мьянма.	Страны, устранившие недостатки в сфере противодействию терроризму и отмыванию денег.
ОЭСР	Юрисдикции, где достаточной степени были внедрены налоговые стандарты международного уровня.	Юрисдикции, принявшие на себя обязательства по внедрению налоговых стандартом, но еще не реализовали их – Науру и Ниуэ.	Страны, не принявшие налоговые стандарты – на 2016 год это Коста-Рика, Лабуан, Уругвай, Филиппины.

Источник: составлено автором.

Первоначально в «черный список» ФАТФ входило большинство оффшорных зон, но со временем многим из них удалось привести свое законодательство в соответствие стандартам ФАТФ, так как их нахождение в этих списках ставило под угрозу инвестиционную привлекательность и репутацию страны.

Банк России также ежегодно публикует списки оффшорных зон, в которых перечислены все юрисдикции, торговля с которыми отнесена к категории подозрительной, так что любое пересечение границ товара, сырья или прочих материальных благ от имени компании, зарегистрированной в указанных юрисдикциях, тщательно проверяется на наличие оффшорного характера. Примечательно, что с января 2013 года Приказом Минфина РФ из этого списка исключен Кипр – наиболее популярная оффшорная зона для российских предпринимателей.

Базовыми институциональными факторами развития оффшорного бизнеса в национальной экономике следует считать: высокие политические риски и недоверие к финансовой системе страны; слабое валютное и налоговое регулирование, высокий уровень налогообложения; неточность формулировок валютного законодательства, наличие разных подходов к пониманию оффшорных организаций; незащищенность государственных границ, что открывает каналы для ввоза контрабандного товара, несогласованных с Центральным банком страны акций и векселей); криминализация экономической деятельности, высокий уровень коррупции, отсутствие защищенности; высокая эффективность легализации доходов,

¹³⁹ FATF Public Statement - 23 October 2015 – FATF, October 2015.

¹⁴⁰ OECD Secretary General Report to G20 Finance Ministers. – Wash. D.C. USm April 2016. – 14 p.

¹⁴¹ По классификации ОЭСР он называется «серый список».

полученных в ходе преступной или нелегальной деятельности, посредством внешнеэкономических операций для официального управления ими или передачи в наследство (через оффшорные трасты, предусматривающие эту возможность согласно англо-саксонской системе права, возможна репатриация капитала); слабое развитие частного предпринимательства в стране.

Иными словами, страны с высоким уровнем коррупции, рейдерства, нестабильными валютами имеют все экономические предпосылки для перманентного существования оффшорного бизнеса как неотделяемой части национальной экономики. Зачастую «бегство» капитала осуществляется через оффшорные компании с различным набором схем, легализуются в стране-нерезиденте и после реинвестируются обратно в страну происхождения в качестве прямых иностранных инвестиций.

Проблема вывоза в оффшорные зоны капитала стала поистине глобальной проблемой для ряда стран мира. Те государства, из которых вывозится капитал, несут большие финансовые потери. В международной практике было немало попыток борьбы с налоговыми убежищами, однако пока они в целом безрезультатны. Общеизвестно, что, например, доля банковского бизнеса в ВВП Люксембурга составляет около 22 %, а на Кипре до «налогового скандала» он была на уровне 5,5 %.¹⁴²

Американской неправительственной организацией Global Financial Integrity был опубликован своей очередной доклад, характеризующий масштабы нелегального вывоза капитала разными странами за период 2004-2013 гг. В исследовании охвачено свыше 150 стран. В списке этих стран Россия оказалась на втором месте после Китая.

Таблица 4. Ведущие страны мира по объемам незаконного вывоза капитала в 2004-2013 гг., млрд. долл. США

№ п.п.	Страна	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2010 г.	2012 г.	2013 г.	2004-2013 гг.	Среднегодовой объем
1.	Китай	81,5	88,4	105,0	172,4	223,8	258,6	1392,3	139,2
2.	Россия	46,1	66,3	107,8	136,6	129,5	120,3	1049,8	105,0
3.	Мексика	34,2	40,4	51,5	67,5	73,7	77,6	528,4	52,8
4.	Индия	19,4	27,8	47,2	70,3	92,9	83,0	510,3	51,0
5.	Малайзия	26,6	36,6	40,8	62,2	47,8	48,3	418,5	41,9
6.	Бразилия	15,7	10,6	21,9	30,8	32,7	28,2	226,7	22,7
7.	ЮАР	12,1	15,9	22,5	24,6	26,1	17,4	209,2	20,9
8.	Таиланд	7,1	11,4	20,5	24,1	31,3	33,0	191,8	19,2
9.	Индонезия	18,5	16,0	27,2	14,6	19,2	14,6	180,7	18,1
10.	Нигерия	1,7	19,2	24,2	19,4	5,0	26,7	178,0	17,8
В целом 10 стран		263,0	329,5	468,6	622,4	682,1	707,8	4885,7	488,6
В целом 10 стран, % от совокупного нелегального вывоза		56,5	60,6	56,6	68,7	65,8	64,9	62,3	-

¹⁴² Там же.

капитала в мире								
В целом, развивающиеся страны	465,3	543,5	828,0	906,6	1035,9	1090,1	7847,9	784,8

Источник: составлено по: Kar, D. Illicit Financial Flows from Developing Countries: 2004-2013 / D. Kar, J. Spanjers. – Global Financial Integrity, December 2015. – 72 p. – P. 8.

При этом самые высокие темпы оттока капитала в оффшоры в мире характерны для России, стран Восточной Азии и Латинской Америки.

Таблица 5. Динамика оттока капитала в оффшоры в разрезе регионов мира, 2010-2014 гг.

Регион	Объем оттока капитала, млрд. долл.		Среднегодовой темпы прироста, %
	2010 г.	2014 г.	
Восточная Азия	3102	4317	6,9
Ближний Восток	2365	2934	3,7
Латинская Америка	1427	1973	6,7
Россия и страны бывшего СССР	1319	1913	7,9
Африка	587	710	3,1
Южная Азия	190	253	5,7

Источник: составлено по: The Global Haven Industry Progress Report: - Quantifying Kleptocracy. – JSH, 09.05.2016. – P. 35 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.taxjustice.net/2016/05/09/17103/> (дата обращения: 18.05.2016).

В 2013 г международная организация Oxfam заявила, что, по ее подсчетам, в оффшорных зонах было скрыто минимум 18 трлн. долл., что лишило свои государства налоговых доходов на сумму больше чем 156 млрд. долл. В 2012 г. независимая организация Tax Justice Network оценила объем скрывааемых средств, находящихся в оффшорах, в размере 21 трлн. долл.¹⁴³ Приведенные выше оценки являются весьма консервативными. Здесь идет речь только о денежных средствах на счетах оффшорных банков, а если добавить активы, материализованные в оффшорной недвижимости, а также различное движимое имущество (автомобили, яхты и пр.), то сокрытие от налогов достигает 32 трлн. долл. Что касается указанных объектов недвижимости, то по оценкам зарубежных изданий, они скрываются через трасты и прочие оффшорные структуры.¹⁴⁴ В последние годы из КНР за 48 лет в оффшорные зоны утекло 1,189 трлн. долл., из России за 20 лет – 796 млрд. долл., из Южной Кореи – 779 млрд. долл.¹⁴⁵

Необходимо заметить, что отрицательные последствия деятельности оффшорных зон ведут к дестабилизации ситуации в национальной экономике

¹⁴³ James S. Henry. Tax Price of Offshore Revisited. – Tax Justice Network, July 2012. – 46 p. – P. 5.

¹⁴⁴ Arlidge, J. One Hyde Park: Anybody home? / J. Arlidge // The Sunday Times. – 20 November 2011 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/Magazine/Features/article819257.ece> (дата обращения: 11.07.2014).

¹⁴⁵ Михайлин А.Н. Словарь по внешнеэкономической деятельности: Учебное пособие. – М.: АЛЛА-ПРИНТ, 2015/

государства, однако одновременно преимущества оффшорных зон формируют благоприятную среду для ведения бизнеса и улучшают свою инвестиционную привлекательность. Поэтому, с учетом «плюсов» и «минусов» оффшорных зон, не нужно недооценивать их: желательно реализовывать экономическую политику, которая будет нацелена на минимизацию вывоза из страны капитала.

Фактически нельзя категорично объявить оффшорный бизнес противоправным явлением. Согласно методологии ОЭСР, некоторые из функций и применений оффшоров представляют опасность для мировой налоговой системы в общем и для конкретных государств в частности, являя собой одно из проявлений недобросовестной налоговой конкуренции между развитыми и развивающимися странами. Тем не менее, оффшорный бизнес отчасти относится к «невидимой руке рынка», к фактору конкуренции, способу свободно перемещать капиталы в мировой экономике, а поэтому запрет любого его содержания противоречит принципам рыночной экономики.

По ряду экспертных оценок международных организаций по противодействию отмыванию денег, общий объем финансов, хранимых в оффшорах, превысил 18,5 трлн. долл.¹⁴⁶, что в абсолютном выражении больше ВВП США. Такие статистические данные обуславливают необходимость принятия срочных мер по борьбе с данным явлением, однако двойственный характер оффшоров порождает международные и внутренние конфликты в этом вопросе.

Глобализация мировой экономики и развитие процессов региональной экономической интеграции привели к усилению взаимозависимости налоговых систем других стран. Доступность информации, а также мобильность финансовых средств (частично благодаря развитию оффшорного бизнеса) породили в своем роде конкурентный рынок по привлечению капитала на межгосударственном уровне. «Недобросовестная налоговая конкуренция» (Harmful Tax Competition) – термин, с которого началась кампания ОЭСР по борьбе с оффшорами – часто употребляется противниками оффшоризации мировой экономики в отношении оффшорных стран, благоприятствующих «хищению налоговой базы» у оншорных государств. Иными словами, страны-оффшоры «переманивают» стратегически важный финансовый ресурс у неоффшорных государств, незаслуженно пользуясь им во вред развитым государствам. Бывший премьер-министр Великобритании Д. Браун даже обвинил оффшорные государства в мировом финансовом кризисе в 2008 году, назвав существование непрозрачной налоговой политики по предоставлению льгот нерезидентам причиной пошатнувшейся на финансовых спекуляциях экономической системы.

¹⁴⁶ Глобальное неравенство в доходах продолжает расти // Вести Экономика. – 20.01.2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/articles/38184> (дата обращения: 17.11.2015)..

С другой стороны, ярко выделяется позиция оффшорных государств. В связи с тем, что для большинства из них характерен невысокий уровень социально-экономического развития, возможность привлечения международных капиталов через установление привлекательных налоговых режимов для частного бизнеса компаний-нерезидентов является одной из немногих возможностей «оживления» национальной экономики. Для экономик некоторых стран перемещение финансовых потоков в оффшоры столь же закономерно, как и перенос промышленных производства из развитых стран (США и ЕС) в азиатские страны.

В этом контексте оффшорными юрисдикциями часто используется концепция «локационной конкуренции» (locational competition) как формы конкуренции за привлечение факторов производства (технологии, капитал, интеллектуальная собственность), в качестве одного из способов которой выступает налоговая политика. Согласно этой концепции, если государством предоставляется эффективная инфраструктура, гарантируются экономическая и политическая стабильность, а также неприкосновенность частной собственности, то для капитала будут созданы вполне комфортные условия, даже если ставка налога будет не самой привлекательной.¹⁴⁷ Более того, правительства оффшорных юрисдикций обоснованно считают, что нет никакой законной причины того, чтобы национальные налоговые системы стран мира включали одинаковый либо сопоставимый уровень налогообложения. В развитых странах не обращается внимание ещё и на то, что оффшорные зоны являются, прежде всего, местами для аккумуляции капиталов, которые затем инвестируются в западные развитые (оффшорные) страны.

Таковы особенности на международном уровне. Но и на национальном уровне возникает конфликт интересов, порождаемый противодействию – или отчасти содействию – оффшоризации. Так, Д. Кэмерон – премьер-министр Великобритании – и кабинет министров призывают покончить с утечкой нелегального капитала, с системой ухода от налогов, но при этом сама Великобритания – крупная «налоговая гавань». Немалая часть государственного бюджета страны формируется за счет платежей от владельцев недвижимостью г. Лондона. К тому же, последние имеют значительное политическое влияние и противодействуют борьбе с оффшорами.

Россия, к примеру, также считается непримиримым борцом с оффшорным бизнесом на государственном уровне, поскольку сильно страдает от утечки капитала. Однако, несмотря на такую проводимую государственную политику, в апреле 2016 года Международный консорциум журналистских расследований (ICIJ) в результате утечки информации обнаружил более 2 млрд. долл. на счетах оффшорных компаний в Панаме и

¹⁴⁷ Siebert, H. Locational Competition – A Neglected Paradigm in the International Division of Labour / H. Siebert // Germany: Kiel Institute for World Economics. – Kiel Working Paper No. 1258, 2005. – 35 p. – PP. 9, 10, 17, 19.

на Британских Виргинских островах, принадлежащих лицам, связанным с окружением Президента РФ В. Путина. Немалые суммы находятся на счетах еще 12 высокопоставленных чиновников, пользующихся услугами панамской юридической фирмы Mossack Fonseca¹⁴⁸.

Существенное воздействие на оффшорный бизнес со стороны международных организаций может вызвать явное недовольство оффшорных юрисдикций, диктующих правила свободной рыночной торговли в отношении такого фактора производства как капитал. С точки зрения индивидуального предпринимателя, оффшорный бизнес способствует оптимальному налоговому планированию, открывает доступ к международным рынкам ценных бумаг, валют и финансов, а также позволяет размещать свои офисы (будь то реальные или номинальные) в любой точке мира. Другими словами, оффшоры выстраивают каналы выхода на мировые рынки.

С точки зрения индивидуального предпринимателя, ведущего свою деятельность незаконно и оперирующего нелегальным капиталом, оффшорные зоны способствуют расширению его бизнеса. Уход от налогов, коррупционные сделки, легализация прибыли от преступной деятельности, а также построение целой официальной системы ведения преступного бизнеса с сохранением конфиденциальности – все эти возможности дают оффшоры. В таком случае остро встает вопрос о том, как отличить первую группу частных компаний от второй и направить санкции против преступного мира, позволив развиваться легальному частному бизнесу.

Среди таких макроэкономических последствий следует отметить:

- отток капитала из развитых и развивающихся стран, противодействие гармоничному экономическому развитию;
- легализация преступных доходов, «поощрение» терроризма;
- экономическая нестабильность из-за постоянной эмиссии денежных средств в странах со свободно конвертируемой валютой;
- накопление (причем неизвестно где и в каких размерах) неработающего капитала;
- рост неустойчивости фондовых рынков, непостоянство процентных и налоговых ставок ввиду свободного трансграничного перемещения крупных финансовых средств;
- колебания спроса на капитал, не соответствующее реальному состоянию валютного и финансового рынков и другое.

С другой стороны, на макроуровне оффшорный бизнес позволяет получать развивающимся странам доступ к важным финансовым ресурсам, пополнять государственный бюджет за счет регистрационных сборов, функционировать как важный элемент мирового валютного рынка без широко развитого производства или ресурсного обеспечения. Следует отметить, что

¹⁴⁸ Оффшоры. Вскрытие // Новая газета. – 04.04.2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.novayagazeta.ru/tv/studio/72520.html> (дата обращения: 16.05.2016).

даже развитые страны, такие как США, Великобритания, Швейцария, частично поощряют развитие оффшорного бизнеса (а отдельные кантоны Швейцарии по классификации ОЭСР 2009 года являются мировыми оффшорными центрами), поскольку многие из оффшорных зон – как правило, бывшие колонии, что предоставляет их метрополиям получать доступ к конфиденциальной информации и финансовым ресурсам, что, в конечном счете, приводит к конфликту интересов.

На национальном уровне также следует отличать две точки зрения на последствия развития оффшорного бизнеса.

С «положительной» стороны, то есть со стороны государств - оффшорных юрисдикций, - оффшорный бизнес может способствовать трудоустройству местного населения. По статистике до $\frac{3}{4}$ населения оффшорных зон заняты в сфере обслуживания бизнеса в качестве секретарей, номинальных директоров и акционеров, а также юридических компаний по регистрации оффшорных компаний. \регистрационные сборы и прочие налоговые обязательства компаний-нерезидентов формируют до 80%149 бюджета оффшорных стран. Это подразумевает приток иностранного капитала в оффшорные юрисдикции, повышению активности в государстве или в регионах.

В качестве отрицательных последствий для стран-оффшоров можно назвать повышенное внимание мировой общественности и международных организаций к их функционированию, а также частичное противодействие их нормальной работе, что заставляет правительства оффшорных государств перманентно изменять свое налоговое и валютное законодательство по пути увеличения открытости и прозрачности оффшорного бизнеса на их территориях.

Негативные последствия оффшорного бизнеса для стран-доноров экспортируемого или «бегущего» капитала на национальном уровне следующие:

- ухудшение инвестиционного рейтинга страны;
- повышение нагрузки на платежный баланс и, как имплицитное следствие, на законопослушных налогоплательщиков;
- сужение потенциальной базы налогообложения, поступлений налогов в государственный бюджет;
- утечка инвестиционных ресурсов, потенциально используемых в улучшении благосостояния страны;
- увеличение затрат на охрану и обеспечение безопасности государственных границ (в борьбе с контрабандой), что перераспределяет финансы из других секторов экономики;
- поддержка преступного бизнеса за счет репатрируемого капитала;
- замедление экономического роста и развития государства вследствие

¹⁴⁹ Воронина А.М. Эволюция оффшорного бизнеса / А.М. Воронина // Финансы и кредит – 2006. № 13. С. 42-47.

развития непроизводительного оффшорного бизнеса;

- проведение не всегда обоснованной валютной, налоговой и макроэкономической политики ввиду отсутствия детального знания о состоянии оффшорного бизнеса и прочее.

Таким образом, негативные последствия стран-экспортеров капитала через оффшорные зоны значительно превышают положительный «рыночный» эффект для стран-реципиентов. Это приводит к необходимости создания комплекса мер по борьбе с оффшорным бизнесом (в первую очередь, с его неблагоприятным влиянием на национальную безопасность стран) как на макроэкономическом, так и на микроэкономических уровнях.

Следует отметить и то, что в связи с усилением борьбы с оффшоризацией бизнеса в международном сообществе сами оффшорные схемы по выводу нелегального капитала усложняются. Как правило, на современном этапе развития оффшоров задействуются большое число подконтрольных компаний, удлиняются каналы «бегства» капитала, создаются принципиально новые схемы. Это определяет и стоимость оффшорного бизнеса (из-за крупного объема агентских комиссий, суммы регистрационных сборов большого числа фирм, количества заключаемых сделок). На данный момент использование оффшорных компаний характерно, скорее, для крупных ТНК; компании малого бизнеса отказываются от дорогостоящих внешнеэкономических операций, проводимых через оффшорные зоны.

Так, широко используется схема трансфертного ценообразования при осуществлении экспортно-импортных операций, когда оффшорная компания выступает в качестве посредника между поставщиком и конечным покупателем товара или услуги. Для эффективного действия схемы следует учесть, что оффшорные компании не должны выглядеть взаимозависимыми, и то, что сумма ввозимого товара или услуги не должна отличаться от рыночной идентичных товаров более чем на 20% (это позволит таможенным службам начислить дополнительные антидемпинговые пошлины). Невозврат в страну базирования валютной выручки от экспорта представляется наиболее популярной схемой. Незаконные манипуляции со стоимостью, качеством и количеством стратегически значимых товаров (преимущественно сырьевых) позволяют скрывать экспортерам до 40 % неучтенного товарооборота.

Часто могут использоваться фиктивные «фирмы-однодневки», которые служат для разовых операций, после чего закрываются («черные» фирмы) или неоднократных операций, но накладные на товары появляются при этом от других фиктивных компаний, расположенных в другом оффшорном регионе («серые» фирмы). Данный способ довольно дорогой, и поэтому редко используется крупными компаниями; для целей отмывания денег, полученных в результате откатов или коррупции, но он является самым действенным. Как пример следует привести схему, которая была описана А. Смоленским и М. Ходорковским в интервью изданиям Business Week и Financial Times по поводу разразившегося скандала об отмывании денег,

полученных в России, через банк Bank of New York (далее – BONY). По данным издания New York Times, через расчетный счет компании Venex в BONY в 1990-е гг., было проведено около 7,5 млрд. долл. Связка «Venex-BONY» являлась ключевым каналом для осуществления «теневых» расчетов в долларах США ввиду весьма невысоких расценок на финансовое обслуживание.¹⁵⁰

Один из вариантов внутрифирменного налогового планирования, когда товар или услуга поставляется между различными структурными подразделениями компаний по ценам, отличным от рыночных. Особенностью является то, что товар или услуга поставляются «транзитом» через оффшорную зону.

Также при экспортно-импортных операциях часто используются схемы с махинациями с себестоимостью продукции (за счет поступления комплектующих или сырья от оффшорных компаний), реэкспортом «высокотехнологичного» (согласно документации) производства, фактически, являющегося малопереработанным сырьем, «карусельные» схемы и прочее. Особая роль принадлежит операциям по ввозу и вывозу из страны базирования ценных бумаг (благодаря несовершенной таможенной проверке), не одобренному ЦБ. Позже акции перепродаются, капитал легализуется и переправляется по указанным местам.

Также широкое распространение получили схемы международного лизинга через оффшорные банки (лизинговые выплаты относятся на себестоимость продукции), страхование или перестрахование оффшорными компаниями (прибыль в виде страховых премий; компания-резидент также относит выплаты на себестоимость) и использование оффшорных трастов в связке (например, Liechtenstein Stiftung (фонд) – специфическая форма траста с одним уровнем бенефициаров), где один траст назначается бенефициаром другого оффшорного траста.

Использованные источники:

1. Антонец, О. Оффшорная индустрия стоит на пороге перемен. Где завтра будут прятать свои деньги компании и богачи? / О. Антонец // РБК. – 2013. – №12 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rbcdaily.ru/magazine/trends/562949989661642> (дата обращения: 17.11.2015).
2. Воронина А.М. Эволюция оффшорного бизнеса / А.М. Воронина // Финансы и кредит – 2006. № 13. С. 42-47.
3. Воронина, А.М. Эволюция оффшорного бизнеса / А.М. Воронина // Финансы и кредит. – 2006. – № 13. – С. 42-47.
4. Глобальное неравенство в доходах продолжает расти // Вести Экономика. – 20.01.2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/articles/38184> (дата обращения: 17.11.2015)..

¹⁵⁰ Путин простит 7,5 миллиардов долларов, отмытых Bank of New York. – 31.10.2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kod-ua.com/item/38993-1446414618> (дата обращения: 12.03.2016).

5. Зеленюк, А.Н. Проблемы деоффшоризации предпринимательской деятельности / А.Н. Зеленюк. – 2014. – № 4. – С. 3-16.
6. Какие отрасли больше всего используют оффшоры. – 22.07.2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/infographics/2984> (дата обращения: 12.03.2015).
7. Михайлин А.Н. Словарь по внешнеэкономической деятельности: Учебное пособие. – М.: АЛЛА-ПРИНТ, 2015.
8. Непобедимые офшоры: «панамский скандал» вскрыл странности мировой экономики // Московский комсомолец. – 12.04.2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mk.ru/economics/2016/04/12/neverbedimye-ofshory-panamskiy-skandal-vskryl-strannosti-mirovoy-ekonomiki.html> (дата обращения: 03.05.2016).
9. Оффшоры. Вскрытие // Новая газета. – 04.04.2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.novayagazeta.ru/tv/studio/72520.html> (дата обращения: 16.05.2016).
10. Путин простит 7,5 миллиардов долларов, отмытых Bank of New York. – 31.10.2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kod-ua.com/item/38993-1446414618> (дата обращения: 12.03.2016).
11. Федеральный закон от 10.12.2003 N 173-ФЗ (ред. от 30.12.2015) «О валютном регулировании и валютном контроле» // СПС «Консультант-плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_45458/ (дата обращения: 12.03.2016).
12. Хейфец Б.А. Оффшорные юрисдикции в глобальной и национальной экономике. – М., Экономика, 2008.
13. Челчинская, И. Борьба с оффшорами может развалить экономику Совкомфлота // Независимое аналитическое агентство «Инвесткафе». 20.12.2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://investcafe.ru/news/40278> (дата обращения: 16.02.2016).
14. Шевченко, Ю.Ю. Незаконный вывоз капитала за рубеж: Криминологический аспект / Ю.Ю. Шевченко. – М.: РАМН, 2008.
15. Шэксон, Н. Люди, обокравшие мир. Правда и вымысел о современных офшорных зонах + Н. Шэксон. – М.: Эксмо, 2011. – 384 с.
16. Arlidge, J. One Hyde Park: Anybody home? / J. Arlidge // The Sunday Times. – 20 November 2011 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/Magazine/Features/article819257.ece> (дата обращения: 11.07.2014).
17. FATF Public Statement - 23 October 2015 – FATF, October 2015.
18. James S. Henry. Tax Price of Offshore Revisited. – Tax Justice Network, July 2012. – 46 p.
19. OECD Secretary General Report to G20 Finance Ministers. – Wash. D.C. USM April 2016. – 14 p.
20. Siebert, H. Locational Competition – A Neglected Paradigm in the International Division of Labour / H. Siebert // Germany: Kiel Institute for World Economics. –

*Гридюшкина А.А.
практикант*

*Дмитренко Д.А.
практикант*

*ИП Гридюшкина
Россия, г. Владивосток*

ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В данной статье представлены основные виды налогообложения для малого бизнеса. Выявлены недостатки существующей системы налогообложения, а так же рассматриваются возможные пути решения данных проблем на примере зарубежной практики.

Ключевые слова: налогообложение, малый бизнес, недостатки системы налогообложения, пути решения системы налогообложения.

Problems of taxation small businesses and their solutions
The main types of taxes presented in this article for a small business. The disadvantages of the existing taxation systems were identifying and solutions to these problems are considered by the example of foreign practices.

Keywords: tax, small business tax system deficiencies, the way the tax system solutions.

Важнейшей задачей государства в настоящее время является создание эффективной системы налогообложения субъектов малого бизнеса, адекватной российским условиям и создающей стимулы для развития малого предпринимательства. В Российской Федерации малый бизнес значительно влияет на развитие экономики в целом, с его помощью бюджет страны постоянно пополняется. Та же, образуются рабочие места, поддерживается рыночная активность, укрепляется экономический рост страны.

В период кризиса, санкций и нестабильности национальной валюты, малый бизнес остается основным методом развития внутреннего капитала России. Несмотря на положительное влияние малого бизнеса на экономику страны, предприниматели сталкиваются с такой проблемой, как налогообложение. Как правило, налогоплательщики, а в особенности предприниматели, некомпетентны в данном вопросе, что приводит к снижению развития малого бизнеса.[1]

Основные виды налогов для малого бизнеса (таблица 1).

Таблица 1.

Виды налогообложения.	Проценты	Налоговой кодекс РФ.(Раздел/ глава.)
I. Налог на добавленную стоимость.	18%	Раздел VIII.Глава 21.

II. Налог на прибыль организации.	Для предприятий: 20%. Для ИП 13%.	Раздел VIII. Глава 25.
III. Единый сельскохозяйственный налог.	5%	Раздел VIII.1. Глава 26.1.
IV. Упрощенная система налогообложения.	15%	Раздел VIII.1. Глава 26.2.
V. Патентная система налогообложения.	-	Раздел VIII.1. Глава 26.5.

Вся информация о налогах содержится в налоговом кодексе Российской Федерации. [2]

Основными недостатками существующей системы налогообложения субъектов малого бизнеса являются следующие:

1. Система налогообложения сложна и запутанна. Фактически не соблюдается норма п. 6 ст. 3 Налогового кодекса РФ, предусматривающая формулировку актов законодательства о налогах и сборах таким образом, чтобы «каждый точно знал, какие налоги и сборы и в каком порядке он должен платить». Сегодня уплата налогов требует от предпринимателя профессиональных знаний по учету и налогообложению либо найма высокооплачиваемых специалистов по бухучету и налогам.

В России система налогов имеет очень сложную структуру. В ней присутствуют различные налоги, отчисления, акцизы и сборы, которые, по сути, почти ничем друг от друга не отличаются. Однако такая масса платежей приводит к тому, что бухгалтерия предприятий очень часто ошибается при отчислениях налогов, в результате чего предприятие платит пени за несвоевременную уплату налога.

2. Чрезмерно высокое налоговое бремя. Очевиден приоритет фискальных интересов государства над всеми остальными. Сегодня в стране ставки налогов устанавливаются без достаточного экономического анализа их воздействия на производство, на стимулирование инвестиций и т.д. Между тем при установлении ставок налогов необходимо учитывать их влияние не только на это, но и на ликвидацию условий, способствующих вполне легальному уходу налогоплательщика от уплаты налогов. Аксиомой является тот факт, что последствия уклонения от налогов меньше, если различные виды доходов облагаются по одинаковым ставкам. В противном же случае наблюдается тенденция к перераспределению доходов в пользу тех, которые облагаются налогом по наименьшей ставке.

Действующая в стране система налогообложения со слабо проработанными теоретически и экономически ставками налогов вынуждает вводить новые (и подчас совсем не рыночные) виды изъятий, способные, по мнению властей, сгладить негативные последствия, связанные с произвольностью ставок налогов на отдельные доходы. Поэтому сейчас из-за более низкой ставки выгоднее направлять средства на оплату труда, нежели

платить налог с прибыли.

3. Нестабильность законодательства. Недостаточная четкость и ясность нормативных документов, и слишком частые изменения налогового законодательства затрудняют работу самих налоговых служб, делают бесправным налогоплательщика. Все изменения в налоговом законодательстве должны осуществляться одновременно с внесением соответствующих уточнений в бюджеты исключительно путем внесения изменений в законодательные и нормативные акты по налогам.

Еще одной проблемой является налоговая отчетность предпринимателей. Она становится все более сложной и запутанной. На начальном этапе становления и развития нового бизнеса, предприниматель сталкивается с проблемами ведения бухгалтерского учета и налоговой отчетности. Отсутствие знаний, а также запутанность законодательства в отношении этих вопросов, являют начинающему предпринимателю реальные проблемы, грозящие большими штрафными санкциями. Сложившаяся ситуация увеличивает расходы предпринимателя на обеспечение учета и налоговой отчетности, так как стоимость подобных услуг растет. [3][6]

Пути решения

Все вышеперечисленные проблемы можно решить, проведя грамотную реформу существующей системы налогообложения малого бизнеса. Для этого можно использовать успешный опыт других стран.

Для примера возьмём США. Использование наработок штатов в данной сфере могло бы повысить качество и эффективность налогового администрирования в отечественных налоговых инспекциях. Прежде всего, стоит уделить внимание четкой регламентация процедур налогового контроля и строгим мерам принуждения, а также высокому уровню развития информационной автоматизации налогового администрирования и доступу налоговых служб к обширным информационным ресурсам. Это основные составляющие любой экономическо-развитой страны, которые можно применить для налоговой системы в Российской Федерации.[4] [5]

Также важно повышать уровень знаний самих предпринимателей в сфере налогообложения. Только при таких условиях российский малый бизнес сможет развиваться и быть конкурентоспособным.

Совершенствование налогообложения субъектов малого предпринимательства должно быть основано на оптимальном сочетании интересов государства и малого бизнеса. Поэтому необходим переход от гипертрофированной реализации фискальной функции налогообложения к активно-стимулирующей. Данные условия будут способствовать развитию малого предпринимательства, усилить его социальную значимость и стимулировать инвестиционную активность.

Для того, чтобы налоговое бремя было посильным для малых предприятий, чтобы количество их росло, и они стремились вести свой бизнес в легальной, а не теневой экономике, необходима однозначность, стабильность системы налогообложения и справедливый уровень изъятия

части доходов. Также должны быть предприняты меры по борьбе с предоставлением незаконных льгот и с ведением не отражаемой в бухгалтерском учете хозяйственной деятельности, путем ужесточения контроля за движением наличных денег в легальном секторе, и перекрытие каналов их перетока в «теневой» сектор, за рубежомными банковскими счетами юридических и физических лиц (в том числе за оффшорными счетами), а также за предприятиями, оказывающими услуги по созданию оффшорных фирм и открытию зарубежных банковских счетов, за практикой осуществления расчетов за реализованную продукцию через счета специально создаваемых структурных подразделений. [3]

Использованные источники:

1. Леликова Н.А., Конвисарова Е.В. Оценка тенденций применения специальных налоговых режимов в России// Современные проблемы науки и образования.-2015-№ 1-1-С. 618.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) Часть 2 от 05.08.2000 N 117-ФЗ(действующая редакция от 28.06.2014),<http://www.consultant.ru>.
3. Трунина В.Ф., Горбунова А.А. Проблемы налогообложения субъектов малого бизнеса РФ и пути их решения//Международный научно-исследовательский журнал.-2015-№ 4-2(35)-С. 59-61
4. Ефремова Т.А. Зарубежный опыт налогового администрирования и возможности его применения в практике налоговых органов России//Stredoevropsky vestnik pro vedu a vyzkum.-2015-№63-С. 3
5. Леликова Н.А., Конвисарова Е.В. Зарубежный опыт налогообложения малого бизнеса//Успехи современного естествознания.-2014.-№12(2)-С. 127.
6. Низамова А.А., Конвисарова Е.В. Проблемы взыскания недоимок по налогам и сборам//Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований.-2016-№ 4-6-С.1771-1777.

Гришина Я.С.

студент 3 курса

факультет «Региональная экономика»

Уральский государственный экономический университет

Россия, г. Екатеринбург

РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКО-ТУРЕЦКИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

В статье рассматривается история экономических и политических отношений России и Турции. Поднимается вопрос значимости мирных взаимоотношений между странами. Исследуется товарооборот и экономическая зависимость государств друг от друга. Особое внимание уделяется современному состоянию дипломатических отношений между Россией и Турцией.

Ключевые слова: товарооборот, экономика, санкции, дипломатия

The article discusses the history of economic and political relations between Russia and Turkey. It raises the question of the importance of peaceful relations

between the two countries. We investigate the trade and economic dependence of states from each other. Particular attention is paid to the current state of diplomatic relations between Russia and Turkey.

Keywords: trade, economy, sanctions, diplomacy

История российско-турецких отношений насчитывает более пяти веков. Её началом принято считать период правления князя Ивана III. Сохранился документ по вопросам морской торговли, датированный 30 августа 1492 г., который был направлен османскому султану Баязету II. Предпосылками к развитию отношений было завоевание турками Крыма, в результате чего границы двух государств сблизились. Через два столетия (в 1701 г.) в Стамбуле на постоянной основе было открыто посольство Российской империи [1, 5].

В этот временной промежуток уместились три русско-турецкие войны. Всего же за всю историю государства двенадцать раз воевали друг против друга. Последнее военное противостояние относится к Первой мировой войне 1914-1918 гг., когда Российская и Османская империи находились в разных противоборствующих лагерях, как, впрочем, неоднократно бывало и в прежние века. В целом, можно сказать, что страны на протяжении столетий были скорее традиционными врагами друг для друга, нежели партнёрами.

После распада Российской и Османской империй, родившиеся на их обломках новые государства, начали строить отношения «с нуля», чему в значительной степени способствовали революционные перемены в России и Турции. Важную роль в налаживании отношений между странами в это время сыграла помощь финансами и оружием, которую Советский Союз оказал армии Ататюрка, ведущей борьбу с английскими и французскими оккупационными силами. В итоге 3 июня 1920 г. между странами были установлены дипломатические отношения, 16 марта 1921 г. был подписан Договор о дружбе и братстве, а 17 декабря 1925 г. был заключен Советско-турецкий договор о дружбе и нейтралитете.

Важной чертой двусторонних отношений 1930-х годов стало активное развитие экономического сотрудничества между СССР и Турецкой Республикой. Благодаря кредитам и участию специалистов из Советского Союза в Турции была создана легкая промышленность, построены крупные современные хлопчатобумажные комбинаты в Кайсери и Назилли.

Одной из целей советской помощи Турции было получение контроля над Черноморскими проливами. Однако ни в 1923 г., ни в 1936 г., когда после подписания конвенции Монтрё был установлен действующий режим прохода кораблей, этого сделать не удалось. Тщетны оказались и более поздние попытки, когда во время Потсдамской конференции в июле 1945 г. СССР предлагал разместить там свои военные базы.

В годы Великой Отечественной войны Турция не только пропускала в Чёрное море военный флот фашистской Германии, но и поставляла ей сырьё военного и стратегического назначения, что не могло не отразиться на

двусторонних отношениях. В марте 1945 г. Советский Союз денонсировал Договор о дружбе и нейтралитете, а последующие попытки Турции заключить новый не увенчались успехом.

В 1950-е годы Турция в поисках военной поддержки переориентировалась на запад, получив кредиты на вооружения от США. В 1952 г. государство стало членом НАТО, а в 1962 г. размещение на территории Турции американских баз с ядерным оружием спровоцировало Карибский кризис, поставив мир на грань ядерной войны [5].

Тем не менее, после смены турецкого руководства и вывоза ядерного оружия с территории страны, отношения государств несколько потеплели. Так, например, Турция не присоединилась к антисоветским санкциям, принятым рядом стран после ввода советских войск в Афганистан, а СССР ранее с пониманием отнёсся к вторжению Турции на Кипр.

После распада СССР в отношениях двух стран произошли заметные перемены. Россия (как правопреемница СССР) и Турция сохранили договорно-правовую базу, но при этом из отношений исчезла идеологическая составляющая. Это позволило вывести на новый уровень экономическое сотрудничество.

В течение 1990-х годов стабильно рос двусторонний товарооборот, расширялась договорно-правовая база сотрудничества, на российский рынок пришли турецкие компании, заключались взаимовыгодные контракты по строительству инфраструктуры, быстрыми темпами развивалось сотрудничество в сфере туризма. Особенно быстро экономические отношения двух стран стали развиваться после прихода к власти в Турции в 2002 г. Р.Т. Эрдогана и его Партии справедливости и развития.

В середине 2000-х годов на территории России работало более 200 турецких фирм и более 700 фирм и компаний с турецким капиталом. Россия поддерживала их присутствие на своём рынке и способствовала расширению их деятельности в стране.

Важнейшей сферой двустороннего экономического сотрудничества Турции и России стал топливно-энергетический комплекс. Ещё в 1984 и 1997 годах были заключены соглашения о поставках российского природного газа в Турцию. Согласно первому, с 1987 по 2003 год включительно из России в Турцию было экспортировано около 105,8 млрд. куб. м природного газа. Согласно второму, Россия обязалась в течение 25 лет поставить 365 млрд. куб. м газа на общую сумму около 25 млрд. долл. США [11].

В 1997 г. стороны подписали соглашение по строительству газопровода «Голубой поток», который обеспечил прямой маршрут российского природного газа в Турцию через акваторию Черного моря. Другим маршрутом является газопровод через территорию Украины, Молдавии, Румынии и Болгарии. Помимо газа Россия стала для Турции главным поставщиком нефти и каменного угля.

По данным Росстата на 2014 г., товарооборот между Россией и Турцией достиг 31,1 млрд. долл. (на 5% меньше чем в 2013 г. и на 9,3% исторического

максимума 2012 г., см. табл. 1), что составляет 4% внешнеторгового товарооборота России. Внешнеторговое сальдо РФ в торговле с Турцией традиционно положительное (17,8 млрд. долл. в 2014 г.).

Турция занимает 5 место в географической структуре российского экспорта (24,45 млрд. долл. или 4,9% экспорта из РФ) и 13 место – в структуре импорта (6,65 млрд. долл. или 2,3% импорта). Россия для Турции является вторым торговым партнёром после Германии [15].

Таблица 1 - Основные показатели взаимной торговли России и Турции в 2009-2014 гг., млрд. долл. [4]

	2000	2005	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Товарооборот	3,45	12,57	19,59	25,18	31,71	34,28	32,75	31,10
Экспорт	3,01	10,84	16,38	20,32	25,35	27,43	25,48	24,45
Импорт	0,35	1,73	3,22	4,87	6,36	6,86	7,27	6,65
Внешнеторговое сальдо	2,75	9,11	13,16	15,45	18,99	20,57	18,20	17,80

В структуре российского экспорта в Турцию основная доля поставок приходится на минеральные продукты, минеральное топливо, нефть и продукты их перегонки – 64,1%, а также на металлы и металлопродукцию – 19,3%.

Удельный вес продовольствия и сельхозсырья составляет 9,7%, продукции химической промышленности – 4,7%, древесины и целлюлозно-бумажных изделий – 1,2%, машиностроительной продукции – 0,7%.

Основные экспортные товары: природный газ, сырая нефть и нефтепродукты, полуфабрикаты из нелегированной стали, прокат плоский из нелегированной стали горячекатаный и холоднокатаный, необработанный алюминий, пшеница, каменный уголь, отходы и лом черных металлов, масло подсолнечное, руды и железные концентраты.

В структуре импорта 30,8% всего объёма приходится на машины, оборудование и транспортные средства. Доля продовольственных товаров и сельхозсырья составляет 26,5%, на текстиль, изделия из него и обувь приходится 16,3% импорта. Продукция химической промышленности составляет 11,1% общего объёма.

Удельный вес в российском импорте из Турции металлов и изделий из них составляет 6,8%, других товаров (в основном мебели и изделий из камня) – 4,4%, минеральных продуктов – 2,2%.

Основные импортные товары: свежие овощи и фрукты, цитрусовые, рыба, семена подсолнечника, легковые автомобили и их компоненты, трикотаж, суда, трубы и фитинги из пластмасс, стальной прокат, обувь, моющие средства, оборудование для обработки минеральных ископаемых, машины и механические устройства с индивидуальными функциями, бытовая техника, крепежная арматура и фурнитура, мебель.

Главными особенностями взаимной торговли являются ее

несбалансированность по объёмам и по структуре. Дисбаланс в пользу российской стороны турецкой стороне в определенной степени удается компенсировать доходами от туризма, «челночной» торговли, денежными переводами от своих граждан, а также турецких строительных и других фирм, работающих в России (по экспертным оценкам – порядка 10 млрд. долл.) [12].

Россия – вторая страна после Германии по количеству приезжающих в Турцию туристов (в 2014 г. Турцию посетили 5,4 млн. немцев и почти 4,5 млн. человек из России). С 2011 года между Россией и Турцией действовал безвизовый режим [15].

К наиболее важным инвестиционным проектам можно отнести строительство АЭС «Аккую» (4 энергоблока мощностью по 1200 МВт каждый) на территории Турции в рамках вступившего в силу в 2011 г. Соглашения между правительствами России и Турции о сотрудничестве в области использования атомной энергии в мирных целях [9].

В 2013 г. состоялось подписание контракта на строительство 3-х блоков ГЭС «Кыгы» (46,67 МВт каждый).

В 2014 г. после отказа Болгарии от реализации проекта «Южный поток» началась разработка маршрута транспортировки газа в Европу по дну Чёрного моря через территорию Турции («Турецкий поток»). Предполагалось, что газопровод будет состоять из четырех ниток по 15,75 млрд. куб. м газа каждая, при этом по одной из них газ будет получать Турция.

Из других проектов стоит отметить запуск в 2011 г. завода по производству листового проката в Искендеруне (совместный проект ОАО ММК и турецкой компании «Атакаш» стоимостью 1,4 млрд. долл.), запуск в 2012 г. сборочного производства автомобилей «ГАЗель БИЗНЕС» холдинга «Группа ГАЗ» и Mersa Otomotiv в провинции Сакарья. В 2012 г. российский «Сбербанк» приобрел турецкий «Денизбанк». Сумма сделки составила 3,5 млрд. долл. [12].

Турецкие инвестиции направляются в российскую текстильную, пищевую, химическую, деревообрабатывающую, электронную и электротехническую промышленность, производство строительных и отделочных материалов, автомобилестроение и производство автокомпонентов, сферу услуг, торговлю, туризм, банковский сектор.

В целом экономические отношения двух стран имели хорошие перспективы для дальнейшего развития. Россия заинтересована в увеличении экспорта углеводородного сырья в Европу и турецких инвестициях. Турция же нуждается в энергоносителях: стране необходим российский газ, нефть, технологии для развития атомной энергетики. Кроме того, большое значение для туристического сектора имеют российские туристы, а для турецких строительных компаний – российский рынок.

В области торговли главами России и Турции ставилась задача достижения к 2020 г. уровня товарооборота в 100 млрд. долл. [13]. Однако в свете ухудшения отношений, которое произошло в конце 2015 г., этим планам, скорее всего, не суждено сбыться. Поводом стал инцидент,

произошедший 24 ноября 2015 г. в небе на севере Сирии, когда российский бомбардировщик Су-24 был сбит ракетой типа «воздух-воздух», пущенной турецким F-16, и упал в 4 км от границы с Турцией. В результате погиб российский пилот и морской пехотинец, участвовавший в операции по спасению экипажа.

Президент В. Путин назвал этот инцидент «ударом в спину» со стороны пособников террористов». Президент Турции заявил, что неопознанный военный самолет вторгся в турецкое воздушное пространство, и в течение пяти минут ему было сделано десять предупреждений. Это утверждение, в свою очередь было опровергнуто российской стороной. Россия потребовала извинений за сбитый самолёт, расследования и поиска виновных, однако до сих пор Турция не выполнила требований Москвы [7].

Данный агрессивный акт со стороны Анкары стал следствием разных политических интересов, преследуемых Россией и Турцией в Сирии. Незадолго до инцидента российская авиация усилила свои удары по позициям в северной Латакии, где находятся поселения туркоманов, культурно и лингвистически близких туркам и выступающих против действующего режима Асада, поддерживаемого Россией. Результатом кризиса в отношениях двух стран стал ряд экономических санкций, введённых преимущественно российской стороной.

Был введён временный запрет на ввоз на территорию России отдельных видов товаров из Турции, в частности, сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия.

Также был введен запрет или ограничение на выполнение турецкими компаниями отдельных видов работ и услуг на территории России. В частности, под запрет попали турецкие строительные и туристические компании. Российским работодателям с 1 января 2016 г. было запрещено нанимать работников из числа граждан Турции. Кроме того, с 1 января 2016 г. было приостановлено действие безвизового режима с Турцией. Туроператорам и турагентам, согласно указу президента РФ, надлежит воздерживаться от реализации гражданам России туристических путёвок в Турцию.

Помимо введённых мер на неофициальном уровне было приостановлено сотрудничество по совместным энергетическим проектам.

Ответные санкции Турции ограничились запретом на перевозки по её территории российским транспортом, введением штрафных пошлин в отношении российской стали, а также прекращением ряда контактов с Татарстаном.

Наибольший удар российских санкций пришёлся на турецкие строительные компании, вынужденные уйти с рынка и уступить место российским [14], а также на туристическую сферу. В апреле 2016 г. туристический поток в Турцию рухнул на рекордные за 17 лет 28,1% (меньше на 700 тыс. человек, чем в аналогичный период в 2015 г.). При этом турпоток из России упал на 79,3% (с 150 тыс. до 31 тыс. человек) [6]. В России с целью

заместить турецкое (а также египетское) направление в данный момент ведется активная работа по политике снижения цен и упрощению процедуры получения визы для посещения Болгарии, Италии и Греции [3].

Что касается замены турецкой сельхозпродукции, то Минсельхоз предлагает заменить её продукцией из Ирана, Марокко, Израиля, Азербайджана, Узбекистана. Ведомство договорилось об увеличении поставок с Марокко, Египтом, Китаем и Ираном и расширении номенклатуры поставляемой в Россию сельхозпродукции [2].

Несмотря на кризис в отношениях между двумя государствами, многие эксперты высказывают мнение, что Россия и Турция не могут покинуть свое геополитическое пространство и обречены либо на сотрудничество, либо на жесткие столкновения. И из этих двух вариантов, безусловно предпочтительней первый. По мнению экспертов, Россия меньше всего хотела бы конфликтовать с Турцией, но этот сценарий неизбежен, и в краткосрочной перспективе сторонам не удастся вернуться на докризисный уровень сотрудничества [8, 1, 16].

И с этим утверждением нельзя не согласиться. С одной стороны ни Россия, ни Турция не хотят терять в лице друг друга одного из важнейших экономических партнёров. Но с другой стороны, огромное количество сделанных недружественных шагов и конфликт геополитических интересов, как на Ближнем Востоке, так и на Кавказе и даже в Крыму, и превалирование их над экономическими, делает ближайшее улучшение отношений маловероятным.

Использованные источники:

1. 95 лет российско-турецким дипломатическим отношениям: исторические факты и перспективы // Международная жизнь - URL: <https://interaffairs.ru/news/show/13476> (дата обращения: 26.05.2016)
2. Антисанкционная корзина: чем ретейлеры заменили турецкие продукты // РБК - URL: <http://www.rbc.ru/business/13/01/2016/5694c1329a79474bfd845d93> (дата обращения: 26.05.2016)
3. «Беспрецедентный» туристический сезон 2016 // ТПП-Информ - URL: http://old.tpp-inform.ru/analytic_journal/6482.html (дата обращения: 26.05.2016)
4. Внешняя торговля Российской Федерации со странами дальнего зарубежья // Росстат - URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_11/IssWWW.exe/Stg/d02/27-06.htm (дата обращения: 26.05.2016)
5. История российско-турецких отношений. Справка // РИА Новости - URL: <http://ria.ru/politics/20100113/204301523.html> (дата обращения: 26.05.2016)
6. Кризис российско-турецких отношений // Газета - URL: <http://www.gazeta.ru/news/seealso/7936919.shtml> (дата обращения: 26.05.2016)
7. Крушение российского самолета Су-24 24 ноября 2015 года // РИА Новости - URL: <http://ria.ru/spravka/20151224/1346908322.html> (дата обращения: 26.05.2016)
8. «Мечтатели хотят вернуться к Османской империи» // Россия в глобальной политике - URL: <http://www.globalaffairs.ru/diplomacy/Mechtateli-khotyat->

vernutsya-k-Osmanskoi-imperii-18009 (дата обращения: 26.05.2016)

9. Нормативные акты по названию // Единый портал ВЭИ Минэкономразвития РФ - URL: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/tr/tr_ru_relations/tr_rus_agreements/ (дата обращения: 26.05.2016)

10. Прошла всероссийская научная конференция «Перспективы развития российско-турецких отношений» // АНО «Центр востоковедных исследований, международных отношений и публичной дипломатии» - URL: <http://vostis.ru/novosti/proshla-vserossijskaya-nauchnaya-konferenciya-perspektivy-razvitiya-rossijsko-tureckix-otnoshenij.html> (дата обращения: 26.05.2016)

11. Российско-турецкое экономическое сотрудничество // Вести - URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=117401&tid=29148> (дата обращения: 26.05.2016)

12. Россия и Турция: на кону \$2,26 млрд // Вести. Экономика - URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/64762> (дата обращения: 26.05.2016)

13. Россия и Турция намерены довести уровень товарооборота в \$100 млрд // ИА REGNUM - URL: <http://regnum.ru/news/1910279.html> (дата обращения: 26.05.2016)

14. Турки уйдут со стройки // Газета - - URL: <http://www.gazeta.ru/business/2015/11/26/7918835.shtml> (дата обращения: 26.05.2016)

15. Что Турция значит для России // Коммерсантъ - URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2827380> (дата обращения: 26.05.2016)

16. Эксперты спрогнозировали обострение отношений России и Турции в 2016 году // Взгляд - URL: <http://www.vz.ru/news/2015/12/29/786547.html> (дата обращения: 26.05.2016)

*Грищенко А.А.
студент 4 курса
филиал Брянского Государственного
университета им. ак. И.Г.Петровского
Россия г. Новозыбков*

ПОВЫШЕНИЕ НАГЛЯДНОСТИ УРОКА ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА С ПОМОЩЬЮ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Аннотация: данная статья показывает повышение наглядности уроков физической культуры, в которых используют информационно коммуникационные технологии, а именно - презентации.

Annotation: This article shows the increase in the visibility of physical education lessons, which use information and communication technology - namely the presentation.

Ключевые слова: информатизация образования, физическая культура, презентация.

По словам Белоус Н.Н. «Активный информационный обмен, происходящий в мировом сообществе, приобрел глобальный характер и стал сущностью процесса информатизации всех сторон жизни общества».[2]

Современное общество неразрывно связано с процессом информатизации. Происходит повсеместное внедрение компьютерных технологий. При этом одно из приоритетных направлений процесса информатизации современного общества — информатизация образования. Эта тенденция соответствует изменившимся целям среднего образования, которые требуют обновления методов, средств и форм организации обучения. Введение курса информатики и вычислительной техники привело к оснащению образовательных школ компьютерными классами и созданию предпосылки применения компьютеризованных технологий в преподавании других предметов, в частности - физической культуры. Увеличивающиеся информационные потоки требуют нового уровня в обработке и осмыслении информации, быстрого и эффективного усвоения новых приемов ее представления.[1]

Многие объяснения техники выполнения разучиваемых движений, исторические справки и события, биографии спортсменов, освещение теоретических вопросов различных направлений не могут быть показаны ученикам непосредственно. Поэтому мы используем на уроке демонстрационные средства (слайды, картины, анимации, видеозаписи), что способствует формированию у детей образных представлений, а на их основе — понятий. Причем эффективность работы со слайдами, картинами и другими демонстрационными материалами будет намного выше, если дополнять их показом схем, таблиц. Проблема создания электронных учебных пособий по физической культуре, к которым относятся и учебные презентации, на сегодняшний день весьма актуальна. Это создаёт условия для получения и активизации теоретических знаний по физической культуре на основе использования электронных презентаций и компьютерных тестов и увеличение динамизма и выразительности излагаемого материала. Предлагаемые формы приводят к повышению мотивации, росту эмоциональной выразительности урока.[3]

Электронные презентации на теоретических уроках по физической культуре предназначены для решения ряда педагогических задач. Их использование позволяет нам значительно повысить производительность обучения, так как одновременно задействованы зрительный и слуховой каналы восприятия. Наличие конспектов в виде тематических электронных презентаций предоставляет возможность организации самостоятельной работы учащихся с подобного рода ресурсами. Обязательным условием электронной презентации является наличие иллюстративного материала.

Электронная презентация содержит обширный теоретический материал для изучения физической культуры. Но не менее важен и тот стимул, который несёт в себе процесс подготовки электронной презентации к углубленному

изучению предмета. Кроме того, понятия и абстрактные положения до сознания учащихся доходят легче, когда они подкрепляются конкретными фактами, примерами и образами; и потому для раскрытия их необходимо использовать различные виды наглядности. Именно поэтому в учебных презентациях мы свели текстовую информацию к минимуму, заменив её схемами, диаграммами, рисунками, фотографиями, анимациями, касающихся физической культуры и спорта.[1]

При применении информационных технологий следует учесть возможные медицинские и психологические ограничения. Демонстрация презентации не должна занимать более 15 минут подряд. Так же необходимо учесть, что слишком частое использование информационных технологий в течение многих уроков подряд приводит к потере интереса к ним.[3]



Использованные источники:

1. Афонин И.В. Внедрение информационно-коммуникационных технологий на теоретических уроках физической культуры через использование электронных презентаций.//режим доступа: <http://festival.1september.ru/articles/516960/>
2. Белоус Н.Н. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук №02 (73) 2015 г. Ч.II.
3. Плугатрева Р.А. Использование презентаций Power Point на уроках физической культуры.//режим доступа: <http://nsportal.ru/shkola/fizkultura-i-sport/library/2015/01/14/ispolzovanie-prezentatsiy-power-point-na-urokakh-0>

Грищенко А.Е.
студент гр. БЭс-141, 2 курс
Визуляров Р.С.
студент гр. БЭс-142, 2 курс
Овчинникова И.В.

научный руководитель, старший преподаватель
(СПД)

Россия, г. Кемерово

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Аннотация: данная статья посвящена роли и значению бухучета в управлении предприятием.

Ключевые слова: Бухгалтерский учет, рыночная экономика, информация.

Бухгалтерский баланс – основная форма в системе отчетности

Формирование рыночных отношений, международные, хозяйственные и финансовые связи приняли в число важных проблем вопрос об улучшении бухгалтерского учета и отчетности, приближении их содержания и методов к международным нормам. Началось применение международных норм бухгалтерского учета и отчетности в 1992 году.

Основная форма бухгалтерского учета - баланс. Баланс характеризуется тем, что в нем предметы учета показываются дважды и рассматриваются с двух точек зрения [4].

Бухгалтерский учет и отчетность, функционирующие в Российской Федерации складываются по тем же принципам, которые положены в основу международных стандартов финансовой отчетности. Если бухгалтерский учет сейчас называют «международным языком бизнеса», в таком случае и основы, правила составления форм отчетности должны соответствовать требованиям времени [5].

При составлении форм отчетности нужно отталкиваться от учетных принципов, обычно зависящих от того, насколько точно они соответствуют трем аспектам: уместности, объективности и осуществимости.

Система показателей отчетности - особый тип записей, которые являются кратким извлечением из текущего учета, отражающих сводные данные о состоянии и результатах деятельности предприятия, его подразделений, за отчетный период. Документ содержит количественные и качественные характеристики, стоимостные и натуральные показатели. Сводные данные о состоянии и результатах деятельности предприятия, его подразделений за определенный период формируются на основании бухгалтерского, статистического и оперативно-технического учета [4].

Развитие отчетности на предприятии необходимо для внутреннего управления, и для предприятия внешним пользователям с целью принятия аргументированных заключений и решений.

В концепции экономической информации, бухгалтерская отчетность является одним из основных инструментов управления, содержащих наиболее синтезированную и обобщенную информацию.

Сведения бухгалтерской отчетности применяют для разных целей и на разных этапах управления. Регулярное изучение бухгалтерских отчетов выявляет причины достигнутых успехов, и кроме того, недочетов в работе предприятия, помогает наметить пути повышения эффективности деятельности предприятия.

Бухгалтерская отчетность - это база объективной оценки хозяйственной деятельности предприятия, основа текущего и перспективного планирования, действенный инструмент для принятия управленческих решений [1].

Бухгалтерский учет и его роль в управлении предприятия

Данные отчетности используются внешними пользователями для оценки эффективности деятельности организации, и для экономического анализа самой организации. Отчетность необходима для последующего планирования. Она должна быть своевременной и достоверной. В отчетности должна обеспечиваться сопоставимость отчетных данных с показателями за прошлые периоды.

Организации составляют отчеты согласно инструкциям и форме, утвержденным Минфином и Госкомстат Российской Федерации. Общая концепция показателей отчетности организации позволяет составлять отчетные сводки по отдельным отраслям, экономическим районам, республикам и по всему народному хозяйству в целом.

Общепринято, что бухгалтерский учет предприятия обязан осуществляться по установленным требованиям. Трудность состоит в установлении такой совокупности правил, осуществление которых гарантировала бы наилучший эффект отведения учета. Эффект в данном случае - это своевременное формирование управленческой и финансовой информации, ее достоверность, доступность и полезность для широкого круга пользователей [5].

Общие утверждения учетной политики предприятия устанавливают основные принципы развития и раскрытия учетной политики организации [2].

Учетная политика организации - это принятые её общность способов ведения бухучета первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового суммирования фактов хозяйственной деятельности.

Учётной политике организации необходимо обеспечить: полное отражение в бухгалтерском учёте всех факторов хозяйственной деятельности, актуальное отражение фактов хозяйственной деятельности в бухучёте и отчётности.

Сведения о финансовой отчётности не используется внешними пользователями, заинтересованными юридическими и физическими лицами: поставщиками, покупателями, настоящими и потенциальными кредиторами, кредитными учреждениями, налоговыми и статистическими органами, а так же для экономического анализа в самой организации. В следствии

бухгалтерские отчёты способствуют информированности служащих об управленческих планах и политике, побуждают работающих в организации действовать в соответствии с общими целями и задачами [3].

Исходя из бухгалтерской (финансовой) отчётности изменяющиеся решения о распределении инвестиционных ресурсов, определяются экономической политикой в регионах, выявляются влияния хозяйственных процессов на общественное положение отдельных членов общества и др.

В последнее время в связи с реализацией рыночных реформ был произведен ряд методологических и организационных работ, нужных для ввода системы национальных счетов (СНС) в российскую учётную практику. Бухгалтерская отчётность формируется в рамках конкретного предприятия на микроуровне [2].

Освоение государственной программы перехода на международные стандарты в области бухучёта и статистики должно обеспечить своевременную разработку наиболее важных показателей СНС. Так как СНС возникла гораздо позднее бухучёта, она восприняла многие общие его принципы, такие как: принцип двойной записи каждой операции, разграничение между активами и пассивами, оценки отдельных статей доходов и расходов. Эта общность состоит в том, что в конечном счете задачей обеих систем учёта и отчётности будет обеспечение информации для принятия решений, связанных с управлением экономикой и повышением её эффективности, хоть и на различных уровнях.

Сейчас улучшаются рекомендации по уточнению бухгалтерской отчётности организаций с задачей интеграции финансовых показателей в систему счетов по разделам экономики. Ближайшим вопросом, стоящим перед экономической наукой, служит обеспечение через бухгалтерский баланс и др. формы отчётности информационной базы системы национального счетоводства [4].

Использованные источники:

1. Аснин, Л.М. Бухгалтерский учет и аудит / Л.М. Аснин. – Ростов н/ Д.: Феникс, 2014. – 555 с.
2. Гаврилова, А.Н. Финансовый менеджмент / А.Н. Гаврилова. – М.: КНОРУС, 2012. – 432 с.
3. Дыбаль, С.В. Финансовый анализ: теория и практика / С.В. Дыбаль. – СПб.: Издательский дом Бизнес – пресса, 2012. – 420 с.
4. Илышева, Н.Н. Анализ финансовой отчетности / Н.Н. Илышева. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2013. – 431 с.
5. Овчинникова, Ирина Васильевна. Бухгалтерский финансовый учет : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 38.03.01 «Экономика», профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / И. В. Овчинникова, Е. И. Левина; ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева», Каф. упр. учета и анализа. Кемерово, 2016. 424 с.

*Громов Е.И., к.э.н.
доцент
Барсуков М.Г.
ассистент
Головки Е.С.
студент
ФГБОУ ВО СтГАУ
Россия, г. Ставрополь*

АНАЛИЗ РЕАЛЬНЫХ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация: В данной статье рассмотрены доходы населения в современной России за период 2007-2016 годов. Проанализирована статистика заработной платы в этот же период, составлен прогноз номинальной заработной платы и сделаны предположения о реальных доходах населения России в 2017-18 годах.

Ключевые слова: доходы, реальные доходы, населения, заработная плата, товары и услуги, экономическая ситуация, санкции.

Доходы являются неотъемлемым условием в жизни каждого человека. С помощью доходов можно удовлетворить все свои потребности и желания.

Актуальность данной статьи заключается в том, что одним из приоритетных признаков современного гражданина в обществе является величина реального дохода. Именно реальный доход показывает финансовые возможности потребителя для приобретения товаров и услуг.

Под доходами населения понимают денежные суммы или материальные ценности, которые были получены в течение определенного периода в результате осуществления какой-либо деятельности.

Реальные доходы населения определяются как совокупность всех полученных доходов – за минусом постоянных расходов, куда относятся налоги, коммунальные платежи, добровольные взносы и так далее. Реальные доходы – это тот набор продуктов, товаров и услуг, который можно приобрести на заработанные деньги, они зависят от инфляции и социальных доходов.

Рассмотрим данные о заработной плате в России в период 2007-2016 годов.

Таблица 1 – Средний уровень заработной платы в России в 2007-2016 гг.

№	Год	Средний уровень заработной платы, руб.	Темп роста, %	
			Базисный	Цепной
1	2007	13593	-	-
2	2008	17290	3697	3967
3	2009	18638	5045	1348
4	2010	20952	7359	2314
5	2011	23369	9776	2417
6	2012	26909	13316	3540

7	2013	26870	13277	-39
8	2014	27700	14107	830
9	2015	28698	15105	998
10	2016	28132	14539	-566

Данные: сайт федеральной службы государственной статистики

По данным таблицы 1 можно сделать вывод, что до 2015 года в России наблюдался рост номинальной заработной платы. В 2016 году реальная заработная плата была снижена.

Проанализируем имеющиеся данные по среднему уровню заработной платы в России в 2007-2016 годах с помощью пакета анализа данных Excel. Будем использовать для прогноза линейную функцию, так как $R^2 = 0,9134$. Стандартная ошибка равна 1662,4 это означает, что фактическая величина среднегодовой заработной платы может отличаться от прогнозируемых значений не более чем на 1662,4 руб./год, что в свою очередь может привести к увеличению или сокращению реальных доходов населения.

Так же, значение t-критерия Стьюдента фактическое – 3,21, табличное (при уровне 0,01) – 3,35, значит оснований отвергать гипотезу нет. Значение F-критерия Фишера расчетного – 4,71; F-табличного – 5,32. $F_{расч.} < F_{табл.}$. Следовательно, на 95 % рассматриваемая зависимость является статистически значимой, а модель является качественной.

Сделаем прогноз заработной платы на 2017 и 2018 года.

$$Y_{2017} = 2625,1 * 11 + 3971,8 = 32847,9 \text{ руб.}$$

$$Y_{2018} = 2625,1 * 12 + 3971,8 = 35473 \text{ руб.}$$

Можно сделать вывод, что несмотря на рост заработной платы, реальные доходы населения сокращаются. Например, в 2015 году реальные доходы упали на 7%. В 2016 году россияне стали тратить более 50% доходов на продукты питания. В феврале 2016 года пищевые продукты впервые за восемь лет заняли большую часть – 50,1% – в обороте розничной торговли России.

Ограничение на ввоз продуктов питания из-за границы привело к повышению цен, но дало толчок для роста, рост составил 3%. В целом это должно повысить продовольственную безопасность страны, улучшить условия жизни на селе.

Такая же тенденция должна сохраниться в 2017 году. На это оказывает влияние не только санкции, примененные к нашей стране, но и общемировое падение цены на нефть. Ухудшение экономической ситуации в России связано также с текущими условиями кредитования, а также вынесенный мораторий на накопительные пенсионные взносы. Все это снижает инвестиционную привлекательность государства.

Кроме того, многие работодатели постепенно снижают или замораживают заработную плату, а в некоторых случаях прибегают и к вынужденному сокращению рабочих мест. Число предложений о приеме на работу снизилось на 12%, по сравнению с прошлыми периодами.

Таким образом, последние данные статистики, отражающие уровень

жизни в стране, сводятся к снижению доходов граждан, увеличению безработицы, росту задолженности по заработной плате в некоторых организациях и на предприятиях.

Часть экспертов возлагает надежды на некоторое улучшение ситуации в 2017 году и ее существенную нормализацию к концу 2018-го.

Согласно базовому сценарию экономический рост ожидается только к 2018 году. При этом его показатели составят всего 2%, что ниже общемирового (4-5%).

Таким образом, в зависимости от мер Правительства РФ зависит дальнейшее развитие. Эти меры скажутся на снижении уровня инфляции, уровне заработной платы и пенсий, тарифах, а значит и на реальных доходах населения. Наблюдаемая относительная стабильность экономического положения в стране позволит замедлить существующий уровень инфляции, увеличить реальные доходы населения и повысить возможность приобретения товаров и услуг. Показателем жизнеспособной сбалансированной экономики является высокая производительность труда людей, а показателем высоких реальных доходов будет их способность покупать на свои заработки производимые ими товары и услуги.

Использованные источники:

1. Антипов, Ю.В. Современная политика // Научный журнал. – 2015. – № 3 (89). – С. 212-221.
2. Волчков, А.Н. Доходы населения // Экономический журнал. – 2014. – № 4. – С. 41-46.
3. Сайт федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] <http://gks.ru/> (дата обращения: 08.05.2016).

*Грудина Е.П.
практикант
ООО «Эдельвейс»
Бурачинская Ю.В.
практикант
ООО «Эдельвейс»
Россия, г. Владивосток*

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ АВТОДОРОГ

В статье рассматриваются основные проблемы автомобильных дорог в России, а так же разрабатываются их оптимальные решения. Предлагаются инновации по совершенствованию налоговых источников. Отмечены преимущества по отмене транспортного налога. Непосредственно актуализируется роль дорожных фондов.

Ключевые слова: дорожная отрасль, дорожные фонды; налоговые источники, транспортный налог, ставки акцизов

THE MAIN PROBLEMS OF ROAD FINANCING

The article discusses the main challenges of the transport industry in Russia

, as well as developed optimum solutions. Proposed innovations for improving the tax sources . The advantages of the abolition of vehicle tax . Just updated the role of road funds .

Key words: road industry, road funds; tax sources, transportation tax, excise rates

Развитие автодорог напрямую влияет на развитие экономики страны. Дорожные системы – это целый механизм. Механизм подобный компьютерному процессу, где страна выступает в роли мощного компьютера, а дороги являются связующими мостами между главными элементами этого механизма. Как и в компьютерной среде, так и в жизни, мосты, то есть дороги, передают наиважнейшую информацию, в транспортной системе этой информацией выступает перевозка различных товаров и услуг между поселками, городами и странами.

Однако на данном этапе современное состояние автодорог отстает от норм транспортного процесса и тем самым сдерживает рост экономики. «Согласно статистике Росавтодора и Росстата, протяженность дорог с твердым покрытием (асфальтовым, бетонным, щебеночным, гравийным) в РФ составляет около 505 тыс. км. Для сравнения: протяженность дорог в Китае – более 3 млн. км, в США – около 4,4 млн. км, во Франции – свыше 1 млн. км» [1] (Таблица 1). Так же следует подчеркнуть, что скорость строительства дорог достаточно низкая. Например, Россия за год возводит дорог меньше, чем Китай за неделю. Так же необходимо учитывать то, что Россия, по сравнению с ведущими странами, которые занимают лидирующие места по качеству дорог, является самой обширной страной, из чего следует, что протяженность и количество дорожных систем должно превосходить любую другую страну, но, как видно на практике, этого не происходит.

Таблица 1

Протяженность дорог с твердым покрытием на одного жителя и на один автомобиль

	Россия	Китай	США	Франция
Протяженность дорог на одного жителя, м	3,6	2,2	14	15,7
Протяженность дорог на один автомобиль, м	14,8	76,4	18	27,8
Общая протяженность дорог с твердым покрытием, тыс. км	505	3056	4374	1027

В настоящее время можно выделить несколько основных проблем

препятствующих хорошему функционированию автодорог:

1. Финансирование по «остаточному принципу»
2. Нехватка квалифицированных работников
3. Отсутствие модернизации технологий и введения инноваций

Некачественные дорожные системы России представляют собой один из главных барьеров в усилении конкурентоспособности на мировом рынке. Для того чтобы исправить данное положение необходимо воздержаться от финансирования по так называемому «остаточному принципу» исходя из имеющихся денежных средств. Именно проблема недостатка финансирования является наиболее глобальной. Это стало заметно после отмены дорожных фондов в 2000-х годах. Восстановление ранее действующей системы дорожного фонда произошло в 2010 году [2]. Воссоздание привело к увеличению вложений денежных средств в дорожную отрасль (рисунок 1).



Расходы консолидированного бюджета РФ на дорожное хозяйство

Из рисунка видно, что финансирование за 2014 – 2015 год значительно увеличилось по сравнению с 2009, когда дорожный фонд был упразднен [3].

Поэтому необходимо разработать некоторый механизм, с помощью которого автодорожные предприятия будут иметь возможность стабильно погашать свои расходы; владельцы автотранспорта выделять денежные средства на реконструкцию и строительство дорог от степени их использования; а так же создать определенную систему контролирования за расходованием средств [4].

На данном этапе, когда дорожные системы развиваются медленно и отстают от требований моторизации населения в связи с нехваткой денежных средств, актуален вопрос о дополнительном привлечении инвестиций на строительство дорог и увеличении финансирования дорожного строительства.

Основными источниками наполнения денежного фонда на

строительство и реконструкцию федеральных дорог в настоящее время являются средства государства, сформированные из налоговых источников. К налоговым источникам относят транспортный налог, а также акциз на топливо [8]. Стоит заметить, что в цене одного литра топлива доля налога составляет менее 18 процентов, нежели с Европой, где доля акциза составляет 50 процентов.

В связи с дефицитом бюджета возникает необходимость совершенствовать налоговые источники. Правительство РФ на протяжении нескольких лет ведет споры об отмене транспортного налога с параллельным повышением ставок акцизов. Данный налог является целевым налогом, именно он направляется на развитие, строительство и содержание автодорог. Тем не менее, в настоящее время повышается разрыв между потребностями в повышении финансовых поступлений и возможностью повышать налоговый доход, так как в некоторых регионах уже повысили ставки налога до максимального значения [5].

Вместе с тем, нынешняя схема расчета не предполагает зависимость между ставкой налога и использованием дорог. Чтобы решить это противоречие необходимо либо внести в налоговый кодекс изменения с сохранением системы расчета, либо отказаться от транспортного налога, но выбрать новый источник формирования бюджета.

Отказываясь от транспортного налога, непосредственно появляется ряд преимуществ: во-первых, отказываясь от транспортного налога, повышаются акцизы на ГСМ, тем самым происходит зависимость величины налога от объема поездки - чем больше пользование автодорогой, тем выше налог. Во-вторых, возможность налогоплательщику самому регулировать сумму налога. Так налогоплательщик платит за наличие самого автомобиля, не зависимо от количества поездок и объема потребляемого топлива: то есть чем меньше ГСМ, тем меньше налог. В-третьих, установится взаимосвязь между мощностью автомобиля и размером уплачиваемого налога [6].

При всех имеющихся положительных сторон стоит учитывать, что автомобильные дороги характеризуются интенсивностью движения транспортными средствами и изнашиваемостью из-за неконтролируемого движения крупногабаритных автотранспортов.

Таким образом, отмена транспортного налога нецелесообразна для крупногабаритных транспортов, так как именно грузовой автотранспорт преждевременно изнашивает дорожное покрытие. Средства, полученные от уплаты транспортного налога крупногабаритными автомобилями, предлагается использовать на реконструкцию и возведение дорог [7].

Еще одной немаловажной проблемой в дорожной отрасли можно считать дефицит квалифицированных рабочих. Автомобильные дороги нуждаются в постоянной поддержке их состояния и ремонте, поэтому существует необходимость в предоставлении квалифицированных кадров на дорожные объекты. Но, в настоящее время проблема нехватки кадров в данной отрасли становится все более актуальной. В России уже давно

сложился перечень престижных профессий, на которые нацелено, поступают выпускники, но, к сожалению, строительные специальности не входят в данный список. Отраслевые вузы все меньше выпускают работников, что непосредственно влияет и на сам процесс строительства автодорог. В последние годы объемы строительства и ремонта дорожных систем увеличилось, что привело к потребности в квалифицированных кадрах. В итоге этой сложившейся ситуации, россияне нашли способ привлечения к работе отнюдь не российских работников.

Для того чтобы в дальнейшем улучшить положение данной ситуации, необходимо популяризировать строительные профессии. Следует обозначить востребованность на рынке труда, строительных специальностей. Важно понимать, что любая компания отдаст предпочтение специалисту готовому к «пыльной» работе, и имеющему за плечами некоторый опыт, нежели молодому работнику, которого необходимо обучать всем основам. Если улучшить условия строительных специальностей, то, несомненно, положение на российских дорогах так же приведет к заметному прогрессу.

Так же следует акцентировать внимание на то, что с каждым годом увеличение нагрузок на автодороги приводит к изнашиваемости и к дополнительному повышению частоты ремонта, а это, как следствие, требует дополнительных затрат. Следует таким образом модернизировать технику, чтобы автодороги соответствовали более высоким требованиям к надежности, а также их сроку службе. Но, однако, нет возможности применять новейшие технологии реконструкции дорог при их высоком износе. Из-за малого количества дорожной техники, инновационные проекты по совершенствованию автомобильных дорог, в частности дорожного полотна, реализуются в недостаточном объеме. И именно научный подход в совершенствовании автодорог позволяет повысить уровень использования денежных средств, а также качество услуг. Качество дорог, безопасность передвижения по ним, должны напрямую повлиять на сокращение транспортных затрат и в конечном итоге привести к увеличению производительности экономики всей страны в целом.

В заключении следует отметить, что проблема дорожных систем нуждается в повышенном внимании, так как она влияет на все важные аспекты жизнедеятельности человека. Решение вышеперечисленных проблем поможет России выйти на передовые места в сфере дорожного хозяйства. Поэтому создание прочного фундамента в этой сфере превратит дорожную отрасль в современную инфраструктуру.

Использованные источники:

1. Башкатова А. Бездорожье угрожает перспективам автопрома [Электронный ресурс]: // Независимая газета.-07.09.2011.- URL: http://www.ng.ru/economics/2011-09-07/4_roads.html
2. Кульнева Е.В., Конвисарова Е.В. Оценка результатов возрождения дорожных фондов в России // Международный студенческий научный вестник. 2015. № 4-3. С. 411-412.

3. Федеральное казначейство РФ / <http://roskazna.ru/>
4. Кульнева Е.В., Конвисарова Е.В. Вопросы совершенствования налоговых источников финансирования дорожного хозяйства // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1-1. С. 670.
5. Вазим А.А. Возможность замены транспортного налога путем увеличения ставки акцизов при реализации горюче-смазочных материалов // Известия Томского политехнического университета. – 2009. – № 6. – С. 53-59.
6. Конвисарова Е.В. Учет затрат на строительство и эксплуатацию автомобильных дорог и их финансирования: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Л.: ЛФЭИ, 1991.
7. Верхотуров Д.А., Конвисарова Е.В., Спевак Е.Г. Методический подход к расчету субсидий на финансирование дорожного хозяйства муниципальных образований региона в целях развития туризма // Экономика и менеджмент систем управления. 2013. Т. 7. № 1.2. С.238.
8. Смицких К.В., Ворожбит О.Ю. Налоговая политика государства как фактор экономического роста предпринимательской деятельности Приморского края // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 7. – С. 626-631.

*Губайдуллин А.Р.
студент 2 курса
юридический факультет СФ БашГУ
Чернова Э.Л., к.юр.н.
доцент*

«Гражданского права и процесса»

Республика Башкортостан, г. Стерлитамак

САМОЗАЩИТА КАК СПОСОБ ЗАЩИТЫ ГРАЖДАНСКИХ ПРАВ

Согласно Конституции РФ каждому человеку гарантирована судебная защита прав и законных интересов [1]. Этот способ правовой защиты является одним из важнейших, поскольку споры в этом случае разрешаются специализированными судами, которые независимы от участников спора. Однако на практике во многих случаях нет необходимости всякий раз обращаться именно за судебной защитой, если можно обойтись и иными средствами. Речь в данном случае идет о самозащите гражданских прав.

Согласно Гражданскому кодексу РФ допускается самозащита гражданских прав [2].

При разрешении споров, возникших в связи с защитой принадлежащих гражданам или юридическим лицам гражданских прав путем самозащиты (ст. 12 и 14 ГК РФ), следует учитывать, что самозащита не может быть признана правомерной, если она явно не соответствует способу и характеру нарушения и причиненный (возможный) вред является более значительным, чем предотвращенный. Если в результате применения самозащиты причиняется вред, то он должен быть менее значительным, чем тот который причинен участнику делового оборота, использующему самозащиту своих

прав.

При выборе неправомерного способа самозащиты гражданских прав вопрос о возмещении причиненного в таких случаях вреда должен решаться не исходя из принципа полного возмещения убытков, а с учетом конкретных обстоятельств, позволяющих оценить степень несоразмерности использованного способа самозащиты гражданских прав тому нарушению, которое имело место [4, с.64].

Другим важным критерием соразмерности самозащиты является соотносимость объема защищаемого права с возможными последствиями для лица, против которого применяется самозащита. Это положение можно проиллюстрировать на примере использования одного из способов самозащиты гражданских прав - удержания чужого имущества. Удержание части оборудования, без которой другую значительную его часть невозможно использовать, если размер задолженности, послужившей основанием для удержания, незначителен по сравнению со стоимостью удерживаемого имущества, является недопустимым. Такие действия несоразмерны нарушению гражданских прав и выходят за пределы действий, необходимых для его пресечения [5, с.44].

В вопросах применения самозащиты гражданских прав важно, чтобы обеспечивался баланс интересов всех участников правоотношения. Соблюдение такого баланса позволяет говорить о том, что конкретный способ самозащиты был соразмерен допущенному нарушению.

Самозащита хозяйствующими субъектами своих гражданских прав предполагает совершение управомоченным лицом дозволенных законом действий фактического порядка, направленных на охрану его личных или имущественных прав и интересов. В законодательстве РФ не содержится перечня возможных способов самозащиты гражданских прав, что и неудивительно, поскольку все их предусмотреть невозможно. В связи с этим участник делового оборота, пострадавший от нарушения, вправе использовать такие способы своей самозащиты, которые могут восстановить его права.

Если законом, иными правовыми актами РФ или соглашением сторон на случай нарушения предусмотрены определенные правила, исключаящие возможность применения любых иных правил поведения, самозащита в такой ситуации использоваться не может.

Кроме того, при использовании средств самозащиты необходимо учитывать запрет на злоупотребление правом (шikanу), т.е. осуществление гражданских прав исключительно с целью причинить вред другим лицам. Злоупотребление правом имеет место, когда обращение в суд конкретного лица за защитой не имеет под собой никаких правовых оснований и продиктовано не потребностью защитить свои права и охраняемые законом интересы, а лишь намерением причинить вред другому лицу [3, с. 9].

Таким образом, самозащита прав - это совокупность разрешаемых, признаваемых или не запрещаемых государством действий самого человека

по обоснованному и законному предупреждению, пресечению и отражению допущенных в отношении его нарушений, а также восстановлению нарушенных (оспариваемых) субъективных прав, свобод и законных интересов.

Использованные источники:

1. Конституция Российской Федерации 12.12.1993 ред. от 30.12.2008 №7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. 04.08.2014. № 31. Ст. 4398.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 13.07.2015) // Собрание законодательства РФ. 05.12.1994. № 32. ст. 3301.
3. Бычков А. Самозащита гражданских прав. Разумный баланс интересов // Финансовая газета. 2015. № 1. С. 8 - 9.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации. Постатейный комментарий к главам 1, 2, 3 / Б.М. Гонгало, А.В. Коновалов, П.В. Крашенинников и др.; под ред. П.В. Крашенинникова. М.: Статут, 2013. 336 с.
5. Южанин Н.В. Реализация субъективного права на защиту посредством односторонних правоохранительных мер // Юрист. 2013. № 15. С. 42 - 47.

*Губайдуллин А.Р.
студент 2 курса
юридический факультет
СФ БашГУ
Чернова Э.Л., к.юр.н.
доцент*

«Гражданского права и процесса»

Республика Башкортостан, г. Стерлитамак

ПРЕДЕЛЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРАВА СОБСТВЕННОСТИ

Пределы осуществления права собственности – это определенные ограничения действий управомоченного лица на основании федерального закона, в какой это необходимо в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны страны и безопасности государства [1,с.56]. Является абсолютным лишь в той мере, в какой оно не стеснено законодательными ограничениями, установленными для достижения любой из целей, перечисленных в ст. 55 Конституции РФ.

Большое число ограничений права собственности связано с ограничением или изъятием оборотоспособности недвижимых вещей. Можно выделить:

- ограничения права собственности на землю и другие природные ресурсы (могут касаться всей триады правомочий собственника и порождаются склонностью предотвратить нанесение ущерба окружающей природной среде и общественным интересам. Система таких ограничений выражается в земельном законодательстве). Например, - особые условия

использования земельных участков и режим хозяйственной деятельности в охранных, санитарно-защитных зонах;

особые условия охраны окружающей среды, в том числе животного и растительного мира, памятников природы, истории и культуры, археологических объектов, сохранения плодородного слоя почвы, естественной среды обитания, путей миграции диких животных;

условия начала и завершения застройки или освоения земельного участка в течение установленных сроков по согласованному в установленном порядке проекту, строительства, ремонта или содержания автомобильной дороги (участка автомобильной дороги) при предоставлении прав на земельный участок, находящийся в государственной или муниципальной собственности;

иные ограничения в случаях, установленных федеральными законами;

Ограничения прав на землю в связи с резервированием земель для государственных или муниципальных нужд. Права собственников земельных участков, землепользователей, землевладельцев, арендаторов земельных участков на использование земельных участков (возводить жилые, производственные, культурно-бытовые и иные здания, строения, сооружения в соответствии с целевым назначением земельного участка и его разрешенным использованием с соблюдением требований градостроительных регламентов, строительных, экологических, санитарно-гигиенических, противопожарных и иных правил, нормативов [3];

- ограничения права собственности на движимую недвижимость — воздушные и морские суда (обычно относятся правомочия пользования, предоставляемого государством в каждом конкретном случае на основании специального разрешения, например, лицензии), т.е. для того чтобы пользоваться такими вещами необходимо иметь определенные разрешения которые предоставляют государственные органы и органы местного самоуправления.

- ограничения права собственности на жилые помещения (типично относятся правомочия пользования и устанавливаются в интересах государства и третьих лиц). Как следует из ст. 209 ГК РФ и прямо указывается в ст. 17 ЖК РФ, осуществление права собственности на жилое помещение не должно нарушать права и охраняемые действующим законодательством интересы других лиц, т.е. пределы обуславливаются основанными на закрепленных в законодательстве правах и интересах субъектов гражданского права [4];

К пределам осуществления права на жилые помещения следует также отнести обязательность надлежащего обращения с жилым помещением, т.е. соблюдение санитарно-гигиенических требований, строительных норм и правил, противопожарных норм и т.п., необходимых для нормальной эксплуатации как данного жилого помещения, так и иной недвижимости в жилищной сфере, расположенной в этом доме. Например, собственник, наниматель или иной пользователь жилья в многоквартирном доме не вправе

без разрешения соответствующих органов перестраивать квартиру, устанавливать дополнительное отопительное или иное оборудование и т.д.;

- ограничения права собственности на движимые вещи специфического назначения (оружие, взрывчатые вещества, яды, наркотические препараты и некоторые другие).

Согласно ст. 210 и 211 ГК собственник несет бремя содержания принадлежащего ему имущества, риск его случайной гибели или случайного повреждения, если иное не предусмотрено законом или договором. Неблагоприятные последствия несоблюдения собственником данного законодательного требования, павшие на третьих лиц, могут быть переложены последними на собственника. Бремя содержания имущества, риски его случайной гибели или повреждения могут быть переложены собственником на другое лицо по соглашению с последним (например, по договору страхования или хранения). Законных исключений из общего правила о бремени и рисках собственника сегодня не имеется; норму п. 2 ст. 595 ГК (о «разделении» риска случайной гибели вещи, переданной под выплату постоянной ренты за плату между ее собственником и рентополучателем) можно считать лишь предписанием, приближающимся к числу исключений [2];

Так, в случае утраты имущества по причинам, не зависящим от действий третьих лиц (например, в результате пожара, возникшего от удара молнии) именно собственник будет нести все вызванные такой утратой убытки, хотя бы сгоревшее имущество и находилось в момент гибели во владении третьего лица, скажем, арендатора.

Таким образом, в соответствии с дозволительной направленностью гражданско-правового регулирования собственник действительно может совершать в отношении своего имущества любые действия, но только не противоречащие законам и иным правовым актам. Собственник обязан принимать меры, предотвращающие ущерб здоровью граждан и окружающей среде, который может быть нанесен при осуществлении его прав. Он должен воздерживаться от поведения, приносящего беспокойство его соседям и другим лицам, и тем более от действий, совершаемых исключительно с намерением причинить кому-то вред. Кроме того, собственник не должен выходить за общие пределы осуществления гражданских прав, установленные ст. 10 ГК РФ. На собственника также возлагается обязанность в случаях, на условиях и в пределах, предусмотренных законом и иными правовыми актами, допускать ограниченное пользование его имуществом другими лицами.

Использованные источники:

1. Белов В.А.. Гражданское право: Особенная часть: Учебник. 2004 – М.: АО «Центр ЮрИнфоР», 211 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 13.07.2015) // Собрание законодательства РФ. 05.12.1994. № 32. ст. 3301.

3. Земельный кодекс Российской Федерации от 25 октября 2001 г. №136-ФЗ. Правовая система «ГАРАНТ».
4. Зайцев С.Ю. Ограничение и обременение права собственности// Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал . 2009. № 5. С. 8.

*Гудакова Л.В., к.э.н.
доцент
Венгерова И.В.
магистр 2 курса*

*Кубанский государственный университет
Российская Федерация, г. Краснодар*

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПОСРЕДНИЧЕСТВА: БАНКИ И СТРАХОВЩИКИ

В статье дается акцент на некоторых моментах работы банков и страховых компаний как финансовых посредников. Даются числовые данные, характеризующие рынок банковского и страхового посредничества в России.

Ключевые слова: финансовое посредничество, банковский сектор, страховые компании, коммерческие банки, инвестиции.

В современных условиях тенденции развития зарубежных страховых рынков свидетельствуют о перерождении роли и значения страховых организаций как финансовых институтов, содействующих совершенствованию системы финансирования и повышающих тем самым эффективность движения капитала в экономике.

Оценка основных показателей развития страхового рынка России свидетельствует о ежегодном приросте общего объема страховых операций, о чем свидетельствуют данные, представленные в таблице 1.

Показатели свидетельствуют о положительных темпах роста страховых платежей и страховых резервов, составляющих основу их инвестиционных возможностей.

Однако, реализация страховыми компаниями основной функции в финансовом посредничестве, связанной с перераспределением капитала посредством трансформации имеющихся активов и участием в создании новой стоимости, т.е. реализация капиталотворческой функции, на сегодняшний день, осуществляется слабо, о чем свидетельствуют невысокие показатели доли страховых премий и страховых резервов в ВВП, а также низкий показатель доли премий по страхованию жизни, приблизившийся к отметке 0,13 % по итогам работы за 2014 год.

Таблица 1 – Ключевые показатели российских страховщиков за период 2009-2014 гг.

Показатели	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Страховые премии без ОМС, млрд руб.	555,0	513,18	555,80	663,66	812,47	904,86
Прирост премий, %	-	-7,5	8,3	19,4	22,4	11,4

ВВП, млрд. руб.	41276,8	38807,2	46321,8	55798,7	62356,9	66689,1
Доля премий в ВВП, %	1,34	1,32	1,23	1,22	1,32	1,36
Объем страховых резервов, млрд. руб.	386,9	377,1	421,7	523,1	612,7	686,4
Прирост страховых резервов, %	-	-2,5	11,8	24,0	17,1	12,0

Оценивая роль страховых компаний в организации инвестиционного процесса, необходимо отметить, что по сравнению со страховыми рынками развитых стран, одной из существенных отличий отечественной страховой отрасли, является невысокий объем собираемых страховых премий по реальному страхованию жизни, которое считается стратегически важным и перспективным продуктом и служит основой долгосрочных ресурсов для финансового сектора.

Анализ инвестиционных портфелей страховых компаний России в 2014 году по сравнению с 2009 г. позволил определить, что за анализируемый период времени в структуре инвестиций страховщиков существенных изменений не произошло. В 2014 году, как и пять лет назад, существенная доля инвестиций - порядка 1/3 пришлось на высоколиквидные активы: депозиты банков и наличные денежные средства. Объем вложений в государственные и муниципальные ценные бумаги, а так же в акции и облигации частных корпораций является незначительным и не превысил 10 % (рисунок 1).

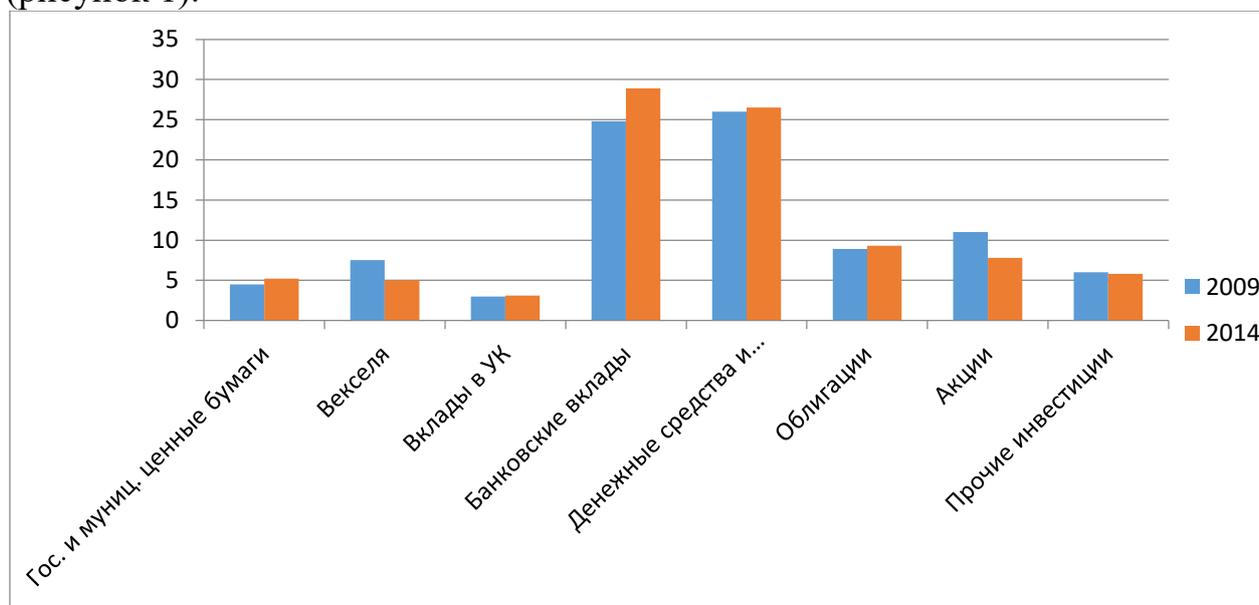


Рисунок 1 – Структура инвестиций российских страховых организаций

Таким образом, анализ современной российской страховой практики подтверждает реализацию отечественными страховщиками их страховых функций и определяет низкую степень развития инвестиционной функции,

т.е. функции финансового посредничества.

Вместе с тем, на макро и микроуровне существует объективная необходимость развития посреднических функций страховых компаний, и в первую очередь инвестиционной и сберегательной функции, поскольку их развитие будет обеспечивать поступление инвестиционных ресурсов в экономику, а также повышать финансовую устойчивость и конкурентоспособность страховых компаний.

Далее нами будет рассмотрено банковское финансовое посредничество. Известно, что основу ресурсной базы коммерческих банков как финансовых посредников составляют сбережения граждан, переданные банку на основе реализации принципов доверия [1].

Специфика формирования российской банковской системы такова, что большая часть функционирующих коммерческих банков являются универсальными кредитными организациями, тем не менее, исторически сложилось так, что вклады граждан занимают весомую долю в привлеченных средствах банка, что можно увидеть на рисунке 2.

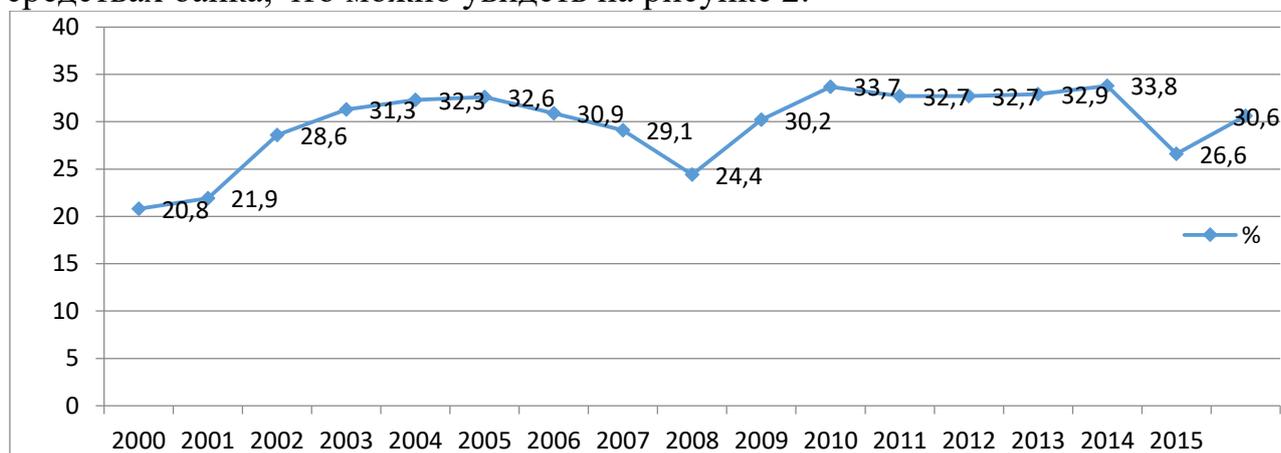


Рисунок 2 – Значимость сбережений населения в формировании ресурсной базы российских банков

В соответствии с данными, представленными на рисунке 2, можно сделать вывод о западании доли сбережений населения в ресурсной базе российских банков в два кризисных года – 24,4% в 2008 г. и 26,6% в 2014 г. Такая ситуация может свидетельствовать как о сокращении самих сбережений в абсолютном значении в связи с увеличением доли потребления в доходах граждан в кризисные годы, так и о снижении доверия к банковской системе страны в условиях кризиса.

Такая ситуация сложилась из-за особенностей функционирования российской банковской системы и слабого развития российского фондового рынка. При этом на протяжении всего периода исследования прослеживается тенденция увеличения доли кредитных операций в деятельности банков с 41,7% в 2000 г. до 62,4% в 2014 г. (рис. 3).

Соотношение кредитных операций российских банков по субъектному признаку оказывает непосредственное влияние на экономический рост в стране.

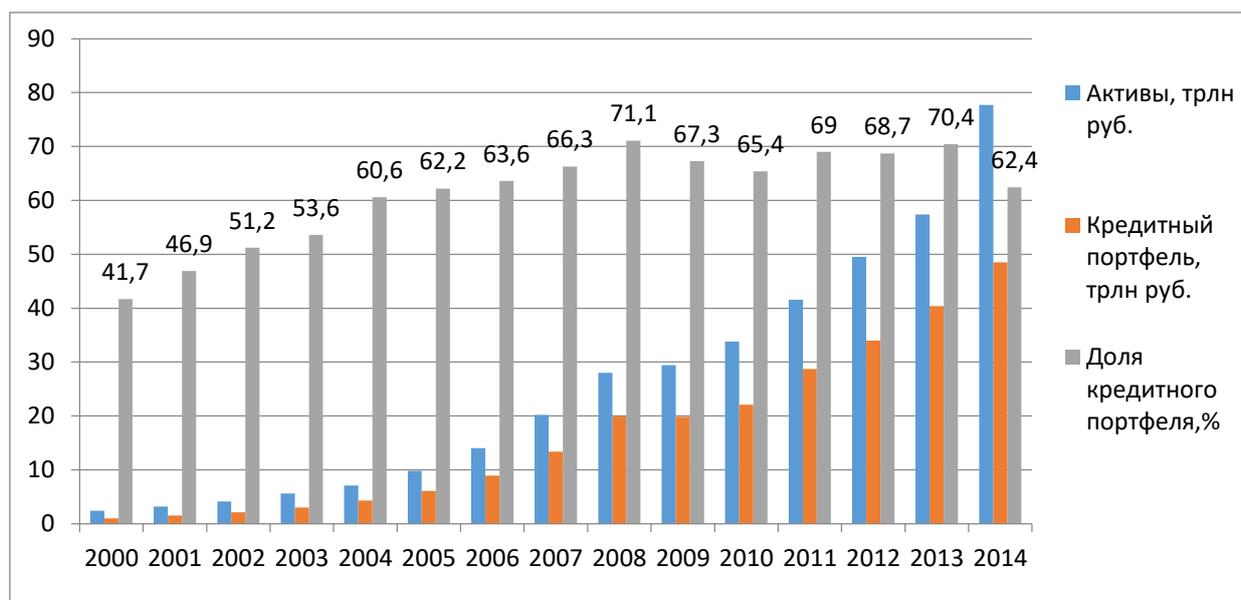


Рисунок 3 - Динамика банковских активов и кредитов, выданных российскими банками

Подводя итоги, следует отметить, что пока российским банкам, несмотря на позитивную динамику большинства показателей, не удалось в полной мере реализовать себя в кредитно-инвестиционном процессе. Вместе с тем необходимо подчеркнуть, что дальнейшее развитие взаимодействия банковского и реального секторов экономики в развитии функций финансового посредничества, отражающего сущность банковской деятельности, во многом определяется объективными экономическими условиями, в которых развивается банковский бизнес, и поэтому должно стимулироваться совместными усилиями кредитных организаций, Банка России и государства.

Использованные источники:

5. Пучкина Е.С., Рындина И.В. Морусова О.Г. Оценка и совершенствование деятельности банков в сфере доверительного управления средствами частного инвестора // Финансы и кредит. 2016. № 15. С. 2-19.

*Гуляев И.И., к.филос.н.
доцент*

кафедра «Социологии и организации работы с молодежью

Никонова А.

студент 4 курса

Институт Управления

направление подготовки «Организация работы с молодежью

НИУ «БелГУ»

Россия, г. Белгород

ПОСЛЕВУЗОВСКОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КАК СРЕДСТВО БОРЬБЫ С БЕЗРАБОТИЦЕЙ МОЛОДЕЖИ

Статья посвящена проблеме занятости молодежи после окончания вуза и способу борьбы с ней с помощью механизма послевузовского

распределения. В статье используются данные авторского исследования, посвященного отношению к послевузовскому распределению, как студентов, так и экспертов в области права, работы с молодежью, научной деятельности. Главная цель написания статьи и проведения исследования – снова обратить внимание государства на послевузовское распределение, которое может стать эффективным средством по борьбе с молодежной безработицей.

Ключевые слова: Молодежь, безработица, послевузовское распределение, работа по распределению.

The article is devoted to the problem of youth employment after graduation and a method of controlling it with the help of post-distribution mechanism. The article uses the data of the author of a study on the distribution with respect to postgraduate, both students and experts in the field of law, youth work, scientific activity. The main purpose of writing and conducting research - again, pay attention to the state post-distribution, which can be an effective means to combat youth unemployment.

Keywords: Youth, unemployment, post-distribution, the distribution of work.

Молодёжь – это особая социально-возрастная группа, отличающаяся возрастными рамками и своим статусом в обществе: переход от детства и юности к социальной ответственности. В Российской Федерации уровень безработицы среди молодых людей в возрасте 15-30 лет находится на достаточно высоком уровне – 39% среди всех безработных, хотя молодежь – самая работоспособная часть населения¹⁵¹. Обращаясь к опыту прошлых лет, мы видим в СССР практически полное отсутствие безработицы молодежи после окончания высших и средних учебных учреждений. Связано это с четкой системой государственного содействия занятости молодежи, а именно послевузовское распределение на работу. Работа по распределению — это практика трудоустройства выпускника высшего учебного заведения, обязательного на определённый срок, как для самого выпускника, так и для работодателя. Имела место в некоторых учебных заведениях Российской империи (например, в Училище правоведения) и позже в СССР, где и появляется сам термин «распределение».

Проблема распределения студентов после окончания вузов вновь актуальна в связи с высказываниями Д. А. Медведева о необходимости возвращения к советской практике, а также успешном функционировании этой меры в Белоруссии и Узбекистане¹⁵². Однако после 2013 года о данной проблеме снова замолчали, отложив ее решение в долгий ящик.

Нам следует снова обратить внимание государства на послевузовское распределение, которое может стать эффективным средством по борьбе с молодежной безработицей. С этой целью мы провели исследование на тему «Послевузовское распределение как средство борьбы с безработицей

¹⁵¹ Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>. (дата обращения: 25.02.2016).

¹⁵² Газета «Деловой Петербург» URL: <http://www.dp.ru/a/2012/04/06> (дата обращения: 16.05.2016)

молодежи». В опросе участвовало 100 респондентов, 8 из которых – эксперты в области права, работы с молодежью и научной деятельности, 92 респондента – студенты НИУ «БелГУ» различных специальностей и направлений подготовки.

По результатам исследования мы выявили, что существует проблема отношения работодателей к молодым специалистам. По мнению большинства экспертов и студентов, работодатели не спешат брать на работу молодых специалистов, а то и во все отрицательно относятся к ним из-за недостатка опыта и профессиональных навыков. Так же, по мнению большинства опрошенных респондентов, проблема трудоустройства молодых специалистов актуальна всегда, но особенно на современном этапе развития нашей страны и, что со стороны государства и вуза необходимы дополнительные меры помощи в трудоустройстве молодых специалистов.

Самый главный аспект, который нам необходимо было выяснить – это отношение к системе послевузовского распределения наших современников. Выявлено, что большинство респондентов считает систему распределения на работу положительным опытом прошлых лет, способом получения опыта и профессиональных навыков, и, конечно же, работу по специальности. Как эксперты, так и студенты, сошлись в мнении в том, что данная модернизация образовательной системы будет полезна, как в борьбе с молодежной безработицей для государства, так и для студентов-выпускников, которые хотели бы получить гарантию трудоустройства по специальности после окончания высшего учебного заведения.

Таким образом, система послевузовского распределения обещает положительные перспективы быть принятой обществом, но опыт прошлых лет требует своих корректировок и подстройки под современную систему образования, тип экономики и государственный строй.

Использованные источники:

1. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.
2. Газета «Деловой Петербург» URL: <http://www.dp.ru/a/2012/04/06>

*Гумашиян Г.А.
магистрант 1 курса
кафедра «Бухгалтерский учет»
факультет «Институт Экономики и предпринимательства»
Нижегородский Государственный
Университет им. Н.И. Лобачевского
Россия, г. Нижний Новгород*

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Статья посвящена особенностям и тонкостям бухгалтерского учета затрат на производство и продажу готовой продукции в организациях общественного питания. Приведен список основных программ для ведения учета в организациях общепита. Рассмотрены основные правила, которых

следует придерживаться в учете. Перечислены основные счета для учета запасов и затрат в общепите.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, предприятия общественного питания, производство, готовая продукция, учет затрат, калькуляция себестоимости.

THE FEATURES OF ACCOUNTING IN THE CATERING ORGANIZATIONS

The article describes the features of accounting in the catering organizations in two fields: the production costs and the sale of products. Also, there is a list of basic programmes for the record keeping. The general rules were distinguished. The main stock keeping expences were named.

Key words: accounting, the catering organizations, production, products, costs accounting, costing.

Общественное питание предстает совокупностью компаний различных координационно-законных конфигураций и граждан-бизнесменов, занятых производством, реализацией и системой потребления кулинарной продукции [1].

Ресторанный бизнес содержит свои свойственные характерные черты в проведении бухгалтерского учета и пути заключения появляющихся трудностей. Напрямую, построение бухгалтерского учета ресторана находится в зависимости, по огромной части, от трудности коммерциала.

Грамотное составление плана коммерциала и соответствующий подсчет рисков находится в зависимости от грамотной организации учета в ресторане.

Бухгалтерский подсчет в организациях общественного питания усложнен тем, что содержит в себе учет производства, осуществлении и учреждения пользования продукта общепита. Калькулирование себестоимости продукции является основной частью учета в организациях общепита. Калькуляция – расчетная ведомость удельных расходов учреждения, т.е. расходов в единицу произведенной продукции общепита. Расчет нормативной себестоимости продукции общественного питания, как норма, исполняется в стандартный калькуляционной карте (форма №ОП-1). Согласно сведениям из данной карты и данных с доклада согласно торговлям можно подсчитать стоимость реализованной отделанной продукции и блюд. Производственная себестоимость включает цена материала и продуктов для изготовления, топлива для их доставки и обработки, потребление энергии, изнашивание главных фондов, а кроме того расходы трудовых ресурсов. Калькуляционная карта составляется на каждое наименование отделанного блюда.[2]

Нельзя обойти вниманием правильность используемых в учреждения общепризнанных мерок затрат материала на производстве продукции и их осуществление. Для данного в предприятиях общепита прорабатываются и формируются надлежащим способом законные технико-технологические

карты. Такого рода естественный акт обязан собираться на каждое разработанное блюдо и нести в себе: название продукта и область использования технико-технологической карты; список материала, используемого для изготовления блюда; требования к качеству материала; общепризнанных мерок закладки материала массой вес и чистый, общепризнанных мерок выхода полуфабриката и отделанного продукта; представление технологического процесса изготовления; условия к оформлению, подаче, реализации и сбережению; характеристики пищевого состава и энергетической ценности.[3]

В организациях общественного питания следует осуществлять особый подсчет продуктов и материала, которые применяются для изготовления собственной продукции. Важна кроме того организация учета рекуррентных отходов. Рекуррентные остатки имеют все шансы являться используемыми и неприменяемыми. Применяемые – это такие отходы, которые в последующем имеют все шансы являться использоваться лично предприятием с целью производства продукта главного либо дополнительного производства. Неприменяемые рекуррентные отходы также могут потребляться лично предприятием, однако только лишь как вещества топлива или на иные хозяйственные потребности, или реализованы на сторону.

Есть потребность использовать контрольно-кассовую технику, так как в кафетерий, ресторане либо столовой покупателей обслуживают за наличные расчеты.

Одним из наиболее значимых компонентов счетоводного учета в компании представляется опись имущества. Опись имущества ведется посредством сопоставления подлинных фрагментов продуктов либо материала в складах с частями этих же позиций согласно сведениям бухгалтерского учета в период выполнения инвентаризации. Согласно результатам инвентаризации допускается установить товарные утраты.

Потери товаров делят на 2 группы: нормируемые (естественная снижение товаров в весе либо размере) и ненормируемые (бой, лом, порча, хищение товаров, что представлены результатом бесхозяйственности конкретных персон, а кроме того утраты в следствии естественных несчастий и хищений неопределенными личностями). Вот эти недостатки в границах естественной убыли необходимо скомпилировать в затраты изготовления. В следствии этого с целью того, чтобы не позволять лишних и неразумных затрат, необходимо предоставление эффективного и постоянного контролирования над расходами.

Основными программами для ведения учёта в области общественного питания представлены: «Sallix Управление бистро, Sallix Управление рестораном» (автоматизация Front Office, Back Office, Head Office, т.е. абсолютная автоматизация административного учёта в компании); «1С: Предприятие 8. Общепит» (наиболее известная программа в РФ с целью ведения бухгалтерского учёта в фирмах общественного питания). Данные о продажах из «Sallix Управление бистро, Sallix Управление рестораном» могут

быть непосредственно выгружены в «1С: Предприятие 8. Общепит».[2]

Есть некоторые принципы, которых следует придерживаться в учете:

Основные факторы, что бухгалтер обязан для себя (и с целью приказа о учетной политике) установить и в последующем соблюдать, чтобы подсчет стал делом простым и приятным.

1. Стоимостная оценка запасов.

От стоимостной оценки запасов зависит процесс калькуляции цены блюд.

Если подсчет покупных запасов проводится согласно продажным расценкам, в таком случае компоненты подготовляемых блюд вводятся в калькуляцию кроме того согласно продажным расценкам, в следствии продажная стоимость отделанного блюда предполагает результат всей калькуляции.

Если учет покупных запасов проводится согласно начальной цены, в таком случае компоненты подготовляемых блюд вводятся в калькуляцию без наценки, а продажная стоимость отделанного блюда обуславливается посредством прибавления общей наценки к себестоимости отделанного блюда.

Если резервы предусматриваются согласно продажным расценкам, в таком случае общий доход обуславливается равно как сумма реализованных торговых наценок (сумма оборотов за конкретный период согласно кредиту счета 285 красным сторно).

Если резервы предусматриваются согласно начальной цены (согласно многозначительной себестоимости), в таком случае общий доход обуславливается как отличие между размером продаж за период без учета НАЛОГ (сумма витков согласно кредиту как 791) и размерами покупок материала, товаров, продуктов, цена каковых предусмотрена в размерах торговель.

В случае учета полученных с целью изготовления блюд запасов на счете 20 «Сырье и материалы» (т. е. согласно их начальной цены), дальнейшее отчисление с данного как необходимо реализовывать напрямую в расчет 90 «Себестоимость реализованной продукции», исключая расчет 23 «Производство».

2. Метод учета транспортно-заготовочных затрат.

Таких методов есть 2: ТЗР или приобщаются к закупной стоимости запасов, или скапливаются в единичном счете 286 с дальнейшим списанием их в реализацию одновременно с выбытием запасов, – данное хорошо известно.

3. Учет налога на добавленную стоимость.

Налог на дополненную стоимость ни в каком случае не обязан расширяться к торговой наценке на стадии доход запасов с поставщиков. Учитывать покупательский налог (каковым представляется НДС) в составе продажной цены пока что не реализованных продуктов принимать несоблюдение абсолютно всех учетных взглядов, равно как международных,

таким (образом и государственных. Термин «Товарная надбавка», каковым отмечали необходимую сумму торговой наценки и НДС, аннулирован совместно с отменой приказом КМУ № 291 абсолютно всех руководств и прочих нормативных бумаг МФУ в части соответствии счетов. НДС предприятие – сборщик данного налога (юридический плательщик) демонстрирует в собственном учете только на стадии реализации собственного продукта; т. е. если предъявляет расчет клиенту либо если действует оплата (в связи с того, какое с двух происшествий наступает первым). Это значит, что оборот с учетом НДС в первый раз представляется только лишь в счете 702 «Доходы от реализации товаров». Необходимо заметить, что ни в 1 из основательных нормативных документов упоминания о товарной надбавке, т. е. о этом, что к торговой наценке необходимо добавлять НДС, не содержится. Этого нет ни в Инструкции № 291, ни в ПБУ 9 «Запасы». Несомненно и Закон о НДС абсолютно четко делит определения контрактная стоимость и НДС (в соответствии с данному закону НДС начисляется свыше субконтрактной (продажной) стоимости, а никак не вступает в ее состав). Что затрагивает Рекомендаций Министерства экономики № 157 с 17.06.03, где схемы проводок приводятся согласно старой методике (только лишь с новыми номерами счетов), в таком случае данное лишь только рекомендации, т. е. акт, необязательный к безотговорочному выполнению. 4. Подсчет затрат на изготовление блюд и услуги процесса потребления.

Все данные затраты – заработная плата поваров, официантов и др. обслуживающего персонала, сопряженные с ней пошлины на общественное страхование, а таким (образом же цветы, утварь, свечи, салфетки, санспецодежда (одним словом, МБП), тиражирование меню, стирка белья, электричество, вода, амортизация, рекламное объявление и т. д. и т. п., – все данное предполагает собою не что другое как расходы на сбыт (прежде – издержки обращения.) В случае если быть наиболее точными – это расходы на обслуживание гостей. Однако никак не расходы на изготовление.

Вообще, затраты обращения, как ранее упоминалось, в дореформенном учете представляли собою необходимую сумму с вышеуказанных затрат и ТЗР в части, приводящейся в размер реализации (в случае если последние предусматривались отдельно от продуктов). То же самое и сегодня: ТЗР мы распределяем согласно продажам и остаткам, а затраты на сбыт списываем в абсолютном размере на период.

Основное, что необходимо понимать о учете запасов и расходов в общепите:

1. На счете 23 предприятиям/заведениям общепита учитывать нечего.

Тем более не необходимо раскрывать расчет 26 «Готовая продукция», так как всегда изготовленные блюда не уходят на склад ГБ, а подаются на столик для незамедлительного потребления.

2. На счете 20 разумно принимать во внимание продукты для изготовления блюд только при присутствии технических возможностей

ведения количественно-суммового учета запасов в разрезе наименований согласно начальной стоимости.

3. Все операционные затраты предприятия/заведения общественного питания заключаются из 3-4 статей:

1. товарно-сырьевая составная часть окончательного продукта (счет 20 либо 28);

2. транспортно-заготовочные затраты (счет 286), в случае если они не вступили в первоначальную стоимость запасов, учитываемых в счете 20 либо 281, 282;

3. затраты на сбыт (счет 93);

4. управленческие затраты (счет 92).

4. Затраты на сбыт и распределенные на себестоимость реализованных продуктов ТЗР совместно оформляют в таком случае, что четыре года назад пока что называлось издержками обращения.

5. Затраты, отображающие вещественно-сырьевую часть любого блюда и ТЗР характеризуются как расходы на продукцию. Все другие операционные затраты характеризуются как расходы в период и идут согласно статьям: затраты на сбыт (счет 93) и управленческие затраты (счет 92).

6. Заработная плата сотрудников, прибавляемая периодически, никак не имеет возможность принадлежать к прямым расходам на продукцию, а принадлежит в состав расходов отчетного периода. В том числе и в случае если сотрудник собственными руками данную продукцию производит.

Использованные источники:

1. ГОСТ Р 50647-94 «Общественное питание. Термины и определения». Утвержден Постановлением Госстандарта РФ от 21 февраля 1994 г. № 35.

2. Бухгалтерский учет в ресторанном бизнесе [Электронный ресурс] URL <http://kapital-rus.ru/articles/article/203850/>

3. Общепит: торговля или производство? [Электронный ресурс] URL <http://buhlabaz.ru/knigi/entsiklopediya-bukhgalterskogo-ucheta/obshhestvennoe-pitanie>

*Гуменная Н. С.
студент*

*Московская академия экономики и права
Российская Федерация, г. Москва*

ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПО ОТПУСКАМ

Аннотация: В статье рассматриваются экономические особенности, различия и соотношение понятий "резервы предстоящих расходов" и "отложенные обязательства". Выявляются их практическая значимость системе социально-трудовых отношений. Проводится анализ изменений порядка начисления соответствующих выплат в связи с нововведениями.

Ключевые слова: Законодательство, отпуск, бухгалтерский учет, финансы, резервы предстоящих расходов, отложенные обязательства.

LIABILITIES FOR VACATION

Abstract: The article deals with economic characteristics, differences and relations between the concepts "Provisions for liabilities" and "Deferred liabilities". Identify their practical importance of the system of social and labor relations. The analysis of changes in the order of calculation of the relevant payments in connection with the innovations.

Keywords: Legislation, holiday, accounting, finance, provisions for liabilities, deferred liabilities.

В конце 2014 года в порядок учета государственных (муниципальных) учреждений были введены такие новые понятия как: «резервы предстоящих расходов» и «отложенные обязательства». Некоторые рекомендации по осуществлению учета в рамках этих нововведений были изложены Минфином России в письме от 07.04.2015 № 02-0707/19450.

Согласно пункту 302.1 Инструкции по применению Единого плана счетов, утвержденной приказом Минфина России от 01.12.2010 № 157н (далее — Инструкция № 157н), на счете 40160 «Резервы предстоящих расходов» обобщается информация о состоянии и движении сумм, зарезервированных в целях равномерного включения расходов на финансовый результат учреждения, по обязательствам, неопределенным по величине и (или) времени исполнения, в том числе по обязательствам предстоящей оплаты отпусков за фактически отработанное время или компенсаций за неиспользованный отпуск, в частности при увольнении, включая платежи на обязательное социальное страхование сотрудника (служащего) учреждения.

Порядок формирования резервов (виды формируемых резервов, методы оценки обязательств, дата признания в учете и т. д.) устанавливается учреждением в рамках формирования учетной политики.

Кроме того, согласно пункту 319 Инструкции № 157н, на счете 50200 «Обязательства» появилась новая аналитическая группа с кодом 9 «Отложенные обязательства».

В соответствии с изменениями, внесенными в Инструкцию № 157н приказом Минфина России от 29.08.2014 № 89н, предполагалось внести изменения в инструкции по учету для соответствующих типов учреждений, однако проекты не были утверждены. А ведь именно в них была изложена связь между резервами предстоящих расходов и отложенными обязательствами, отражаемыми при их формировании.

При этом утвержденная Инструкция № 157н обязательна к применению всеми учреждениями, поэтому уже в конце 2014 года у учреждений возникло немало вопросов о том, каким образом, в какой момент и на основании каких документов следует отражать в учете резервы предстоящих расходов, и соответствующие им отложенные обязательства. Особо остро указанные вопросы встали в начале 2015 года, когда учреждения готовили свою учетную политику на текущий год.

В недавнем письме Минфина России от 07.04.2015 № 02-0707/19450

(далее — Письмо № 02-0707/19450) специалисты ведомства разъяснили некоторые вопросы начисления отложенных обязательств, соответствующих операциям с резервом предстоящих расходов на оплату отпусков.

В частности, в Письме № 02-0707/19450 приводятся:

- примеры детализации плана счетов учреждения, включая счет 50209 «Отложенные обязательства» (приложение № 1);
- бухгалтерские записи по отражению в учете операций с отложенными обязательствами у получателей бюджетных средств, бюджетных и автономных учреждений (приложение № 3).

В том же письме Минфин России предлагает учреждениям в качестве примера следующую детализацию счета 50209 «Отложенные обязательства», которая может быть использована при разработке рабочего плана счетов в составе учетной политики (Таблица № 1):

Таблица № 1

Рабочий план счетов (Извлечение)

Название счета	Номер счета
Отложенные обязательства на иные очередные годы (за пределами планового периода)	50299 000
Отложенные обязательства на иные очередные годы (за пределами планового периода) по расходам	050299 200
Отложенные обязательства на иные очередные годы (за пределами планового периода) по заработной плате	050299 211
Отложенные обязательства на иные очередные годы (за пределами планового периода) по начислениям на выплаты по оплате труда	050299 213
Отложенные обязательства на иные очередные годы (за пределами планового периода) по работам, услугам по содержанию имущества	050299 225
Отложенные обязательства на иные очередные годы (за пределами планового периода) по работам, услугам по прочим работам, услугам	050299 226
Отложенные обязательства на иные очередные годы (за пределами планового периода) по прочим расходам	050299 290

Последние три цифры в номере счета, очевидно, зависят от вида формируемого резерва. В частности, предполагается, что при формировании резерва расходов на оплату отпусков в учете одновременно начисляются отложенные обязательства по заработной плате и по начислениям на выплаты по оплате труда.

Однако при этом все предлагаемые счета подразумевают санкционирование за пределами планового периода. Тут следует напомнить, что, согласно статье 6 Бюджетного кодекса РФ, плановый период — это два финансовых года, следующие за очередным финансовым годом. Так, плановым периодом в настоящее время являются 2017 и 2018 годы.

В приложении № 3 к Письму № 02-0707/19450 Минфин России также использует счет 50299, то есть приводит записи по отражению отложенных обязательств, относящихся к 2019 и следующим годам, которые находятся за пределами планового периода 2017–2018 годов.

Разъяснений о том, нужно ли начислять резервы и как отражать отложенные обязательства в текущем году (счет 50219) и в пределах планового периода (счета 50229 и 50239), Письмо № 02-0707/19450 не содержит.

Теперь попробуем рассмотреть применение "отложенных обязательств" с точки зрения практической бухгалтерской деятельности. Примеры их отражения в бухгалтерских записях изложены в виде таблицы, в приложении № 3 к Письму № 02-0707/19450, ее первая часть посвящена операциям получателей бюджетных средств, а вторая - бюджетным и автономным учреждениям.

Отметим, что, изучая приложение № 3 к комментируемому письму, складывается впечатление, что Минфин России рассматривает в нем операции с обязательствами не за пределами планового периода, а в рамках текущего периода, то есть вместо счета 50299 следует подразумевать счет 50219. Такой вывод, в частности, можно сделать, изучив графы 3 «Документ-основание» и 4 «Момент отражения в учете». Так, например, в указанных графах указываются расчетно-платежная ведомость и даты отражения операций, соответствующие текущему году¹⁵³.

Также, к сожалению, приложение № 3 охватывает далеко не все операции, которые необходимо отражать в учете в текущем отчетном периоде. В частности, отсутствует бухгалтерская запись непосредственно по выплате отпускных за счет сформированного резерва, речь идет только о компенсации. Также отсутствует бухгалтерская запись по восстановлению отложенных обязательств (например, в случае, если работнику были начислены отпускные, а затем он был отозван из отпуска)¹⁵⁴.

В Инструкции № 157н и иных инструкциях по учету синтетические счета не детализируются по периодам санкционирования. В то время как, случае с отложенными обязательствами важно привести детализацию, чтобы лучше понимать механизм и цель начисления. Поэтому работе с данным типом документов следует иметь в виду бухгалтерские записи операций с отложенными обязательствами из Письма № 02-0707/19450 с полным наименованием счетов бухгалтерского учета приведенные ниже:

1. Принятие обязательства на сумму созданного резерва на оплату отпусков за фактически отработанное время
 - а) получателями бюджетных средств:

¹⁵³ О порядке отражения в учете операций с принимаемыми и отложенными обязательствами, Министерство финансов Российской Федерации, Письмо от 7 апреля 2015 года N 02-07-07/19450 О порядке отражения в учете операций с принимаемыми и отложенными обязательствами <http://docs.cntd.ru/document>

¹⁵⁴ Министерство финансов Российской Федерации от 6 августа 2015 г. N 124н, о внесении изменений в приказ Министерства финансов Российской Федерации от 1 декабря 2010 г. №157Н "Об утверждении единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления негосударственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и инструкции по его применению" <http://www.consultant.ru/document>

ДЕБЕТ счета 1 50193 211 «Лимиты бюджетных обязательств получателей бюджетных средств на иные очередные годы (за пределами планового периода) по заработной плате»

КРЕДИТ счета 1 50299 211 «Отложенные обязательства на иные очередные годы (за пределами планового периода) по заработной плате»

- принято обязательство на сумму созданного резерва на оплату отпусков за фактически отработанное время; ДЕБЕТ счета 1 50193 213 «Лимиты бюджетных обязательств получателей бюджетных средств на иные очередные годы (за пределами планового периода) по начислениям на выплаты по оплате труда»

КРЕДИТ счета 1 50299 213 «Отложенные обязательства на иные очередные годы (за пределами планового периода) по начислениям на выплаты по оплате труда»

- на сумму начисленных взносов в государственные внебюджетные фонды в рамках созданного резерва на оплату отпусков за фактически отработанное время;

б) бюджетными и автономными учреждениями:

ДЕБЕТ счета 0 50690 211 «Право на принятие обязательств на иные очередные годы (за пределами планового периода) по заработной плате»

КРЕДИТ счета 0 50299 211 «Отложенные обязательства на иные очередные годы (за пределами планового периода) по заработной плате»

- принято обязательство на сумму созданного резерва на оплату отпусков за фактически отработанное время;

ДЕБЕТ счета 0 50690 213 «Право на принятие обязательств на иные очередные годы (за пределами планового периода) по начислениям на выплаты по оплате труда»

КРЕДИТ счета 0 50299 213 «Отложенные обязательства на иные очередные годы (за пределами планового периода) по начислениям на выплаты по оплате труда»

- на сумму начисленных взносов в государственные внебюджетные фонды в рамках созданного резерва на оплату отпусков за фактически отработанное время.

Заметим, что понятия «фактически отработанное время» и «обязательства за пределами планового периода» несовместимы. Однако, если бы в указанных проводках использовались счета с признаком «1» в 22-м разряде номера счета, то есть рассматривались операции с обязательствами текущего года, то это не вызывало бы вопросов.

2. Принятие обязательства по оплате записей, приведенных в пункте 1 таблицы (то есть компенсации за неиспользованный отпуск за счет ранее созданного резерва, состоящее из двух операций:

2.1. Принятие обязательства текущего финансового года по оплате компенсации за неиспользованный отпуск: приложения № 3), не понятно, об использовании какого резерва идет речь, ведь записи в пункте 1 относятся к созданию резерва за пределами планового периода, то есть относительного

сегодняшнего дня, резерва 2019 года и т.п. А был ли сформирован резерв на 2016 год из приведенных Минфином России записей, не ясно.

2.2. Уменьшение отложенного обязательства по оплате отпуска за фактически отработанное время:

а) получателями бюджетных средств: методом «красное сторно» ДЕБЕТ счета 1 50193 211 «Лимиты бюджетных обязательств получателей бюджетных средств на иные очередные годы (за пределами планового периода) по заработной плате» КРЕДИТ счета 1 50299 211 «Отложенные обязательства на иные очередные годы (за пределами планового периода) по заработной плате»

В графе 3 «Примечания» таблицы приложения № 3 Минфин России отмечает, что такая запись делается в сумме начисленной компенсации за неиспользованный отпуск, не более суммы ранее созданного резерва.

Вновь стоит отметить, что если бы тут речь шла об отложенных обязательствах, учитываемых в текущем году, то все было бы понятно. Однако корректировка отложенных обязательств, учитываемых за рамками планового периода, но в сумме расходов текущего периода, вызывает вопросы.

Если следовать логике специалистов финансового ведомства, то, согласно названиям используемых в таблице приложения № 3 счетов «Лимиты бюджетных обязательств получателей бюджетных средств на иные очередные годы (за пределами планового периода) по заработной плате», «Право на принятие обязательств на иные очередные годы (за пределами планового периода) по начислениям на выплаты по оплате труда», «Отложенные обязательства на иные очередные годы (за пределами планового периода) по заработной плате» и др., речь идет об операции с резервами, сформированными на будущие и весьма отдаленные годы¹⁵⁵.

При этом, согласно статье 65 БК РФ, формирование расходов бюджетов бюджетной системы РФ осуществляется в соответствии с расходными обязательствами, исполнение которых согласно законодательству РФ, международным и иным договорам и соглашениям должно происходить в очередном финансовом году (очередном финансовом году и плановом периоде) за счет средств соответствующих бюджетов. Это значит, что получатели бюджетных средств, как правило, не вправе принимать обязательства за пределами очередного финансового года и планового периода. Законодательством установлены некоторые исключения из этого правила, в частности, для инвестиций в объекты капитального строительства и закупки работ и услуг с длительным производственным циклом, однако заработная плата, отпускные и страховые взносы к таким исключениям не относятся.

¹⁵⁵ Приказ Минфина РФ от 1 декабря 2010 г. N 157н "Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению" (с изменениями и дополнениями) <http://base.garant.ru>

Таким образом, не ясны законные основания, по которым, в частности, получатели бюджетных средств могут принимать какие-либо обязательства по заработной плате и начислениям на нее за пределами очередного финансового года и планового периода.

Для бюджетных и автономных учреждений, которые не являются участниками бюджетного процесса, непосредственных ограничений на принятие обязательств за пределами планового периода не имеется, однако такие начисления должны быть обоснованы учетной политикой, смыслом осуществляемых расходов, подтверждаться соответствующими плановыми документами.

В то же время план финансово-хозяйственной деятельности, который является основным документом планирования для бюджетных и автономных учреждений, также составляется на очередной финансовый год и плановый период (п. 3 Требований к плану финансово-хозяйственной деятельности государственного (муниципального) учреждения, утв. приказом Минфина России от 28.07.2010 № 81н). Следовательно, для бюджетных и автономных учреждений также не ясны основания принятия к учету обязательств по заработной плате за пределами планового периода.

Использованные источники:

1. О порядке отражения в учете операций с принимаемыми и отложенными обязательствами, Министерство финансов Российской Федерации, Письмо от 7 апреля 2015 года N 02-07-07/19450 О порядке отражения в учете операций с принимаемыми и отложенными обязательствами <http://docs.cntd.ru/document>
2. Министерство финансов Российской Федерации от 6 августа 2015 г. N 124н, о внесении изменений в приказ Министерства финансов Российской Федерации от 1 декабря 2010 г. №157Н "Об утверждении единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления негосударственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и инструкции по его применению" <http://www.consultant.ru/document>
3. Приказ Минфина РФ от 1 декабря 2010 г. N 157н "Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению" (с изменениями и дополнениями) <http://base.garant.ru>

*Гурова Н.А.
магистрант 2 курса
Институт менеджмента и экономики
Югорский государственный университет
Россия, г. Ханты-Мансийск*

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В ХАНТЫ-МАНСИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ – ЮГРЕ

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы, связанные с развитием малого бизнеса в Ханты-Мансийском автономном округе-Югре. Анализируется динамика показателей, характеризующих деятельность малых предприятий на территории Ханты-Мансийского автономного округа-Югры.

Ключевые слова: развитие, малый бизнес, основные показатели, субъекты малого бизнеса, динамика.

В настоящее время малый бизнес обеспечивает 16,5% ВВП, в нем занято 25% трудоспособного населения. К 2030 году государственными программами предполагается довести количество субъектов малого предпринимательства до 7,7 млн., которые смогут обеспечить до 40 процентов ВВП. Занятость населения в этой сфере должна увеличиться до 32 процентов.

В большинстве развитых стран малый бизнес составляет значительную долю в общей модели хозяйства. В Российской Федерации доля малого бизнеса заметно ниже, что обусловлено существенными ограничениями его развития, несмотря на то, что, кроме функций по ускорению экономического развития и поддержанию социальной стабильности в обществе, в малом бизнесе заключен значительный инновационный потенциал, реализация которого возможна при государственной поддержке, в том числе, при условии формирования соответствующей инновационной среды.

Развитие экономики Ханты-Мансийского автономного округа- Югры является одним из приоритетов создания благоприятных условий для развития малого бизнеса. Вклад малого бизнеса в социально-экономическое развитие округа с каждым годом становится все более весомым.

На территории Ханты-Мансийского автономного округа за период 2013 - 2015 годы сохраняется положительная динамика развития малого предпринимательства. Малым бизнесом за последние три года создано около 3,3 новых рабочих мест, было образовано 531 новое малое предприятие. Доля молодых предпринимателей за 2013-2015 года составляет 63,5%. За период 2013 – 2015 годы были привлечены средства федерального бюджета в общем объеме 2 280,4 млн. рублей, в том числе в 2015 году – 179,6 млн. рублей, из них 10,0 млн. рублей – на развитие субъектов, осуществляющих инновационную деятельность. [1]

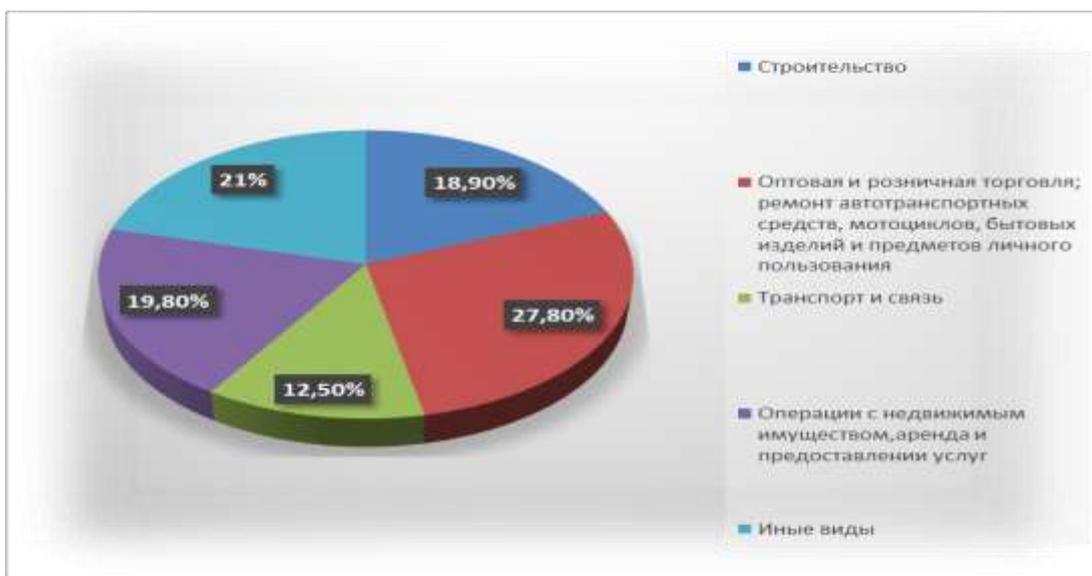
Таблица-1 Динамика показателей деятельности субъектов малого предпринимательства в ХМАО за 2013-2015 гг.[4]

	2013 год	2014 год	2015 год
Количество субъектов малого предпринимательства (без учета индивидуальных предпринимателей), ед.	25894	27002	27231
Среднесписочная численность работающих на малых предприятиях, тыс. чел.	122,9	116,7	117,9
Доля работающих на предприятиях малого предпринимательства в общей численности работающих, в %	15,9	15,1	15,4
Оборот предприятий малого предпринимательства, млн. руб.	412,9	382,9	419,6
Доля в объеме валового регионального продукта, в %	14,8	13,5	14,4

Количество субъектов малого бизнеса в 2015 году увеличилось на 1337 ед. по сравнению с 2013 г. и составило 27231 ед. Увеличение составило 4,9 %. Среднесписочная численность работников на малых предприятиях в 2015 году составила 117,9 тыс. человек, увеличилась на 5 тыс. человек по отношению к численности к 2013 году. Доля среднесписочной численности работников малых предприятий в общей среднесписочной численности работников округа составила 15,4 % (2013 год – 15,9%). Оборот предприятий малого предпринимательства составил 419,6 млрд. рублей, что на 6,7 млрд. рублей больше аналогичного показателя 2013 года. Доля оборота предприятий малого предпринимательства в объеме валового регионального продукта в 2015 году составила 14,4 % и упала на 1 процентных пункта за период с 2013 по 2015 год. [2]

За анализируемые годы отмечается положительная динамика показателей деятельности малых предприятий округа. Однако доля оборота предприятий малого предпринимательства в объеме валового регионального продукта снижается. Так же наблюдается снижение среднесписочной численности работников на малых предприятиях.

Спектр видов деятельности, которыми вправе заниматься малый предприниматель, весьма широк и охватывает многие отраслевые экономические сегменты. В ХМАО-Югре наиболее востребованными и значимыми видами экономической деятельности являются, такие как: строительство; оптовая и розничная торговля, транспорт и связь; операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг; предоставление



прочих коммунальных, социальных и персональных услуг; иные виды.

Рисунок 1 – Наиболее востребованные виды экономической деятельности в сфере малого бизнеса на территории ХМАО – Югры в 2015 году.

Наиболее востребованные видами экономической деятельности в сфере малого бизнеса на территории Ханты-Мансийского автономного округа-Югры являются:

- Строительство-18,90%
- Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования- 27,80%
- Транспорт и связь-12,50%
- Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг-19,80%
- Иные виды 21%

Хочется отметить, что в Ханты-Мансийском автономном округе основная доля малого бизнеса концентрируется в сфере торговли и предоставления бытовых услуг. На территории округа в целом отмечается позитивная динамика основных показателей, характеризующих деятельность малого бизнеса.

Развитие малого бизнеса в Ханты-Мансийском автономном округе-Югре в условиях кризиса и экономической неопределенности приобретает особое экономическое значение. Государственная поддержка развития малого бизнеса- это основа региона, диверсификации региональной экономики и импортозамещения в конечном итоге повышения качества жизни населения региона. [3]

Таким образом, можно сделать вывод о том, что малый бизнес в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре обеспечивает повышение занятости населения, снижение сезонности производства, способствует росту доходов и благосостояния жителей и более полному использованию местных ресурсов.

Использованные источники:

1. Постановление Правительства Ханты - Мансийского автономного округа - Югры «О целевой программе Ханты - Мансийского автономного округа - Югры» «Развитие малого и среднего предпринимательства в Ханты - Мансийском автономном округе - Югре на 2011–2013 годы и на период до 2015 года» от 09.10.2010 года № 241-п;
2. Постановление Правительства от 9 октября 2013 г. № 419-п (ред. от 25.03.2016) о государственной программе Ханты-Мансийского автономного округа-Югры «Социально-экономическое развитие, инвестиции и инновации Ханты-Мансийского автономного округа- Югры на 2016-2020 годы»;
3. Богомолова Л.Л. Экономическая оценка современного состояния и динамики развития малого и среднего бизнеса в Ханты-Мансийском автономном округе-Югре. Сборник статей Международной научно-практической конференции «Проблемы социально экономического развития регионов». 8 мая 2015г., г. Уфа. - Уфа: Аэтерна,2015. -55с.
4. Предпринимательство [Электронный ресурс].: Режим доступа: Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru> (Дата обращения: 02.06.2016).

*Гусейнова Н.М., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «Бухгалтерский учет и налогообложение»
Камысовская С.В.
ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»
Россия, г. Ставрополь*

УЧЕТ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ

В условиях образования рыночных отношений практически невозможно управлять тяжелым экономическим механизмом хозяйствующего субъекта без экономической информации, главная часть которой дает четко налаженная система бухгалтерского учета и анализа финансово-хозяйственной деятельности. Сведения бухгалтерского учета и анализа финансово-хозяйственной деятельности используются для быстрого управления работой хозяйствующих субъектов и их структурных подразделений, для составления экономических прогнозов и текущих планов и, наконец, для изучения и исследования закономерностей развития экономики страны.

Дебиторская задолженность - сумма долгов, причитающихся предприятию, от юридических или физических лиц в итоге хозяйственных взаимоотношений с ними. Обычно долги образуются от продаж в кредит. - это сумма задолженности дебиторов предприятию на определенную дату.

Под дебиторами надлежит осознавать юридических и физических лиц, которые вследствие прошлых событий задолжали предприятию конкретные суммы денег, их эквивалентов либо иных активов.

Имея цель составления денежной отчетности дебиторская

задолженность обозначается по таковым показателям:

-связи с обычным операционным циклом (обычный операционный цикл — промежуток времени меж приобретением припасов для воплощения работы и получением средств от реализации сделанной из их продукции либо продуктов и услуг);

- сроку закрытия;
- объектам, сравнительно которых появились обещания дебиторов;
- оперативности оплаты должником дебиторской задолженности.

По первым двум признакам выделяют долгосрочную и текущую дебиторскую задолженность.

Долгосрочная дебиторская задолженность — сумма дебиторской задолженности, которая не возникает в ходе нормального операционного цикла и будет погашена после 12 месяцев с даты баланса.

Текущая дебиторская задолженность — сумма дебиторской задолженности, которая возникает в ходе нормального операционного цикла или будет погашена на протяжении 12 месяцев с даты баланса. Текущей дебиторской задолженностью считается и еще сумма дебиторской задолженности, которая длится более 1-го года, хотя предполагается, собственно она станет погашена в процессе обычного операционного цикла компании.

Дебиторская задолженность по объектам, по которым появляются обещания дебиторов, обозначается как:

- дебиторская задолженность, сплетенная с обычной работой компании по реализации продукции, продуктов, дел, услуг;

- дебиторская задолженность, которая не связана с реализацией продукции, продуктов, дел, услуг, а появляется вследствие воплощения иных операций.

Нынешняя дебиторская задолженность, сплетенная с реализацией продукции, продуктов, дел, услуг, представлена в Балансе в составе оборотных активов отдельными заметками обозначенных видов.

Дебиторскую задолженность, которая не связана с реализацией продукции, работ, услуг, составляют:

- дебиторская задолженность по выданным авансам;
- дебиторская задолженность по расчетам с бюджетом;
- дебиторская задолженность по начисленным доходам;
- дебиторская задолженность по внутренним расчетам.

В отличие от производственных запасов и незавершенного производства, которые не в состоянии быть быстро изменены, дебиторская задолженность представляет из себя очень переменный и оживленный составляющей оборотных средств, значительно зависящий от принятой в организации политики в отношении потребителей продукции. Так как дебиторская задолженность являет из себя бездвижение собственных оборотных средств, то есть грубо говоря она не прибыльна в организации, то с полностью понятностью навязывается вывод о ее очень вероятном

уменьшении. Дебиторская задолженность быть может сведена до минимального количества, все же, данного не случается в виду многих причин, даже из-за конкурентной борьбы.

Становление рыночных взаимоотношений и инфраструктуры денежного рынка дают возможность использовать в практике денежного маркетинга ряд новейших форм управления дебиторской задолженностью - ее рефинансирование, то есть убыстренный перевод в иные формы оборотных активов организации: деньги и высоколиквидные краткосрочные ценные бумаги.

Основными формами рефинансирования дебиторской задолженности, используемыми сегодня, являются:

- 1) факторинг;
- 2) учет векселей, выданных покупателями продукции;
- 3) форфейтинг.

В бухгалтерском учете дебиторская задолженность отражается по дебету счетов:

- 60 "Расчеты с поставщиками и подрядчиками" (если организацией выдан аванс в счет поставки);

- 62 "Расчеты с покупателями и заказчиками" (в случае поставки товаров, работ, услуг в счет последующей оплаты);

- 68 "Расчеты по налогам и сборам" (в случае переплаты в бюджет);

- 70 "Расчеты с персоналом по оплате труда" (при удержании с работника определенных сумм в пользу организации);

- 71 "Расчеты с подотчетными лицами" (в случае невозврата подотчетным лицом выданных ему денежных средств);

- 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами" (в случае наличия задолженностей по возмещению ущерба по страховому случаю; расчетов по претензиям в пользу организации; расчетов по причитающимся дивидендам и др.).

Внедрение новейших субсчетов предприятие имеет возможность производить без помощи других, как следует из необходимостей управления, контролирования и анализа дебиторской задолженности с сохранением кодов (номеров) субсчетов Плана счетов бухгалтерского учета активов, денег, обязанностей и домашних операций компаний.

Согласно с П(С)БУ дебиторская задолженность признается активом тогда, когда производятся эти условия:

- присутствует возможность получения предприятием грядущих финансовых выгод;

- сумма дебиторской задолженности может быть достоверно определена.

Таким образом, оценка момента, на который предприятие передает покупателю риски и выгоды, связанные с правом собственности на продукцию, товар, требует изучения договора между предприятием и покупателем и обстоятельств операции.

Даньшин П. С.
студент магистрант 1 курса
кафедра «Экономики и финансового менеджмента»
Рязанский государственный радиотехнический университет
Россия, г. Рязань

ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.

Владея торговой организацией, особое внимание нужно уделить расходам возникающих в ходе деятельности фирмы. Расходы принимают важную роль в ценообразовании, а также является фактором в образовании прибыли организации.

Расходы на реализацию товаров - это стоимостная оценка материальных, трудовых и иных затрат (потребленная часть ресурсов и затрат на хозяйственную деятельность). Детальная оценка и состав затрат регламентируются документами.

Расходы по реализации товаров задействованы везде, где происходит процесс товарообращения.

Расходы на оплату доставки грузов, на погрузку и разгрузку, на содержание помещений для хранения продукции, на оплату труда работников организаций относятся к расходам по реализации.

Расходы по реализации продукции являются одним из важнейших критериев оценки результатов деятельности фирмы. С помощью этого параметра можно оценить результативность и качество работы персонала. Их оптимизации уделяется огромное внимание, так как экономия, рост производительности труда, сокращение потерь, непроизводственных расходов позволяют повысить рентабельность.

Уровень расходов по реализации изменяется в зависимости от характера торговой фирмы и ее расположения (город, сельская местность), что непосредственно влияет на розничную покупательскую способность населения, структурой товарообращения, условиями поставок, развитием транспортных коммуникаций, производством товаров.

От того, что реализует торговая фирма, напрямую зависят ее расходы по реализации товара. Например, уровень расходов по продаже продовольственной продукции, примерно, в 1,5 - 2 раза выше, чем в торговле непродовольственными товарами, так как больше требуется средств по доставке, хранению, расфасовке товаров, выше естественная убыль, также потери и расходы по таре. Также большой уровень расходов по продаже алкоголя, овощей, молочной продукции, хлеба и хлебобулочных изделий.

Факторы, воздействующие на уровень расходов по реализации продукции, разделяются на зависимые от результатов и качества работы торговой организации (внутренние) и не зависимые от торговой организации (внешние).

В системе факторов, относящиеся к внешним, выделяют следующие моменты:

- чем выше уровень инфляции, тем быстрее растет сумма затрат на

реализацию по оплате труда персонала; обслуживанию заемного капитала; выделения на социальные нужды;

- уровень развития отдельных секций потребительского рынка. В условиях продавца уровень затратно-емкости реализации определенных групп товаров гораздо ниже, чем в условиях покупателя. Это обусловлено с различиями в скорости обращения товаров, в уровне расходов на организацию торгового обслуживания покупателей и т.д.;

- изменение количества налоговых платежей, состоящие в статье расходов по реализации товара.

Так-как основная часть налогов включается в расходы по реализации торговой организации, то любое их изменение отображается на всей сумме и уровне расходов по реализации;

- изменение уровня суммы арендной платы;
- благосостояние и покупательская способность населения;
- расположение торговой организации;
- отношение спроса и предложения.

Такие факторы называются внешними (независимые от деятельности торговой организации), так как фирма не может ими управлять, но обязательно должна учитывать их при планировании и прогнозировании своей хозяйственной деятельности.

Зависимые - это факторы, которые связаны с деятельностью данной организации. К ним относятся такие факторы как: процент выполнения плана товарообращения, изменение его объема, состав и структура; время оборота товаров; производительность труда работников организации; внедрение передовых форм торговли; увеличение поставок товаров от местных производителей, совершенствование путей и форм товародвижения; оптимизация использования транспорта, материально-техническая база торговли и другие факторы.

Такая группа факторов позволяет определить действительный размер экономии расходов по реализации товара, установить положительный или отрицательный момент в работе организации, пути, возможности и резервы относительного сокращения расходов. Также нужно принять во внимание, что одни факторы способствуют снижению расходов по реализации, а другие их увеличению, а в целом, они определяются эффективностью затрат в торговле.

Значительное влияние на расходы по реализации продукции оказывает изменение товарооборота. Чем быстрее продается товар, тем быстрее уменьшаются запасы, что уменьшает проценты за использование банковского кредита, товарные потери в пределах и сверх норм, расходы по хранению товаров и другие расходы.

- изменение розничных цен ведет к росту объема товарообращения, следовательно, к снижению расходов по реализации.

- изменение цен за услуги, материалы, электроэнергию и топливо оказывает заметное влияние на статьи расходов по реализации товара.

- повышение производительности труда ведет к уменьшению

численности работников, и сокращению расходов на оплату труда.

- рост эффективности использования материально-технической базы ведет к росту фондоотдачи, производительности труда, товарооборота, и, следовательно, к снижению расходов по реализации.

- применение и развитие передовых видов торговли способствуют росту товарообращения, повышению производительности труда, улучшению других показателей хозяйственной деятельности торговой фирмы.

- изменение договоров на поставки товаров, расширение закупок у местных производителей на льготных условиях, развитие централизованной доставки, совершенствование товарооборота.

Средний уровень расходов суммируется каждым видом затрат, которые учитываются в номенклатуре расходов организации по реализации товара. Учитываются все статьи расходов, но в первую очередь анализируются расходы на транспортировку грузов, амортизацию основных фондов, проценты по кредитам банков; затраты на оплату труда и социальные нужды; оплата нематериальных услуг.

Основной задачей анализа расходов по реализации – это не только изучение выполнения плана и оценка соблюдения их сметы, но и выявление резервов сокращения расходов и разработка мер по их использованию путем удаления непроизводительных затрат, бесхозяйственности, транжирства и обеспечения наиболее экономичного, целесообразного и эффективного использования средств и труда. В ходе процесса анализа необходимо и изучить динамику расходов по реализации, выявить и измерить влияние основных факторов на их размер.

Анализ расходов по реализации продукции проводится по данным внеучетных источников информации и наблюдений, бухгалтерии и статистической отчетности, первичных и сводных документов. Фактические расходы по реализации можно найти в годовом отчете о прибыли и убытках, отчете о финансовых результатах и отчете о затратах на производство и реализацию продукции предприятия. Месячные данные о расходах по можно выяснить из результатов их синтетического и аналитического учета. Для выявления причин отклонений от плана в расходах по реализации используются данные первичных документов (товарно-транспортных накладных, расчетно-платежных ведомостей на оплату труда и др.), материалы проверок, обследований, личных наблюдений.

Анализ расходов обычно начинается с сравнения фактических данных с плановыми и с данными прошлых промежутков времени. Разница между плановым и фактическим итогом расходов в реализации (или в динамике) представляет собой полное отклонение (экономия или перерасход). На основе полученных данных нельзя давать точную оценку хода выполнения плана и динамики расходов по реализации. С ростом объема товарообращения увеличивается сумма расходов по реализации и наоборот, уменьшение товарообращения, как правило, приводит к полной их экономии. Из этого следует, что анализ торговых расходов нужно увязывать с изучением

товарообращения, то есть дать оценку расходам не по сумме, а по их уровню в процентах к товарообороту. Отклонение уровня расходов по реализации (от плана или от данных прошлых лет) называется размером понижения или повышения их уровня. Он показывает, на сколько процентов к товарообороту фактический уровень расходов выше или ниже базисного (планового или фактического за прошлый период).

Далее переходим к анализу состава и структуры расходов по реализации, выполнения плана и динамики отдельных статей расходов. Причем оценку выполнения плана и динамики статей расходов, сумма которых находится в прямой зависимости от изменения объема розничного, следует давать по их уровню. Статьи расходов, сумма которых не находится в пропорциональной зависимости от степени выполнения плана и динамики товарооборота (условно-постоянные расходы), изучают прежде всего по абсолютным данным.

В заключении можно сказать, что расходы по реализации товара – это основной показатель деятельности торговой организации. Чтобы эффективно оценить показатель реализации, нужно провести анализ. В ходе анализа выясняется, за счет каких факторов изменяется уровень расходов по реализации товаров.

Использованные источники:

1. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие/ Под общ. ред. Л. Л. Ермолович. – Мн.: Интерпрессервис; Эксперспектива, 2001.
2. Платонов В. Н. Организация торговли: Учебное пособие. Мн.: БГЭУ, 2002.
3. Савицкая Г. В. Экономический анализ: Учеб. - 10-е изд., испр. – М.: Новое знание, 2004.

*Дежников С.С.
магистрант, 2-ой курс
Финансовый Университет
Россия, г. Москва*

ПРЕДПОСЫЛКИ РОСТА КИНОБИЗНЕСА В РОССИИ

Аннотация: Кинобизнес в России претерпевает серьезные изменения, которые могут отразиться не только на принципах работы Кинокомпаний, но и на структуре самой отрасли в целом. В данной статье рассматриваются варианты развития отрасли.

Ключевые слова: кинематография, кино, продакшен, маркетинг, конкуренция, конкурентные преимущества, бренд, развитие, ограничения, отличия, кинопроизводство, медиа.

Кинематография - искусство воспроизведения на экране движущихся изображений, которые создают впечатление живой действительности, а также промышленность, производящая кинофильмы. Кинопроизводством является процесс создания кинофильмов от первоначального замысла до конечного показа готового продукта аудитории в кинотеатрах, а также посредством

телевидения или интернета. Кинопроизводство существует во множестве стран и соприкасается с экономическими, социальными и политическими сферами жизнедеятельности. Как правило, кинопроизводство требует вовлечения большого количества людей, больших временных и материальных затрат. Кино и ТВ компании, как и все коммерческие фирмы, стремятся к повышению доходов. Сегодня это требует от медиаменеджеров не только понимания рыночной ситуации, но и создания инновационных рыночных стратегий, которые учитывают реалии современной экономической и политической жизни страны. Прежде чем дать характеристику существующим сегодня рыночным стратегиям медиапредприятий, необходимо выделить важнейшие мотивации, которыми они руководствуются при создании этих стратегий. Во-первых, предприятия кинопроизводства всё чаще используют концепцию «вертикальной производственной цепочки» для анализа своего производственного цикла. Основываясь на ней, компании ориентируют свои рыночные стратегии на установление жесткого контроля над ценами, сокращение расходов, кооперацию производственных процессов. Это становится возможным в результате создания многоотраслевых корпораций, которые объединяют под одной крышей различные стадии производства, а также и производство разных средств массовой информации. При таком подходе появляется возможность проведения комплексных рекламных кампаний в предприятиях, находящихся под единым управлением. Во-вторых, медиабизнес, как и другие отрасли экономики сегодня, находится под воздействием одной из ключевых экономических тенденций XX в. – отчуждения собственности от управления. Все меньше компаний контролируются медиамагнатами или семьями, стоявшими у их истоков. Все больше предприятий СМИ переходят в собственность акционерных компаний, которые, в свою очередь, нанимают высокооплачиваемых менеджеров. Для последних целью деятельности становится не только увеличение прибыли, но и дальнейшая экспансия. К примеру, возглавляемые известными менеджерами XX в. медиакорпорации – Time Warner-AOL, Bertelsmann, Vivendi Universal – в конце 20-ого столетия многократно увеличили свое присутствие на рынке, показав примеры беспрецедентного для современной экономики роста. Сегодня целью деятельности многих предприятий СМИ становится рост, расширение на рынке. Эти критерии воспринимаются как условие устойчивости на рынке и как залог успешной репутации наёмных топ-менеджеров. С учетом вышесказанного, существует несколько вариантов роста. Первая – возможность горизонтального роста. Горизонтальный рост – ведет к расширению компании в той же сфере, где она уже ведет свой бизнес. Фактически, к увеличению рыночной доли компании благодаря за счет приобретения аналогичных компаний или расширению производства. Примером первого направления может быть расширение ассортимента за счет новых товаров – аналогов (например, производство теле- или интернет передач). Во втором случае примером горизонтального роста предприятий

кино может служить приобретением продакшенами конкурирующих фирм или компаний на других географических рынках, то есть создание кино- или телецепей. Это характерно практически для всех стран. И в США, и в странах Западной Европы горизонтальная экспансия существует практически во всех индустриях. Логика горизонтального роста очевидна: предельные и средние издержки сокращаются по мере расширения производства. Именно эта причина является главной при выборе данной стратегии.

Также можно выделить возможности вертикального роста. Вертикальным ростом называется рост, связанный с расширением производства на разных стадиях создания одного продукта. Примерами могут служить создание собственной звукозаписывающей студии для озвучивания или дубляжа фильмов, создание ими сетей дистрибуции, создание телеканала со своими фильмами, программами. По существу вертикальный рост ведет к объединению в рамках одного предприятия всех звеньев производственной цепочки. В настоящее время большинство кинокомпаний «растут» вертикально в той или иной степени по схеме: продакшен + звукозапись; продакшен + актерская база; обработка изображения + компания-производитель видеоконтента. Вертикальный рост выгоден, поскольку придает компаниям уверенность в контроле над своими рынками, намечает новые направления экономии ресурсов (например, отменяет затраты на транзакции по приобретению голосов или видеоредакторов). Я предполагаю, что в связи с расширением производства цифрового содержания вертикальный рост будет только продолжаться.

Еще одна возможность - диагонального роста. Диагональный рост означает объединение компаний, которые не производят одинаковую продукцию и не участвуют в общем производственном процессе. Эта стратегия роста в конце 20-ого столетия стала наиболее популярной, поскольку вела к созданию многоотраслевых диверсифицированных корпораций, способных контролировать цены, перераспределять ресурсы внутри корпораций с прибыльных производств в убыточные, привлекать рекламу транснациональных корпораций, заинтересованных в комбинации различных рекламоносителей. Схема диагонального роста такова: газета + ТВ + РВ + компьютерные информационные услуги + немедийные предприятия. В результате этой стратегии создаются национальные конгломераты или транснациональные корпорации, осуществляя контроль за предприятиями разных профилей в одной или нескольких странах.

Также существует вариант кластеризации. Процессы объединения привели к созданию крупных промышленных комплексов, территориально-производственных объединений, включающих в себя различные производства, необходимые для выпуска конечного продукта. Такого рода объединения получили название кластеров (от англ. cluster – гроздь, скопление). Создание предприятий информационно-коммуникационной индустрии, которые объединяют как различные стадии производства продукта, так и смежные секторы, может называться кластеризацией.

Кластеризация в медиаиндустрии – объективный процесс, вызванный сближением технологий производства содержания и распространения медиапродуктов.

В отличие от территориально-производственных индустриальных кластеров (в автомобильной, лесоперерабатывающей, металлургической отраслях промышленности) кластер медиаиндустрии носит более производственный характер, который связан с общей платформой – производством содержания для многочисленных каналов распространения.

Формирующийся кластер индустрии содержания:

- видеопроизводство;
- создание баз данных.
- звукозаписывающая индустрия;
- газетный и журнальный бизнес;
- книгоиздание;
- телевизионная индустрия;
- производство онлайн-контента;
- производство компьютерных игр;
- радиоиндустрия;
- кинопроизводство;

В современных условиях медиакластер имеет тенденцию к объединению с индустриями по производству информационной и коммуникационной техники, домашней электроники. Тем самым создаются предпосылки к созданию информационно-коммуникационного кластера, поглощению им кластера производства контента.

В России кинобизнес находится на стадии развития. Если сравнить кинематограф России и США, то мы получим разницу в размерах почти в 10 раз. В 21 веке в России снимается 100-150 картин в год, что генерирует объем рынка почти в 1.4 миллиарда долларов. Такая разница объясняется тем, что современный кинобизнес в России заново развивается после распада СССР, когда в США он уже практически сформирован. В США этот бизнес активно развивался в течение последних 100 лет, миллиарды долларов были потрачены на развитие индустрии и сопутствующих технологий, а несколько поколений менеджеров смогли создать, развить и закрепить за собой место на этом рынке. В итоге образовались киностудии с высокобюджетными фильмами и мировыми именами. В России активное развитие этой отрасли получила только в 21 веке. Сейчас активно используются деньги местных и зарубежных инвесторов, государство обратило внимание на эту индустрию и выделяет субсидии на производство. Создаются студии, продакшены, творческие объединения. У российского рынка есть потенциал, который можно и нужно развивать. Российские компании уже применяют горизонтальное расширение. К примеру, Газпром – безоговорочный лидер по добыче газа создал компанию Газпром-медиа. Последние 10 лет эта компания расширяется за счет создания новых продуктов и покупки старых. Сейчас

Газпром-Медиа холдинг является крупнейшим в России. В интервью журнала Forbes известного продюсера Александра Роднянского спросили : — Вы можете работать в любой стране. Почему все-таки делаете ставку на Россию?

«...главная проблема в том, что, работая в Америке, я не чувствую полного контроля за принятием ключевых решений. Мы, как правило, находим готовые сценарии, не мы их иницилируем и развиваем. А мне кажется, что главное в нашем деле — понимание целевой аудитории, попытка понять и проговорить время, умение находить общий язык с авторами. Значит, необходимо развивать свои истории. И я уверен, что можно делать в России кино для мирового проката.»

В итоге мы получаем относительно новый рынок с большим потенциалом развития. Необходимо правильно выбрать стратегию развития, однако все предпосылки для создания мировых шедевров уже имеются.

*Дементьева Т.В.
магистр 2 курса
факультет «Транспортная логистика»
Россия, г. Ростов-на-Дону*

ПРОБЛЕМЫ ПРОСТОЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА СЕГОДНЯ. РАССМОТРЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО ПОДХОДА К ИХ РЕШЕНИЮ

Аннотация. Рассмотрение понятия простоя автомобильного транспорта, признаки простоя, современные причины простоя, способы их решения. Даны характеристики понятия простоя. Подробно описаны решения наиболее часто на сегодняшний день встречающихся причин простоя. **Ключевые слова:** простой автомобильного транспорта, характеристика простоя, простои в понятии юридическом, современные виды простоя, способы решения/устранения современных видов простоя.

Время – деньги. С этого не навязчивого, но устойчивого выражения, хочу начать свою статью.

На сегодняшний день проблема простоя автомобильного транспорта под погрузкой/разгрузкой остается все также актуальной, как и раньше.

Как охарактеризовать и дать точное определение времени простоя автомобильного транспорта? Почему происходят простои? С чем это может быть связано? Как эту проблему решить? И что нам даст решение данной проблемы? Эти вопросы я хотела бы рассмотреть в статье.

Время простоя автомобиля под погрузкой и выгрузкой состоит из времени, расходуемого на погрузочно-разгрузочные работы, и времени, затрачиваемого на оформление документов.

«Простой» в понятии юридическом - это «задержка» в погрузке или разгрузке транспортного средства.

Федеральный закон от 8 ноября 2007 г. N 259-ФЗ "Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического

транспорта" (далее - Устав) говорит нам об следующих признаках простоя или задержки, которые применимы к автомобильному транспорту:

Первое, простой транспортных средств, возможен лишь при погрузке или выгрузке груза.

Второе, простой транспортных средств употребляется Уставом как синоним "задержка" транспортных средств.

И третье, при простое транспортных средств, предусмотрена Уставом ограниченная ответственность в форме штрафа за каждый полный час задержки (простоя)[4].

Следовательно, *время простоя(задержки) автомобиля* под погрузкой или разгрузкой исчисляется с момента подачи автомобиля к месту погрузки или разгрузки и вручения водителем транспортных документов на перевозку грузов до момента окончания погрузки или разгрузки и вручения водителю надлежаще оформленных транспортных документов.

В случае возникновения простоя, согласно п. 6 ст. 35 Устава, основанием для начисления штрафа служат отметки в транспортных накладных или в путевых листах о времени прибытия и убытия транспортных средств[4].

Нужно отметить, что для привлечения лица к ответственности за простой? необходима по большей мере отметка о прибытии и убытии транспортного средства под погрузку/выгрузку, подтвержденная подписями представителя перевозчика и грузоотправителя/грузополучателя, что является главным доказательством факта простоя для суда.

Таким образом, полагаем, что заранее согласованные и точно определенные условия о сроках погрузки или выгрузки служат наибольшей эффективности грузооборота, что доказывает необходимость их подробного регламентирования в договоре об организации перевозок грузов.

Причин, по которым происходят простои очень много, к примеру:

- Долгое время подачи автомобиля под погрузку от места стоянки автомобиля к месту загрузки / разгрузки[5].

Передвижение от места стоянки автомобиля до места погрузки может быть затруднено рядом факторов. Например, движение грузового транспорта осуществляется по дорогам внутригородского сообщения, с большим количеством автомобилей и светофоров. Из-за аварийной ситуации между автомобилями участвующими в дорожном движении, без участия транспортного средства, которое необходимо подать под погрузку/разгрузку. Второй вариант это аварийная ситуация на дороге с участием транспортного средства, которое необходимо подать под загрузку. Автомобиль припарковался в неполюженном месте и его отвезли на штраф стоянку.

Как исправить такую причину.

На мой взгляд, решение проблемы простоя автомобильного транспорта для каждого предприятия индивидуальны. Для решения проблемы простоев необходимо ведение статистики на предприятии. После выявляются конкретные проблемы, которые прямо или косвенно влияют на проблему

простоя автомобилей. Наиболее часто встречающихся проблем по простоя автомобиля под погрузкой/разгрузкой.

- Простой по санитарным и техническим причинам[5].

Автомобиль, который необходимо подать под погрузку/разгрузку может выйти из строя в самый не подходящий момент. Например, необходимое ТО не было вовремя проведено или не было возможности для его своевременного проведения. Отсутствие стяжных ремней, не соответствие санитарным нормам и другое. В таком случае в пункте погрузки могут отказывать в загрузке автомобиля, до тех пор, пока его владелец не исправит причины отказа.

Как исправить такую причину.

Для решения проблемы по санитарным нормам я предлагаю следующие действия. Фирма отправитель заранее должна предупредить о том какой автомобиль им необходим должном состоянии автомобиля. оглашал требования к внешнему виду автомобильной кабины в которую будет производиться погрузка. владелец самостоятельно следил за санитарным состоянием своего автомобиля, а также компания грузоотправитель должна . Таким образом, время затраченное на санитарную проверку автомобиля будет уменьшаться, в связи с тем что водителю или санитарной службе на месте погрузки не придется приводить автомобиль в необходимое для погрузки санитарное состояние.

Если автомобиль не пригоден по санитарным или техническим нормам к погрузке, то фирма грузоотправитель вправе отказать такому автомобилю в погрузке, пока причины отказа не будут исправлены. После исправления причин отказа, а это занимает определенное время, что увеличивает «простой» автомобиля, компания отправитель должна начать погрузку.

- Простой из-за «форс-мажорных» ситуаций[1]

Примером может являться неблагоприятные погодные условия, в следствии, которых погрузка/разгрузка начинается не в назначенное время или длится достаточно долгое время.

Как постараться предотвратить такую причину.

Форс-мажорные причины из-за которых возможен простой автомобильного транспорта практически нельзя предотвратить, однако во время просмотренный прогноз погоды, а так же правильно оцененная ситуация помогает их предотвратить.

- Простой из-за человеческого фактора[2].

Примером является, ошибка диспетчера при наборе номера водителя (звонок не тому водителю). Водитель отошел по своим делам и не взял телефон с собой и многое другое.

Как не допустить такую причину.

Простой из-за человеческого фактора, на мой взгляд, одна из основных всегда причин простоя. Не правильно введенные данные в документы, не вовремя предупрежденный человек о заезде на территорию по вине логиста его курирующего, неверная информация по заезду на погрузку водителя и др.

все это ошибки присущие человеку.

На мой взгляд, ошибки эти связаны с тем, что человек, работающий на работе должен быть постоянно в режиме многозадачности, из-за этого работник работает на максимуме своих возможностей, что приводит к быстрой усталости организма, как следствие она проявляется в ошибках. Есть и другое мнение, что человек, работающий на такой должности халатно относиться к своей работе.

- Сбои в системе управления или не доработки в работе[3].

Например, система навигации сбилась, из-за этого диспетчер не может отследить точного положения автомобиля и рассчитать, спустя какое время он может стать под погрузку/разгрузку. Сбои сотовой связи и другие факторы. К недоработкам в работе можно отнести, не просчитанное логистом время, необходимого для появления следующего автомобиля на погрузке/ разгрузке.

Как уменьшить вероятность такой причины.

На сегодняшний день большая часть помощников современного менеджера это электронные устройства. Они в меньшей степени, чем человек подвержены сбоям – «усталости», но все же подвержены. Из-за таких сбоев возникают простои по причине электронной системы управления. К ним относятся такие как потеря сигнала сотовой сети, потеря локальной сети, сбой в программном обеспечении, перепады в электричестве и др. Необходимо решать проблему по мере возможности заранее. Обойтись без перебоев в электричестве поможет правильно рассчитанная потребляемая нагрузка мощности на трансформатор. Что касается локальной сети, то ее так же не следует сильно перегружать, к тому же она рассчитана на работу, а не на личное пользование, но не только это может послужить причиной обрыва сети. Причины могут быть в неисправности кабеля, плохом сигнале приема, или просто в не вовремя оплаченных счетах.

Недоработки в системе управления немало важный аспект, так как чем лучше налажены логистические отношения, тем быстрее и спокойней протекает рабочий процесс для работника. Примером может послужить контроль за транспортным средством на погрузке, чем логист больше будет осведомлен о количестве оставшихся на загрузке паллет или иного груза, тем быстрее среагирует на подачу, нового подвижного состава, на загрузку, что уже будет говорить об уменьшении впустую прослаиваемого транспорта.

Для того, что бы немного ослабить контроль логистом за погрузочно-разгрузочными работами, необходимо, что бы логист просчитал заранее, время подач автомобильного транспорта, на территорию завода. Это поможет ему ориентироваться во времени и рассчитывать, какое число автомобилей завод может обслужить.

Например, среднее время загрузки автомобиля составляет 40 минут. В нашем случае оно состоит из времени подачи автомобиля, времени выписывания пропуска на заезд автомобиля на территории погрузки, времени подготовки персонала к погрузке автомобиля, времени самой загрузки автомобиля, времени подготовки документов, времени проверки документов

и подписание документов сторонами, времени проверки охраной документов и выписывания пропуска и времени выезда автомобиля с территории погрузки.

Если логист правильно построил время погрузки то большая часть действий, которая описана выше, будет идти параллельно с другими.

Например: время подачи автомобиля на погрузку будет параллельно совершаться с выписывание пропуска заезда на территорию и подготовкой персонала к погрузке, в это же время начинается подготовка документов на погрузку автомобиля и так далее. Для более наглядного примера введем понятие временного графика, где X – это время в минутах, а Y – номер действия.

Составим таблицу 1 затраты времени на действия, совершающиеся каждый раз, как только автомобиль подъезжает для загрузки или разгрузки, по которой после составим графики экономии времени до и после модернизации.

Таблица 1 «Затраты времени на действия необходимые для загрузки или разгрузки транспортного средства»

№ действия	Действия , происходящие каждый раз как автомобиль приезжает загружаться/разгружаться	Время (мин)
1	Время подачи автомобиля на погрузку/разгрузку	3
2	Время выписывания пропуска на автомобиль для погрузки / разгрузки	1
3	Время движения внутренних маневров автомобиля для погрузки/разгрузки	2
4	Время подготовки документов на загружаемый товар	15
5	Время проверки документов кладовщиком	1
6	Время подписи кладовщиком отпускаемой им продукции	1
7	Время проверки документов водителем и принимаемой им продукции	1
8	Время подписи водителем документов, и опломбирование автомобиля	1
9	Время загрузки автомобильного транспорта	25
10	Время проверки охраной верного количества загружаемой продукции	10
11	Время выписки пропуска на выезд с территории	2
12	Время выезда с территории	2

Для наглядного примера я подготовила рисунки 1 и 2 с графиками времени до модернизации, предложенной мною на предприятии и после.

График времени уходящего на загрузку одного т.с. до модернизации

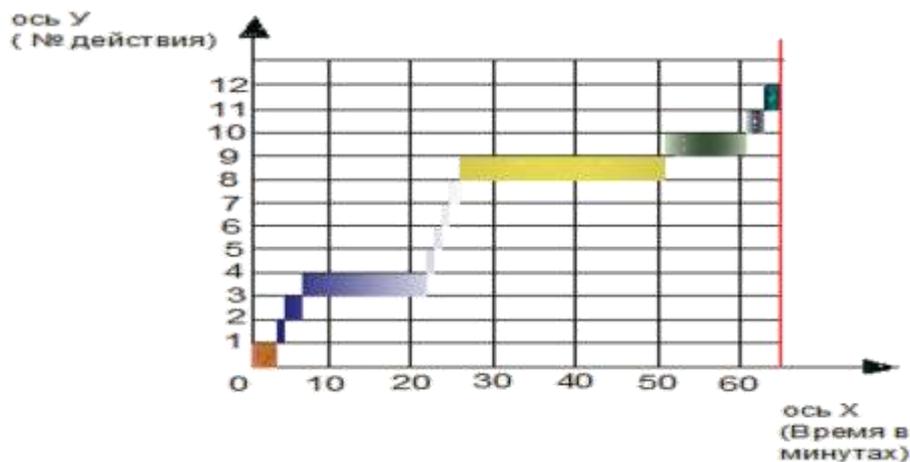


Рисунок 1 «График времени уходящего на загрузку одного т.с. до модернизации»

График времени уходящего на загрузку одного т.с. после модернизации

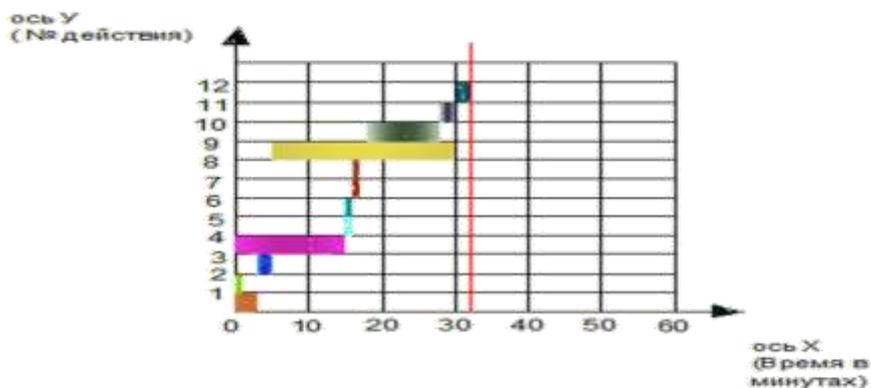


Рисунок 2 «График времени уходящего на загрузку т.с. после модернизации»

Условные обозначения

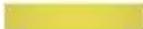
 – Подача т.с.	 – Подготовка документов
 – Оформление въезда на территорию на КПП	 – Загрузка автомобиля
 – Время движения по территории	 – Проверка охраной количества товара
 – Время проверки и подписания документов кладовщиком и водителем	 – Оформление пропуска на КПП
	 – Въезд с территории

Рисунок 3 «Условные обозначения для графиков на рисунках 1 и 2

В заключении хочу сказать, что на сегодняшний день проблема простоев автомобильного транспорта стоит очень остро. Каждый владелец подвижного состава знает, что если автомобиль будет простаивать, то дохода эти простои фирме не принесут. Таким образом, нам необходимо избавляться от этого. Все, вышеперечисленные факторы, влияют на простои автомобильного транспорта, но если правильно построить рабочий процесс и учесть все рекомендации по устранению простоев автомобильного транспорта, то со временем можно избавиться от такого понятия как простой.

Использованные источники:

1. Баев И.А., Бутрин А.Г., Морозова Л.Ш. Логистический подход к оптимизации процесса реализации продукции промышленного предприятия// Экономика и менеджмент: проблемы и перспективы Труды Международной научно-практической конференции. 6–11 июня 2005 года. – СПб.: Изд-во политехн. ун-та, 2005. – С. 356–358.
2. Морозова Л.Ш. Логистический цикл как критерий оптимизации процесса реализации продукции промышленного предприятия// Стратегическое управление развитием социально-экономических систем: Сборник статей участников VI Международной научно-практической конференции (17 – 19 мая 2006 г.)/ Под ред. В.П. Горшенина. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2006. – С. 62–66.
3. Федеральный закон от 8 ноября 2007 г. N 259-ФЗ "Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта"
4. Электронный ресурс <http://www.brokert.ru>
5. Электронный ресурс. Энциклопедия грузовых автомобилей <http://www.trucksinfo.net>
6. Электронный ресурс. Электронный журнал Грузовик Пресс <http://www.gruzovikpress.ru> Статья «Цифровая эпоха» автор П. Нечаев

*Денежкина Е.А.
студент 4 курса
Ярославский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Ярославль*

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ АО «ЖЕЛЕЗОБЕТОН»

В статье показано, что оценка финансового состояния позволяет выявить все взаимоотношения ресурсов и возможностей предприятия, как внешних, так и внутренних, помогая в решении таких задач, как поддержания конкурентоспособных преимуществ, удовлетворение потребностей рынка – настоящих и будущих. Иными словами, оценка финансового состояния предприятия – это способ, позволяющий раскрыть финансовое благополучие и динамику развития хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: финансовое состояние, ликвидность, платежеспособность, рентабельность, финансовые возможности, финансовая устойчивость.

The article illustrated that the financial condition of the evaluation reveals all relationships between the resources and capabilities of the company, both external and internal, to help in the decision problems such as the maintenance of a competitive advantage, satisfaction of the market needs - current and future. In other words, the assessment of the financial condition of the company - it is a way to reveal the financial well-being and the dynamics of the economic entity.

Keywords: financial condition, liquidity, solvency, profitability, financial capabilities, financial stability.

Для того чтобы предприятие было стабильным и успешным необходимо проработать план своей деятельности, осуществляя в рамках такого инструмента, как финансовый контроль [1; 4] сбор и регулярную систематизацию информации о состоянии актуальных сегментов рынка в реальных перспективах и возможностях, что позволяет прорабатывать собственную стратегию и тактику деятельности в экономике и хозяйствовании. Важным аспектом является проведение анализа финансово-экономической деятельности, позволяя объективно оценить результаты работы предприятия в целом и в его структурных элементах, определить взаимодействие различных внутренних и внешних факторов с основополагающими показателями хозяйственной деятельности организации, сформировать фундамент его финансовой политики и все это на базе финансового контроля [3].

Актуальность анализа финансового состояния предприятия в настоящее время в России неопровержима, ввиду значительных изменений в экономической жизни страны и региона [2]. Финансовая устойчивость предприятия является одним из основных факторов оценки ее финансовой состоятельности, конкурентоспособности и платежеспособности. Финансовое состояние определяет финансово-экономическое благополучие предприятия, дает оценку его текущего, инвестиционного и финансового развития, включает в себе информацию для инвесторов, а также отражает

способность предприятия отвечать по обязательствам и устанавливает размеры источников для дальнейшего развития.

В российском законодательстве определен алгоритм обязательных расчетов и урегулированы границы величин, отдельно взятых финансовых показателей состояния хозяйственной деятельности предприятия (такие как коэффициент текущей ликвидности, стоимость чистых активов, коэффициент обеспеченности собственными средствами и т.п.). Нормативно – правовыми актами определен необходимый минимум анализа финансового состояния, которое каждое предприятие обязано проводить. Через этот определенный минимум структуры власти способствуют повышению уровня общего финансового состояния российских предприятий и динамичному развитию экономики.

Для того чтобы провести оценку финансового состояния предприятия требуется принимать во внимание его независимость от заемных средств, т.е. внешних источников финансирования, устойчивость дохода собственников или акционеров, степень независимости внешних факторов от этого дохода (процентные кредитные ставки, состояние предприятия и его роль на рынке, деловая активность в своем сегменте), во многом определяют рентабельность и эффективность работы предприятия.

Оценка финансового состояния на определенную дату дает возможность выяснить, правильно ли ведется управление предприятием в области финансовых ресурсов в течение периода, предшествующего этой дате [6]. Финансовые ресурсы и их состояние при этом должно соответствовать требованиям рынка и отвечать потребностям развития предприятия [8, с.14].

Главной целью финансовой деятельности предприятия является путь, ведущий к одной стратегической задаче — увеличению собственного капитала, обеспечению и наращиванию устойчивого положения на рынке [7, с.158]. Для достижения данной цели, предприятие должно постоянно поддерживать рентабельность и платежеспособность, обеспечивать оптимальную структуру актива и пассива баланса.

Проведем оценку финансового состояния АО «Железобетон». Предприятие занимается производством сборного железобетона и товарного бетона. Рассмотрим структуру имущества АО «Железобетон» за 2011 – 2014 гг.

По состоянию на 31.12.2014 года структура активов предприятия характеризуется структурой: 25,0% внеоборотные активы, 75,0% - оборотные (табл. 1).

Таблица 1 – Структура имущества, %

№ п/ п	Актив				№ п/ п	Пассив					
	Статьи	201 1	201 2	201 3		201 4	Статьи	201 1	201 2	201 3	201 4
1	Внеоборотные активы	17,1	18,1	20,3	25,0	1	Собственные средства	53,5	64,5	66,2	69,6

2	Оборотные активы, в т.ч.	82,9	81,9	79,7	75,0	2	Заемные средства, в т.ч.	46,5	35,5	33,8	30,4
3	запасы	11,3	9,0	12,1	19,2	3	долгосрочные	3,4	3,9	1,7	2,0
4	средства в расчетах	71,4	72,3	65,5	52,1	4	краткосрочные	43,2	31,6	32,1	28,4
5	денежные средства, краткосрочные вложения	0,2	0,7	2,1	3,8						
	Итого:	100	100	100	100			100	100	100	100

Структура источников формирования активов менялась в сторону увеличения собственных средств. По данным на 31.12.2011 г. собственные средства в структуре источников формирования активов составляли 53,6%, на 31.12.2014 г. – 69,6%. Заемные средства на 31.12.2011 г. составили 46,5%, на 31.12.2014 г. – 30,4%. В структуре заемного капитала на 31.12.2014 г. преобладают краткосрочные заемные средства.

Внеоборотные активы организации сформированы за счет собственного капитала, оборотные активы за счет собственных и краткосрочных средств. Такое соотношение активов и пассивов должно положительно повлиять на показатели платежеспособности, ликвидности и финансовой устойчивости предприятия [5].

Таким образом, финансовая устойчивость АО «Железобетон» стабильна, предприятие платежеспособно, имеет положительный результат от хозяйственно-финансовой деятельности.

Использованные источники:

11. Волков А.Ю. Контроль как категория и как инструмент управления // Сборник «Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем». – Уфа, 2014. – С. 27 – 29.
12. Волков А.Ю. Тенденции в экономике Ярославской области за 9 месяцев 2015 года // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности». – 2016. – С. 69 – 71.
13. Волков А.Ю., Волков М.А. Финансовый контроль как категория // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2014. – № 6-2. – С. 394 – 398.
14. Волков А.Ю., Волков М.А. Финансовый контроль как функция управления // Сборник матер. III международной научно-практической конференции «Кризис экономической системы как фактор нестабильности современного общества». – Саратов. – 2014. – С. 30 – 31.
15. Волков А.Ю., Зборовская Е.Б. Из практического опыта исследования сущности рисков в управлении оборотными активами промышленных предприятий занятых производством тяжелых технических тканей // Интернет-журнал Науковедение. – 2015. – Т. 7. – № 2 (27). – С. 25.

16. Волков А.Ю., Зборовская Е.Б. Об управлении финансами предприятий и направлениях его совершенствования // Интернет-журнал Науковедение. – 2015. – Т. 7. – № 5 (30). – С. 24.
17. Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П., Маркарьян С.Э. Финансовый анализ. Учебное пособие для вузов. – М.: КноРус, 2011. – 272 с.
18. Панкевич С. Оценка финансовой устойчивости организации // М.: «Планово-экономический отдел». - 2014. № 10 - С. 12-19.

*Деникаева Р.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы и кредит»
Павленко М.В.
магистрант I курса*

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»
Россия, г. Ставрополь*

АДАПТАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация: Данная статья освещает систему управленческого учета в зарубежной практике, подробно анализируется одна из наиболее распространенных систем в практике управленческого учета – система «Директ-костинг», ее достоинства и недостатки, а так же вопросы её адаптации в российской учетной политике.

Ключевые слова: затраты, директ-костинг, адаптация.

ADAPTATION OF MANAGEMENT ACCOUNTING IN THE RUSSIAN ECONOMY

The article is highlights a system of management accounting in international practice, a detailed analysis of one of the most common systems in the practice of management accounting - a system of "direct costing", its advantages and disadvantages, as well as questions about its adapting to Russian the accounting policies.

Key words: expenses, direct costing, adaptation.

Как известно, классификаций учета затрат существует множество. Такое количество определяется тем, что в процессе учета и управления затратами каждая организация индивидуальна, и ориентируется на функции разных методов, определяя для себя наиболее подходящий под свою деятельность.

В условиях глобальной экономики, развития информационных технологий, ускорения технического процесса и усиления конкуренции, тема эффективного управления, качественной разработки системы учета затрат как никогда актуальна [1, с. 12].

Сегодня под системой учета затрат понимают совокупность элементов, которые способны осуществлять анализ и контроль информации о

предстоящих и текущих затратах предприятия.

Благодаря правильному выбору системы учета затрат, организация способна получить оперативную экономическую информацию, что позволит принимать обоснованные управленческие решения.

Существуют различные условия, при которых классифицируются методы учета затрат, деление которых регламентируется функциями при достижении целей учета затрат. Основные группы методов учета издержек [3, с. 27]:

1) по способу оценки: учет затрат по нормативной себестоимости, по фактической себестоимости, метод учета затрат «Стандарт-костинг», метод учета по плановой себестоимости;

2) в зависимости от технических особенностей производства: позаказный метод, попроцессный и попередельный методы;

3) по полноте включения затрат в себестоимость продукции: маржинальный доход, учет затрат по полной себестоимости.

Одна из наиболее распространенных систем в практике управленческого учета – система «Директ-костинг» (или директ-кост от англ. Direct-costs) – система учета прямых затрат.

Благодаря данному методу все затраты предприятия подразделяются на переменные и постоянные. Постоянные затраты учитывают на определённых счетах, в последствии списывают на финансовые результаты, в то время, как себестоимость планируется в части переменных издержек. Основное преимущество «Директ-костинг» заключается в том, что не обязательно производить сложные расчеты для определения издержек между разновидностями продаваемой продукции, система уже предусматривает распределение постоянных и переменных затрат.

Маржинальный доход – один из ключевых показателей системы «Директ-костинг», который показывает разницу между выручкой от реализации и переменными затратами.

Достоинства системы «Директ-костинг» [2, с. 145]:

1. Возможность провести сравнительный анализ доходности различных видов продукции, разработать программу оптимального выпуска и реализации товара фирмы.

2. Позволяет определить точку безубыточности.

3. Ориентируясь от объемов производства, способность к оперативному принятию управленческих решений. При условии, что руководство будет понимать ценность такой информации, и на основе ее принимать решения, все достоинства «Директ-костинг» будут реализовываться на практике. Иначе система будет «загромождать» информационное пространство, а так же увеличивать объем учетного процесса в организации, при этом, не принося необходимого эффекта.

4. Более упрощенное вычисление себестоимости продукции.

Практика показывает, что, как и в любом методе или системе, помимо достоинств, существуют и недостатки. Недостатки «Директ-костинг» [2,

с.146]:

1. Сложность в распределении затрат на переменные и постоянные, поскольку применять один шаблон дифференцирования во всех организациях невозможно. Одни и те же виды затрат в различных фирмах ведут себя по-разному.

2. Система способна привести организацию к убытку, при использовании политики демпингового ценообразования, поскольку часть постоянных издержек не будет покрываться маржинальным доходом.

3. Неточность в общей прибыли за период. При незавершенном производстве, остатки оценивают в разрезе переменных производственных расходах, а значит, возможны несовпадения величины себестоимости действительной и показателя себестоимости, который вычисляется по статьям переменных затрат. Это приводит к снижению достоверности учета. Системы учета затрат, которые используют предприятия, должны быть нацелены на достижение стратегических целей своей деятельности.

Экономика России не стоит на месте, она совершенствуется, активно развивается. При появлении новшеств в экономике, изменяется и отечественная система бухгалтерского учета. Ориентируясь на требования современной рыночной экономики и международным стандартам финансовой отчетности, система реформируется [4, 175 с.].

В Российской Федерации система «Директ-костинг» используется широко как в крупных, так и в малых организациях, но зачастую система организации носит сугубо формальный характер.

Сегодня, при внедрении системы управленческого учета в российских организациях, следует учитывать национальные особенности развития экономики в России, а так же опыт работы развитых стран во всем мире. В течение нескольких лет, на примере зарубежных компаний, осуществлены попытки обоснования теоретических концепций управленческого учета. При этом для России пока не выработаны четкие определения специфических функций этого вида учета.

Во время анализа проблем управленческого учета следует проводить исследования исторических особенностей развития страны и национальных особенностей менталитета населения.

Несомненно, управленческий учет необходим как для государственной или некоммерческой организации, так и предприятиям, предоставляющим услуги или коммерческим производителям продукции. Любое предприятие, нацеленное на увеличение отдачи от своих ресурсов, будет заинтересовано в получении качественной информации управленческого учета.

Как показывает практика, существует положительные сдвиги, в корпоративном управлении ряда российских компаний начиная с 2000 года. Такие компании, как ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл» стали предоставлять отчетности, составленные по международным стандартам. Но акционерам затруднительно разбираться в бухгалтерской отчетности, так как не все предприятия предоставляют подробную пояснительную записку к такой

отчетности. В Российской Федерации управленческий учет, прежде всего в филиалах западных и крупных российских организациях, получает все более широкое распространение.

Существует два типа отношений к управленческому учету:

1. Для филиалов и представительств зарубежных компаний. Такие клиенты требуют тщательного сбора информации, а так же хорошо знают требования к управленческой информации в корпоративном масштабе. После сбора данных, информация обрабатывается на уровне материнской компании, причем появляется большая задержка во времени. Данный подход нацелен лишь на стратегические аспекты управленческого учета.

2. Для крупных российских предприятий. Предприятия данного типа в управленческом учете ориентируются на учет затрат и оценку себестоимости продукции.

Сегодня существуют фирмы, которые пытаются использовать мировой опыт управленческого учета, подстроить его под условия российского рынка. Как правило, это могут быть молодые и агрессивно развивающиеся организации, которые работают в развитых секторах рынка в условиях жесткой конкуренции.

Адаптация российской отчетности к международным стандартам прямо пропорционально зависит от решения технических, методологических и организационных вопросов, а так же от уровня развития рыночных отношений в деятельности фирмы.

Так, Положение о бухгалтерском учете и отчетности разрешает применять метод начисления в реализации продукции (продукция может считаться реализованной в момент отгрузки и при предъявлении платежных документов). При этом ввиду недостаточной у покупателей платежеспособности, поставщики продукции не рискнут перейти на указанный метод, и продолжают применять кассовый метод учета реализации.

Так же, необходимо учитывать тот факт, что при действующей налоговой системе часть организаций сознательно будет искажать учетные данные, которые влияют на размеры объема прибыли, реализации, а, следовательно, и налогов. Адаптация отчетности по международным стандартам в таких предприятиях становится более затруднительной.

Использованные источники:

1. Костюкова Е. И. Бухгалтерский управленческий учет / Е.И. Костюкова. – М.: КНОРУС, 2014.
2. Круковская Т.А. Организация управленческого учета по методу «директ-костинг» / Т.А. Круковская. – Бухгалтерский учет. 2010.
3. Петров А.М. Теоретические аспекты учета калькулирования себестоимости продукции / А.М. Петров. – Экономические науки, 2013.
4. Баскаева О.А., Деникаева Р.Н. Управление финансовой устойчивостью предприятия в условиях финансового кризиса// Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. Т. 2. № 1. С. 175-177.

*Дергачева С.А.
ведущий инженер по охране труда
АО «Центр судоремонта Звездочка»
Россия, г. Северодвинск*

СОЦИАЛЬНО–ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИЧИНЫ И МЕТОДЫ ПРОФИЛАКТИКИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ТРАВМАТИЗМА

Статья посвящена изучению психологических причин возникновения и методам профилактики травматизма на производственных предприятиях.

Ключевые слова: охрана труда, травматизм, психология, профилактика несчастных случаев, стресс на рабочем месте.

The article studies the psychological causes and methods of prevention of accidents in production plants.

Keywords: occupational safety and health, injuries, psychology, accident prevention, stress in the workplace.

Травматизм всегда сопутствовал любой трудовой деятельности. Риск травматизма на сегодняшний день не равен нулю и не может быть сведён к нулю в будущем.

В настоящее время, по оценке экспертов, в экономике России имеется более 48 млн. рабочих мест, на которых занято свыше 71 млн. работников.

На протяжении последних более чем 10 лет (2005 – 2015 годы) сохраняется положительная тенденция снижения уровня производственного травматизма, в том числе снижения количества погибших в результате несчастных случаев на производстве. Так, количество несчастных случаев с тяжёлыми последствиями (групповых несчастных случаев, несчастных случаев с тяжёлым и смертельным исходом) снизилось в 2,7 раза (с 17229 случаев в 2005 году до 6316 в 2014 году). В 2015 году на производстве погибло 1707 работников, что в 2,7 раза ниже показателя 2005 года (4604 человека). В соответствии с практикой МОТ ведётся учет смертельного травматизма по показателю числа погибших на 100 тыс. занятых в экономике. В 2015 году в Российской Федерации данный расчетный показатель составил 2,4 погибших на производстве на 100 тыс. занятых в экономике, что в целом соответствует среднему уровню смертельного травматизма в странах Европейского Союза, Японии и США. Количество погибших работников в результате несчастных случаев на производстве традиционно остается на высоком уровне в таких видах экономической деятельности, как строительство, обрабатывающие производства, добыча полезных ископаемых.

Основными видами несчастных случаев являются:

- падение с высоты (каждый третий несчастный случай);
- воздействие движущихся, разлетающихся, вращающихся предметов, деталей, машин и механизмов (каждый пятый несчастный случай);
- ДТП (каждый седьмой случай);
- падение, обрушение, обвалы предметов, материалов (каждый восьмой

случай).

Совершенствование техники, внедрение новых технологий приводит к облегчению труда и повышению его эффективности. Работа с современным оборудованием, оснащенным программным обеспечением, применение эффективных средств защиты, снижает риск травматизма, связанного с отказом техники, поломкой оборудования. Более 75 % несчастных случаев происходит из-за причин организационного характера, так называемого «человеческого фактора» (неудовлетворительной организацией производства работ, нарушениями требований охраны труда, недостатками в обучении, нарушениями трудовой дисциплины). Современные тенденции технического прогресса дают возможность прогнозировать снижение травматизма за счет совершенствования техники. Немалые надежды на успех в избавлении человечества от производственного травматизма связываются с науками о человеке, и, в первую очередь, с психологией.

Что же заставляет работников сознательно идти на нарушения? Почему у психически нормальных людей не срабатывает инстинкт самосохранения? Почему возрастает тяжесть травм?

Всесторонний анализ обстоятельств несчастных случаев показывает, что значительное их число так или иначе связано с неправильными действиями работающих. Неправильные действия разделяют на ошибки – непреднамеренные действия, вызванные психофизиологическими и ситуационными факторами (неблагоприятные условия труда, недостатки в конструкции оборудования и т.д.) и сознательные нарушения. Хорошо известно, что далеко не все неправильные действия приводят к травме. Именно поэтому их часто и допускают, надеясь на «авось». Но необходимо иметь в виду, что такие действия всегда создают травмоопасные ситуации, резко повышая вероятность возникновения несчастных случаев.

Каждый несчастный случай имеет свои предпосылки и причины. Причина – это то, что непосредственно привело к несчастному случаю. Предпосылка – это предварительное условие, благоприятный фон, на котором разворачивается действие причины.

Социально–психологические факторы: взаимоотношения в коллективе, уровень конфликтности, групповые нормы, коллективная позиция по отношению к опасности и мерам ее предотвращения и т.п. влияют на подверженность травматизму, выступая в роли предпосылок несчастных случаев. Например, подавленное настроение, вызванное конфликтом с бригадиром, может помешать рабочему правильно отреагировать на аварийную ситуацию (допустим, вызванную внезапной поломкой оборудования), что приведет к несчастному случаю. Здесь конфликт и вызванная им эмоциональная напряженность (дистресс) рабочего повышает его предрасположенность к травмированию. Отсутствие развитых норм взаимопомощи, отношений товарищества, атмосфера недоброжелательного соперничества мешают молодому рабочему обратиться за помощью в трудной ситуации к более опытному работнику. Это также создает предпосылки для

возникновения травмоопасных ситуаций. Серьезное внимание уделяется сегодня специалистами и вопросам жестокости на производстве. Что интересно, физическая и психологическая жестокость, которая в недавнем прошлом считалась проблемой скорее дисциплинарной, сегодня также входит в сферу охраны труда. Физическая жестокость проявляется чаще всего в непосредственном физическом воздействии на работника (нападении, нанесении телесных повреждений, применении физической силы для принуждения работника к выполнению каких-либо действий и т.д.). Психологическая жестокость наиболее часто проявляется в виде моббинга/буллинга, т.е. запугивания, а также в виде харассмента. Последний нередко расшифровывают как «сексуальное домогательство», несмотря на то, что в общем случае он может представлять собой просто те или иные систематические и необоснованные приставания со стороны коллег или руководства (например, по национальному или возрастному признаку). Разговор на повышенных тонах, «непарламентские выражения» в адрес коллег или подчиненных, регулярные розыгрыши, нереальные сроки выполнения работы или просто невыполнимые производственные задания (превышающие физические, физиологические, психологические, ментальные или чисто профессиональные возможности работника), недопустимые комментарии относительно внешности или взглядов человека на жизнь, перегрузка или недогрузка работой, вызывающая, соответственно, ощущение паники или собственной никчемности - все это представляет собой типичные примеры харассмента, являющегося причиной стрессов на работе.

По мнению специалистов, именно стресс нередко становится причиной производственных ошибок и травм. Связанные с работой стрессы и их последствия для здоровья вызывают большую озабоченность и у Международной организации труда (МОТ). В 2016 году МОТ объявлена тема Всемирного дня охраны труда: «Стресс на рабочем месте - коллективный вызов». В целях борьбы со стрессами Организация разработала руководство «Предупреждение стрессов на рабочем месте».

Нередки несчастные случаи, обусловленные преднамеренным нарушением правил безопасности, недостаточной согласованностью действий в совместной деятельности, неправильным руководством и контролем за проведением работ. Это означает, что несчастные случаи, произошедшие по самым разным причинам, имеют, как правило, определенные социально-психологические предпосылки. Отсюда следует, что оптимизация межличностных отношений, приобретение навыков эффективного общения, достижение взаимопонимания, формирование позитивных индивидуальных установок и групповых норм – это действенные меры профилактики несчастных случаев. Рабочий, особенно молодой, может пойти на рискованный шаг, например, работать на высоте без страховочных средств, надеясь прослыть храбрецом и героем, повысить свой статус. Но если этот рабочий будет знать, что подобный поступок будет расценен как препятствующий достижению общей цели и вызовет соответствующую

негативную реакцию окружающих, важный побудительный мотив нарушения потеряет смысл. Групповые нормы формируются на основании индивидуальных установок, мнений. Наиболее распространенное мнение, особенно, если его разделяют лидеры, становится групповой нормой. «Несогласные» члены коллектива, как правило, изменяют свое мнение, если они заинтересованы в членстве. Этот факт необходимо учитывать в работе по формированию положительных групповых норм по отношению к мерам безопасности, привлекая к ней наиболее авторитетных, любимых товарищами работников. К сожалению, необходимость соблюдения правил охраны труда довольно часто вызывает негативное отношение. Многочисленные опросы показывают, что очень часто правила безопасности рассматриваются работающими как нечто бессмысленное, внешнее по отношению к производственному процессу, затрудняющее его осуществление. К этому приводят и нечеткие, подчас труднопонимаемые формулировки правил, и искусственное обособление раздела «безопасность» в процессе обучения профессии. Очевидно, что нельзя на одном занятии сформировать навык, а на другом сделать его безопасным. Отрицательно сказывается на формировании коллективной позиции по отношению к правилам безопасности и традиционно скучные формы проведения инструктажей. Совершенно понятное негативное отношение работающих к организации проведения инструктажа, форме подачи материала автоматически переносится ими на содержание инструктажа.

Итак, вольно или невольно, но виновником травмы часто оказывается человек, вне зависимости от того, стал жертвой он сам или кто-то другой. Человека принято называть виновником, если его действия (или бездействие) явились непосредственной причиной происшествия. Если несчастный случай происходит, например, вследствие поломки техники, виновником считается техника. Но ведь эту технику создал человек (возможно, с нарушением технологии) и готовил технику к эксплуатации тоже человек (скорее всего, с нарушением правил подготовки). Поэтому подобные случаи, во всей вероятности, также можно отнести на счет человеческого фактора. Таким образом, имеется целый ряд объективных и субъективных факторов возникновения несчастных случаев по вине человека.

Профилактика несчастных случаев – это устранение их причин и предпосылок. Рационализация профессиональной подготовки, в том числе, на рабочих местах, совершенствование форм пропаганды правил безопасности на производстве не только способствуют овладению профессиональными навыками, но и формируют позитивный настрой на соблюдение мер безопасности. Большие возможности устранения социально-психологических предпосылок производственного травматизма кроются в разумном использовании системы санкций – поощрений и наказаний. В повседневной профилактической работе, при подготовке нормативных актов, выбирая санкции, во главу угла надо ставить не факт несчастного случая, а факт несоблюдения правил выполнения работ. То есть, меру вины и

ответственности (наказания) должны определять не только и не столько последствия неправильных действий – наличие несчастного случая и его тяжесть – сколько сам факт неправильного действия и связанные с ним обстоятельства. Для разработки последующих профилактических мероприятий, в том числе выбора санкций, необходимо определить, что это – сознательное, мотивированное нарушение или ошибка. Еще раз подчеркнем общеизвестный факт, что не каждое нарушение приводит к травме. Здесь очень велик элемент случайности, что позволяет человеку адаптироваться к нарушению правил. Когда же человек знает, что будет отвечать за собственные непропорциональные действия вне зависимости от случайного удачного или неудачного стечения обстоятельств, осознание личной ответственности существенно возрастает. Непосредственный исполнитель работ несет ответственность не за несчастный случай, а за собственные поступки. Когда это становится нормой, общепринятым мнением, количество нарушений снижается.

Не меньшее, а даже большее значение для профилактики травматизма имеют позитивные санкции, поощрения. На оплату несчастных случаев и аварий, вызванных неправильными действиями работающих, расходуются значительные материальные средства. Соответственно, отсутствие нарушений дает большую экономию, увеличивает прибыль организации. Если работники получают какую-то часть от нее, это, естественно, повышает их заинтересованность в соблюдении правил ведения работ. Материальное поощрение работников за отсутствие нарушений стимулирует, побуждает к соблюдению правил, повышает безопасность труда. Люди, получившие премию за безопасный труд, в дальнейшем значительно реже нарушают требования безопасности, чем оштрафованные за нарушение правил. Разрабатывая систему санкций в сфере обеспечения безопасности труда, как, впрочем, и в других сферах, необходимо помнить: санкции эффективны только тогда, когда сам человек и окружающие точно знают «за что». Позитивные санкции – премия, награда, просто похвала (особенно, если она высказана прилюдно) и др., как правило, оказываются более эффективными чем негативными, сколь строгими ни были бы последние.

Хочется еще раз обратить внимание на то, что несчастный случай, потому и называется случаем, что обусловлен большим количеством факторов, которые очень трудно учесть, предвидеть, предсказать последствия их сочетаний. Однако именно на этом учете и предвидении основывается профилактика травматизма как явления и обеспечение безопасности на каждом рабочем месте. Основная задача руководителей различных должностных статусов – так организовать труд подчиненных, чтобы он был эффективным. Эффективный труд – это труд производительный и не наносящий ущерба психическому и физическому здоровью людей. Следовательно, работа по обеспечению безопасности является неотъемлемой составной частью работы каждого руководителя.

Использованные источники:

1. Берн Э. Игры, в которые играют люди. СПб. - 2008.
2. Макеев Н.Н. Основные психологические причины травматизма // М.: Издательский центр «Академия». - 2005.
3. Серегина Л.В. Концептуальные подходы к охране труда в Российской Федерации // Журнал российского права – 2015. №11.
4. Черняева Д.В. Новая концепция охраны труда // Труд за рубежом - 2006. N 11.
5. Rial-Gonzalez E.; Copsey S.; Paoli P.; Schneider E. Priorities for Occupational Safety and Health Research in the EU-25. European Agency for Safety and Health at Work. Luxemburg. - 2005.
6. Stress Prevention at Work Checkpoints: Practical Improvements for Stress Prevention in the Workplace (Geneva, International Labour Office). // URL:www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/document s/publication/wcms_168053.pdf.

*Дереза Ю.В.
студент гр.У-12
кафедра управления ТИУиЭ
Россия, г. Таганрог*

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ (НА ПРИМЕРЕ Г. ТАГАНРОГА)

На сегодняшний день проблема эффективного управления муниципальной собственностью достаточно актуальна и жаростно обсуждается в законотворческой среде. В связи с тем, что на муниципальную собственность уходит большая часть расходования денежных средств из местного бюджета, внимание к подходам эффективного управления муниципальной собственностью приобретает большой интерес у экономистов и управленцев. Так как, именно собственность является наиболее важнейшим фактором, который оказывает влияние на развитие экономики. Поэтому, очень важно при формировании требований к использованию муниципальной собственности, как можно больше уделять внимание сбалансированности принципов экономической эффективности и социальной ответственности органов местного самоуправления.

Цель исследования провести анализ эффективности управления муниципальной собственностью г. Таганрога. Для исследования эффективности управления муниципальной собственностью целесообразно провести опрос жителей г. Таганрога, и на основе результатов исследования разработать рекомендации по совершенствованию процесса управления муниципальной собственностью в г. Таганроге.

Объектом исследования является состояние муниципальной собственности в г. Таганроге.

Предметом исследования является эффективность использования муниципальной собственности в г. Таганроге.

При выполнении исследования использовались такие методы, как описание, сравнение, анализ документов, опрос, анкетирование.

Муниципальная собственность - это имущество, которое принадлежит, на праве собственности городским и сельским поселениям, а также другие муниципальные образования.

В зависимости от способности физического передвижения в основном все объекты муниципальной собственности г. Таганрога могут подразделяться на движимое и недвижимое имущество.

В г. Таганроге вопросами муниципальной собственности занимается Комитет по управлению имуществом г. Таганрога, входящий в структуру администрации города, - межотраслевой орган, созданный для осуществления полномочий по управлению и распоряжению объектами муниципальной собственности и осуществляющий свои функции на основе межотраслевой координации и регулирования.

Для анализа деятельности Комитета по управлению имуществом г. Таганрога были использованы методы стратегического анализа, а именно методы PEST- и SWOT-анализа.

Результаты PEST-анализа внешней среды на деятельность Комитета по управлению имуществом г. Таганрога приведены в табл. 1.

Проведя PEST- анализ, можно сделать вывод, что существенной проблемой является отсутствие общей и единой системы оценки объектов, которая помогла бы обеспечить оценку имущества, для того чтоб соответствовать рыночным ценам. Это приводит к занижению стоимости объектов недвижимости, а значит и к сокращению поступлений в муниципальный бюджет.

На основании SWOT-анализа были выявлены перспективные направления совершенствования деятельности Комитета по управлению имуществом, к которым можно отнести расширение функций Комитета по управлению имуществом, благодаря повышению квалификации персонала и модернизация оборудования. Данные направления деятельности на настоящий момент являются наиболее актуальными, поэтому дальнейшее планирование и реализация этих направлений является наиболее важной частью деятельности Управления Комитета по управлению имуществом в г. Таганроге на ближайшее время.

Таблица 1

**Результаты влияния внешней среды на деятельность КУИ
г. Таганрога**

Группы факторов внешней среды	Названия факторов	Примеры влияния на деятельность
Политико-правовые	1.Изменение законодательства в сфере государственной и муниципальной собственности	1.Осуществление деятельности в рамках существующего законодательства, своевременное реагирование на изменения

	2. Ужесточение государственного контроля за муниципальной собственностью	2. Соблюдение всех норм и правил, во избежание конфликта уровней властей
	3. Финансирование и гранты	3. Возможность содержания и реставрирования собственности
Экономические	1. Нестабильность экономической ситуации в стране	1. Увеличение цен, отсутствие возможности приобретения новой собственности и перепродажи уже имеющейся
	2. Уровень инфляции	2. Переполнение каналов денежного обращения избыточной денежной массой, проявляемое в росте товарных цен на собственность
	3. Инвестиционный климат	3. Снижение инвестиций и перемещение их в другие отрасли
Социокультурные	1. Демографические тенденции	1. Увеличение населения, особенно трудоспособного, ведет к увеличению муниципального бюджета, через налогообложение, что положительно сказывается на осуществление контроля за фактическим наличием, состоянием, использованием по назначению и сохранностью муниципального имущества
	2. Бренд, репутация компании, имидж используемой технологии	2. Положительные отзывы о деятельности КУИ, состоянии муниципальной собственности и т.д.
	3. Представления СМИ	3. Продвижение отзывов и комментариев о деятельности КУИ может привести к дополнительному финансированию со стороны региональных органов власти.
Технологические	1. Зрелость технологий	1. Отсутствие возможности создания новых тенденций развития.
	2. Потенциал инноваций	2. Возможность внесения качественных изменений в процесс поддержания жизнедеятельности муниципальной собственности, путем разработки целевых программ для их реализации.
	3. Степень использования технологий для поддержания естественного состояния муниципального имущества г. Таганрога.	3. Возможность правильно и качественно использовать новые и уже имеющиеся технологии, например, в профилактическо-ремонтных работах, строительных и т.д.

Оценив субъективные факторы деятельности Комитета по управлению имуществом в г. Таганроге, используя методы стратегического анализа, был проведен социологический опрос жителей г. Таганрога. Анкетирование проводилось в г. Таганроге, с 5 апреля по 20 апреля, в котором приняли участие 100 респондентов (жителей г. Таганрога возраста от 18 до 60 лет). Анкеты были предложены обычным жителям города, работникам администрации г. Таганрога, которая находится на ул. Петровской, 73,

сотрудникам центра занятости населения находящийся по адресу ул. Сергея Шило, 202-а, работникам пенсионного фонда который находится на ул. Петровская, 76, в этот список также входили сотрудники отдела Комитета по физической культуре и спорту и Комитет по управлению муниципальной собственности которые находятся по адресу ул. Греческая, 58. Количество опрошенных в исследовании составило сто человек. Из этих ста опрошенных 46% мужчин и 54% женщин. Все испытуемые имеют разный уровень образования. Практически половина опрошиваемых составила возраст от 30 до 49 лет, 56 человек, что является 56% от всех жителей, которые прошли анкетирование, 18-29 лет 18%, и 50-59 лет 26%.

По проведенному анализу анкетирования были сделаны выводы что, большинство опрошенных респондентов в целом довольны работой Администрации г. Таганрога и Комитетом по управлению имуществом. Но те, кто отметил, что управление муниципальным имуществом выполняется не качественно, указали основные причины этого, и это оказалось недостаток финансовых средств и отсутствие квалифицированных специалистов.

А также на основе результатов исследования были предложены рекомендации по совершенствованию системы управления муниципальной собственностью в г. Таганроге. Рекомендации были следующие - это поиск финансовых средств на реставрирование и ремонт учреждений, входящих в муниципальную собственность г. Таганрога, а также прилегающих к ним территории. К ним относятся школы, лицеи, гимназии, детские сады и другие муниципальные объекты, которые находятся в не удовлетворительном состоянии, с помощью инвестирования, и объявления конкурса на лучшую управляющую организацию. А также участие в тендерах и помощь на благотворительной основе, которые помогут в финансировании ремонта учреждений.

Таким образом, предполагаемая выручка Комитета по управлению муниципальным имуществом в г. Таганроге от предоставления услуги «экспресс» выдачи справок и выписок из реестра муниципальной собственности для приватизации жилья составит 232 800 руб. Полученную прибыль можно распределить следующим образом: 50% направляется в городской внебюджетный фонд; 50% остается в распоряжение Комитета по управлению имуществом города. Также освободить от взимания платы за оказываемые платные услуги органы государственной власти, местного самоуправления и учреждения, финансируемые из бюджета города, а также лиц, имеющих право на льготы, в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Десяткин А.В.
студент
Башкирский государственный университет
Ибрагимова З.Ф., к.э.н.
доцент
Башкирский государственный университет
Россия, г. Уфа

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЗАВИСИМОСТЕЙ МЕЖДУ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЕЙ ДОХОДОВ И ОСНОВНЫМИ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ

Аннотация: в статье проводится эконометрический анализ зависимостей между дифференциацией доходов и основными социально-экономическими показателями. На основе полученных выводов было установлено, что зависимость между децильным коэффициентом фондов и Валовым региональным продуктом на душу населения в среднем по всем субъектам Российской Федерации сильная.

Ключевые слова: неравенство доходов, коэффициент Джини, коэффициент корреляции, регрессионный анализ.

Summary: in article the econometric analysis of dependences between differentiation of the income and the main socio-economic indexes is carried out. On the basis of the received conclusions it was established that dependence between decile coefficient of funds and the Gross regional product per capita on average on all subjects of the Russian Federation strong.

Keywords: inequality of the income, Jeanie's coefficient, correlation coefficient, regression analysis.

Неравенство доходов современной России взяло начало с трансформационного периода. В советский период в экономике так же присутствовали явления неравенства, однако не наблюдалась такая явная асимметрия в доходах. Сложившийся разрыв в уровне доходов и уровне потребления свидетельствует о формировании в России двух неравных социальных слоев – обеспеченных и бедных.

Для анализа дифференциации денежных доходов используют различные показатели («кривая Лоренца», коэффициент Джини, децильный и квинтильный коэффициенты).

Перед тем как начать исследование представим официальные данные коэффициента Джини в Российской Федерации.

Таблица 1 – Коэффициент Джини в Российской Федерации

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Коэффициент Джини	0,37	0,4	0,395	0,397	0,397	0,403	0,409	0,409	0,415
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	0,422	0,421	0,421	0,421	0,417	0,42	0,419	0,416	0,412

В нашей статье мы проведем эконометрический анализ, который поможет нам определить связь и зависимость между социально-экономическими показателями.

Начнем исследование с определения корреляционной связи между социально-экономическими показателями и факторами, влияющими на доходы населения.

Для того чтобы определить тесноту корреляционной связи нужно знать, что слабая связь находится в значениях от 0 до 0,299; средняя – от 0,3 до 0,699; сильная – от 0,7 до 1.

Определим тесноту связи между 20-процентной группой населения с наибольшими доходами и среднедушевыми доходами. Данные были взяты в динамике с 1998 года по 2014 год. Построим таблицу данных.

Таблица 2 – Показатели для определения коэффициента корреляции

t	a	b
1998	46,9	1 010,20
1999	47,6	1 658,90
2000	46,7	2 281,10
2001	45,7	3 062,00
2002	45,8	3 947,20
2003	46,2	5 167,40
2004	46,7	6 399,00
2005	46,7	8 088,30
2006	47,2	10 154,80
2007	47,8	12 540,20
2008	47,8	14 863,60
2009	47,7	16 895,00
2010	47,7	18 958,40
2011	47,4	20 780
2012	47,6	23 221,10
2013	47,6	25 928,20
2014	47,4	27 765,70

В нашей таблице присутствует 3 фактора, t – период, a - 20-процентная группа населения с наибольшими доходами и b – среднедушевые доходы. Коэффициент корреляции равен 0,632. Связь между факторами средняя. Можно сделать вывод, что существует небольшая зависимость между увеличением доли доходов у самых богатых с увеличением среднедушевых доходов.

Проведем регрессионный анализ этих же данных.

Таблица 3 – Регрессионная статистика

Регрессионная статистика	
Множественный R	0,63638
R-квадрат	0,40499
Нормированный R-квадрат	0,36532
Стандартная ошибка	0,5497
Наблюдения	17

Коэффициент детерминации (R-квадрат) равен 0,4. Это означает, что расчетные параметры модели на 40% объясняют зависимость между изучаемыми параметрами. Чем выше коэффициент детерминации, тем качественнее модель. В нашем случае зависимость небольшая.

Найдем коэффициент корреляции и коэффициент детерминации для еще одних показателей. Рассмотрим зависимость между децильным коэффициентом фондов и Валовым региональным продуктом на душу населения в среднем по всем субъектам Российской Федерации по года.

Таблица 4 – Показатели для определения коэффициента корреляции

t	a	b
1998	13,8	15371,1
1999	14,1	26200,6
2000	13,9	39532,3
2001	13,9	49474,8
2002	14	60611,4
2003	14,5	74840,5
2004	15,2	97691,9
2005	15,2	125659
2006	15,9	157233
2007	16,7	195819
2008	16,6	237552
2009	16,6	224163
2010	16,6	263829
2011	16,2	317515
2012	16,4	348642
2013	16,3	377006
2014	16	403179

Рассчитав все параметры в программе Excel, мы получили коэффициент корреляции - 0,836. Сильная теснота связи говорит о том, что при увеличении разрыва между 10-ти процентной группой самого богатого населения и 10-ти процентной группой самого бедного населения существует сильная зависимость с объемом Валового располагаемого дохода. Можно сделать вывод, что за счет увеличения доходов богатого населения увеличивается располагаемый доход, и тем самым дифференциация в доходах возрастает.

Рассчитаем коэффициент детерминации (Таблица 5).

Таблица 5 – Регрессионная статистика

Регрессионная статистика	
Множественный R	0,83626
R-квадрат	0,69933
Нормированный R-квадрат	0,67929

Стандартная ошибка	0,64367
Наблюдения	17

Коэффициент детерминации здесь равен 0,699. Зависимость между рассматриваемыми показателями почти 70%.

Использованные источники:

1. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/>
2. Ибрагимова З.Ф. Нечеткий подход как эффективный инструмент анализа социально-экономических проблем // Методологические проблемы моделирования социально-экономических процессов: Сборник статей II Всероссийской конференции с международным участием. 2014. С. 34.

Джигун. С.Д.
студент, 2 курс
факультет «Экономическая безопасность»
Овчинникова И.В.
научный руководитель, старший преподаватель
кафедра «Управленческий учет и анализ»
Кузбасский государственный технический университет
Россия, г. Кемерово

**ФУНКЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА В СОВРЕМЕННОЙ
РОССИИ**

Статья посвящена исследованию проблем оплаты труда в условиях экономики современной России.

Ключевые слова: оплата труда, заработная плата, мотивационный механизм, минимальный размер оплаты труда (МРОТ).

The article investigates the wage problem in the modern Russian economy.

Keywords: wages, salaries, motivational mechanism, the minimum wage (SMIC).

В условиях современной российской экономики проблема оплаты труда является одной из острых проблем. Поскольку именно от оплаты труда зависит благосостояние населения и эффективность производства предприятия.

Согласно статье 129 Трудового кодекса Российской Федерации оплата труда представляет собой “вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также компенсационные выплаты (доплаты и надбавки компенсационного характера, в том числе за работу в условиях, отклоняющихся от нормальных, работу в особых климатических условиях и на территориях, подвергшихся радиоактивному загрязнению, и иные выплаты компенсационного характера) и стимулирующие выплаты (доплаты и

надбавки стимулирующего характера, премии и иные поощрительные выплаты)”. [1]

Основываясь на данном определении оплаты труда, можно выделить следующие ее основные функции: мотивационную, стимулирующую, воспроизводственную, регулирующую, учетную, социальную и ценообразующую.

На мой взгляд, главными функциями оплаты труда являются мотивационная и стимулирующая. Так как основным принципом организации оплаты труда в настоящее время в России является принцип материальной заинтересованности работника в результатах своего труда. Стимулирующая функция так же важна с позиции руководства предприятия. Необходимо побуждать работника к эффективной трудовой деятельности, повышению производительности труда. То есть необходимо установление заработной платы в зависимости от проделанной работы и результатов труда.

Работник должен быть заинтересован в повышении своей квалификации для получения большей заработной платы, поскольку, чем выше квалификация работника, тем выше оплачивается его труд. Предприятия же заинтересованы в более высококвалифицированных кадрах для повышения производительности труда, улучшения качества продукции.

Воспроизводственная функция заключается в том, что она обеспечивает формирование личных доходов для удовлетворения потребностей работника и воспроизводство рабочей силы.

Социальная функция заработной платы выражается в положении работника в обществе или в иной системе отношений.

Регулирующая функция отражается во взаимодействии на рынке труда спроса и предложения. То есть работник всегда будет выбирать организацию, где оплата труда будет выше, но и работодателю не выгодно выплачивать высокую заработную плату, снижая свою рентабельность. [2]

Исходя из выше перечисленных функций заработной платы, необходимо рассмотреть ряд проблем, связанных с оплатой труда. В качестве основных проблем можно выделить следующие:

1. задержка выплат заработной платы. Так, в январе 2016 года суммарная задолженность по выплате заработной платы составила около 3500 миллионов рублей, а в мае 2016 года этот показатель составил 4054 миллиона рублей, таким образом, данный показатель увеличился на 16%, что отражает негативную тенденцию.

2. Дифференциация в оплате труда. На территории РФ установлена неравномерная заработная плата для различных рабочих в отдельных отраслях и районах страны. При чем разница в зарплате зависит не от квалификации работника, а от формы собственности организации, отрасли и особенности региона. По официальным данным разрыв в заработной плате составляет 1:26, по данному показателю Россия занимает первое место в мире.

3. Выплата заработной платы в конверте или черная заработная плата. Данная тенденция очень часто встречается на практике, поскольку это

выгодно для работодателя, выплачивая часть заработной платы в конверте, то есть незаконно, он существенно экономит на страховых взносах и отчислениях в пенсионные фонды.

4. Отставание минимального размера оплаты труда от размера прожиточного минимума. Трудовым кодексом установлено, что минимальный размер оплаты труда должен быть не ниже прожиточного минимума. Размер минимального размера оплаты труда (МРОТ) в 2016 году установлен на уровне 6204 рубля, меньше которого работнику нельзя платить зарплату. С 7 июля 2016 размер МРОТ составит 7500 рублей. На сегодняшний день число населения с доходами ниже прожиточного минимума составляет примерно 23 миллиона человек, за 2015 год данный показатель повысился до 16% .

5. Низкий уровень производительности труда и, как следствие, низкий уровень оплаты труда. Низкая эффективность труда наблюдается на многих российских предприятиях. Снижение эффективности производства влечет за собой снижение финансовых возможностей организации и как следствие устанавливается низкий уровень заработной платы. [3]

В заключении, хотелось отметить, что не все работники в полной мере реализуют свой интеллектуальный и физический потенциал в процессе трудовой деятельности, что ведет к снижению производительности и качества труда, следовательно, снижается конкурентоспособность российских предприятий на мировом рынке и наблюдается снижение благосостояния населения.

Таким образом, в сложившихся экономических условиях, главной задачей остается повышение реального уровня заработной платы во всех отраслях экономики. Так как заработная плата является основным видом дохода населения Российской Федерации, она должна обеспечивать достойное существование работнику и его семье.

Использованные источники:

1. Трудовой кодекс РФ. - М: ОМЕГА-Л, 2010.-184 с.
2. Заработная плата - основная форма дохода трудоспособного населения // Человек и труд. - 2007. - №5. - с. 46-51
3. Электронный ресурс “Федеральная служба государственной статистики” // www.gks.ru/

*Дмитренко В.М.
студент 2 курса
Овчинникова И.В.
научный руководитель, старший преподаватель
кафедра управленческого учета и анализа
Кузбасский государственный технический университет
Россия, г. Кемерово*

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ БЕЗРАБОТИЦЫ

Аннотация: *Статья посвящена вопросу социальному и экономическому последствию безработицы.*

Ключевые слова: *безработица, занятость, экономика, общество, рынок труда, население.*

Безработица – социально-экономическое явления, при котором часть рабочей силы не занята в производстве товаров и услуг. В наше время, в условиях всемирного финансового кризиса, одной из главной социально-экономической проблемы страны является проблема безработицы населения, которая становится разноаспектной проблемой рыночного хозяйства. В России имеются социально-экономические проблемы. Одна из этих проблем это - проблема занятости, которая неразделимо связана с людьми, и их производственной деятельностью. Безработица предполагает собой макроэкономическую проблему, оказывающую непосредственное прямое и сильное влияние на каждого человека. Потеря рабочего места для большинства людей обозначает понижение жизненного уровня и причиняет значительную эмоциональную травму. Экономисты исследуют безработицу для установления главных ее причин, а также для улучшения мер государственной политики, оказывающих большое влияние на занятость. Некоторые из государственных программ, например, программы по профессиональной переподготовке безработных, упрощают возможность их будущего трудоустройства. Безработица приносит большой вред не только человеку, но и экономике, так как спрос на товары и услуги уменьшается, а значит, уменьшаются и объемы их производства. В соответствии с ФЗ РФ "О занятости населения в Российской Федерации", безработными не могут быть признаны граждане:

1. Не достигшие 16-летнего возраста
2. Тем людям, которым назначена трудовая пенсия по старости, в том числе досрочно
3. Осужденные по решению суда к исправительным работам без лишения свободы, а также к наказанию в виде лишения свободы и.т.д

Различают 3 основных типа безработицы:

1. Фрикционная безработица. Если человеку предоставляется свобода выбора рода деятельности и места работы, то в течение некоторого времени он остается без работы. Эти периоды являются добровольными
2. Структурная безработица. Безработица, вызванная изменениями в

структуре спроса и технологии производства. Такие изменения ведут к необходимости новых профессий, а работники, не владеющие этими профессиями, высвобождаются и вынуждены переучиваться.

3. Циклическая безработица. Безработица, которая предопределяется циклическим характером общественного воспроизводства и возникает на стадии спада производства или в фазе экономического кризиса.

Последствием безработицы считается и повышение конкурентной борьбы на рынке труда за более элитные рабочие места. Ее большой уровень может послужить причиной к тому, что отдельные и довольно значимые группы населения станут, обязаны заменять неинтересные для них рабочие места. В этом случае трудовая деятельность для них станет нести " принужденный " характер, а такой труд, как известно, не может быть очень эффективным и гарантировать необходимое качество работы. Экономический кризис,

как ни когда в предыдущие десять лет, сосредоточил интерес всего общества на вопросах безработицы и ее последствий. Поэтому государственная политика предотвращения социальных и экономических последствий безработицы обладает очень большой значимостью для развития цивилизованного рынка и избежания социальных взрывов. Она должна быть непосредственно увязана с другими программами, со структурной перестройкой, единой стратегией развития экономики, с мерами по формированию мелкого предпринимательства. Проблемы безработицы можно было бы смягчить и за счет более обширного использования специфических типов занятости - частичной, временной, надомной работы, формирования своих предприятий лицами, потерявшими работу. Для этого необходимо гарантировать нужные экономические и законодательные условия, а также выполнение этих законодательных актов, которые уже действуют.

Таким образом, нужен регулярный контроль и анализ настоящей безработицы, которая высококачественно изменяется. Потребуется психологическая организация людей к этому социальному изменению. Правовая безграмотность огромной доли населения делает его беззащитным в случае многочисленных увольнений. Юридическое просвещение, в т.ч. в отношении прав человека, поддержку и консультации всем, оказавшимся без работы, обязаны быть частью государственной политики.

Использованные источники:

1. Власов В. Новый порядок регистрации безработных // «Занятость» - 1998
2. Макроэкономика: учебник для бакалавров / А.В. Аносова, И.А. Ким, С.Ф. Серегина [и др.]; под ред. С.Ф. Серегинной. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2013.
3. Муталимова З.Ш. О сущности и последствиях безработицы // «Актуальные вопросы современной экономики» - 2014
4. Табольская В.В., Герасимов В.О. Экономические последствия безработицы в Российской Федерации // «Экономика и современный менеджмент: теория и практика» - 2015

Добриневская Е.А.
магистрант
факультет «Банковского дела»
Полесский государственный университет
Республика Беларусь, г. Пинск

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКИМИ РИСКАМИ

В статье рассматривается банковский риск и его сущность, рассмотрены методы управления банковским риском, предложены способы минимизации банковских рисков. Ключевые слова: банковский риск, недостатки управления кредитным риском, способы минимизации банковских рисков.

The article deals with bank risk and its nature, considered a bank risk management techniques, methods of minimizing banking risks.

Keywords: bank risk, credit risk management weaknesses, ways to minimize banking risks.

На нынешний день кредитные организации нашего государства сталкиваются с проблемами при анализе кредитных рисков и получении верных итогов анализа.

Отечественные банки испытывают ряд неблагоприятных факторов, при выработке собственных подходов и методов. К таковым относятся: небезукоризненная законодательная база, отсутствие методологической базы, не всегда эффективная подготовка специалистов. Применение зарубежного опыта не всякий раз приемлим к белорусским особенностям кредитования распределения банковских рисков. Большая часть методов управления рисками не гарантируют точной вероятности прогнозных значений, методики, строящиеся на коэффициентах, считаются только предположениями. При управлении рисками используется метод экстраполяции при планировании, не применяются международные методы и стандарты анализа и оценки рисков. В данной ситуации главную роль занимают научные подходы, нацеленные на создание систем и методов, внедрение которых в практической деятельности банков приведет к снижению рисков ликвидности и кредитования.

В трудах зарубежных и отечественных деятелей существует огромное количество определений понятия риск.

Банковский риск — неопределенность в отношении возможных потерь на пути к цели, вероятность недополучения доходов по сравнению с планируемыми, представленная в стоимостном выражении [1, с. 107]. Банковский риск является возможностью (вероятностью) частичной или полной потери своих ресурсов, в некоторых случаях сокращения доходов или увеличение объемов расходов в результате осуществления определенных финансовых операций. Банковский риск — возможность возникновения

негативного события, повлияющего на деятельность банка в целом [3, с. 123]. Банковский риск— это действие спланированное на удачу, с перспективой на благоприятный исход [1, с. 110].

Не только процессом, но и сложной системой является управление кредитным риском. Рассматриваемый процесс начинается с оценки рынков кредитования. Элементами качественного управления и анализа кредитов считаются грамотно спланированная кредитная политика, подходящий кредитный портфель, эффективный контроль за заемщиками [2, с. 87]. Минимизировать кредитный риск возможно с помощью тщательного отбора заемщиков, анализа всех условий предоставления кредита, постоянного контроллинга финансового состояния заемщика и его платежеспособности. Выполнение вышеперечисленных условий гарантирует отечественным банкам успешное проведение кредитных операций, которые являются одними из важнейших операций банка.

Часто встречающиеся недостатки методики упорядочения и предупреждения рисков являются следующие: у банка отсутствует документ, в котором фиксируется политика; часто необоснованная дифференциация в отношении портфеля; неоправданное сосредоточение кредитного управления в конкретном секторе банка; неэффективный анализ кредитуемого рынка; поверхностный финансовый анализ клиентов; необоснованно завышенная залоговая стоимость; отсутствие частых контактов с заемщиком; отсутствие постоянного информирования руководства банка о вероятных и наступающих рисках; не определен предел кредитного, процентного и других рисков.

Перечисленные недостатки существенно влияют на кредитный портфель, поэтому чаще всего они характеризуются экономической нецелесообразностью излишней концентрации кредитов, которые предоставляются в одну отрасль хозяйствования. [1, с. 177].

Таким образом можно определить основные методы совершенствования управления банковскими рисками и повышение эффективности кредитного портфеля, а именно организация интеграции со стороны НБРБ и других государственных институтов в разработку нормативов по всем видам кредитования; внедрение единой клиентской и нормативной базы для банков; внедрение в виде коэффициента, в зависимости от отрасли экономики и хозяйствования, обязательного лимита совокупного кредитного риска, с введением допустимых значений для данного коэффициента .

Риск присутствует всегда, поэтому от него невозможно избавиться, но путем управления его возможно минимизировать. Каждая кредитная организация должна разрабатывать и внедрять в практику меры по управлению рисками, так как в этом заключается самая главная задача риск — менеджмента. Также к основным задачам можно отнести: создание антирискового управляющего воздействия, основанного на качественной и количественной оценке риска; оценка принятых решений, контроль за лимитами рискованных операций банка, а так же создание плана работы в

условиях многозадачности.

Чтобы оценить кредитные риски юридических и физических лиц необходимо разрабатывать более перспективные модели и программные средства, которые будут обладать определенными преимуществами как по точности и прозрачности рисков, так и по возможности автоматизации анализа и оценки рисков.

Как следствие, необходимо отметить, что на современном этапе развития современный банк не только готов к рискам, но и не боится их. Он рассматривает риски как один из элементов своей деятельности, с которым необходимо методично работать и которым можно и нужно управлять.

Использованные источники:

1. Тавасиев А.М. Антикризисное управление кредитными организациями: учеб. пособие. М.: Юнити, 2011. — 474 с.
2. Лаврушина А.К. Банковское дело: учебник для вузов М.: Финансы и статистика, 2009. — 125 с.
3. Бабичева Ю.А. Банковское дело : справочное пособие. М.: Юнити, 2010. — 170 с.

Доронина Т.О.

магистрант 2-го курса

Финансовый университет при Правительстве РФ

Россия, г. Москва

РЕАЛИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

Процесс взаимодействия различных субъектов экономики постоянно развивается под действием многих факторов. В условиях насыщенности рынков для достижения финансовых целей и устойчивого развития компании недостаточно инструментария классического экономического анализа и маркетинга. Зависимость коммерческих организаций, особенно ТНК, от внешней среды усиливается и требует изменений в философии бизнеса - принятия решений, соответствующих бизнес – стратегиям и интересам сообщества.

Ключевые слова: транснациональные корпорации, социальная ответственность бизнеса, заинтересованные стороны, стейкхолдеры.

Many factors influence the development of the interaction of various economic actors. Under the conditions of market saturation is not enough to use classic methods of economic analysis and marketing in order to achieve financial goals and sustainable development of the company. Dependence of commercial organizations, especially TNCs, from the external environment increases and requires a change in business philosophy - the decision-making relevant business - strategies and interests of the community.

Keywords: transnational corporations, multinational corporations, corporate social responsibility, stakeholders.

Первые научные дискуссии о социальной ответственности бизнеса появились с выходом работы Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнесмена» в 1950-х годах и были связаны с понятием данной категории и определением источника ответственности. Под социальной ответственностью понимали поведение, соответствующее целям и ценностям общества. Позже сформировалась новая категория «корпоративная ответственность», которая сочетала в себе морально–нравственные и экономические аспекты деятельности компаний. Постепенно данная теория трансформировалась в модель корпоративной социальной ответственности. Выполнение социальных обязательств рассматривалось как ответ на действие рыночных сил и правовых ограничений. В дальнейшем теория корпоративной социальной ответственности стала основой для возникновения многих альтернативных концепций.

Одной из самых распространенных стала концепция заинтересованных сторон, в основу которой была положена «стейкхолдерская теория фирмы» Э. Фримена. Заинтересованными сторонами компании являются организации или лица, которые оказывают существенное влияние на принимаемые компанией решения или оказываются под воздействием этих решений. Основная идея теории стейкхолдеров заключается в балансировании интересов различных сторон в системе управления компанией и принятия решений [4].

Анализ заинтересованных сторон включает в себя идентификацию и систематизацию основных стейкхолдеров, оценку их интересов и применение этих данных процессе управления компанией [5]. Одним из наиболее сложных практических аспектов реализации данной концепции является формирование эффективных взаимоотношений со стейкхолдерами, различными по степени влияния, характеру взаимодействия, институциональному статусу и др. Управление стейкхолдерами подразумевает непосредственное воздействие на них с целью определения наибольшей выгоды для организации [2]. Особенности анализа различных групп стейкхолдеров и стратегического управления отношениями с ними для транснациональных корпораций будет рассмотрена далее более детально.

Покупатели. Для ТНК в группу покупателей следует отнести как конечных потребителей продукции или услуг, так и дистрибьютеров. Торговые партнеры заинтересованы прежде всего в своевременности и надежности поставок, в качестве продукции и гарантий производителя. Цена товара или услуги является интересом как конечных потребителей, так и дилеров. Для пользователей продукции также важным является разнообразие выбора, безопасность, производительность и другие качественные характеристики.

Поставщики. Основные интересы поставщиков и подрядчиков любой коммерческой организации заключаются в стабильности заказов, выполнении условий договоров и своевременности оплаты. Для поставщиков транснациональных корпораций также важно стратегическое взаимодействие

в масштабах мировой конкуренции. Так многие компании вовлекают важных поставщиков в процесс разработки продукции и производство. С целью сокращения операционного цикла некоторые предприятия используют метод "точно-в-срок", когда комплектующие и материалы, производимые поставщиками, доставляются непосредственно в производственные цеха, включая таким образом поставщиков в свои внутренние процессы. Так лидер рынка информационных технологий, известная транснациональная корпорация Hewlett-Packard Company, ввела поставщиков в свои команды планирования, чем обеспечила эффективное снабжение производства.

Конкуренты. С одной стороны, с помощью различных конкурентных преимуществ компании борются за свою долю рынка, следовательно, в их интересах ослабление соперников. С другой стороны, конкуренты объединяют усилия с целью защиты от появления инноваций третьих сторон и образуют кластеры. Конкурирующие ТНК способны формировать союзы для разработки нового продукта, исследований новых технологий и выхода на новые рынки. Кроме того, сотрудничество с конкурентами может быть выгодно с целью создания общей системы сервисного обслуживания или манипулирования поставщиками.

Государственные учреждения и организации. Государство заинтересовано прежде всего в соблюдении законодательства, обеспечении занятости, уплате налогов и других обязательных платежей. Следует заметить, что государственные органы также имеют общие цели с транснациональными корпорациями, например, создание благоприятных условий для развития международной торговли, привлечение иностранных инвестиций, формирование стабильных рыночных условий, рост успешной экономики, производство необходимых товаров и услуг. В следствие чего возникает партнерство корпораций и правительства, которое наибольшее распространение получило в странах Европейского Союза. Корпорации объединяются с государственными органами преследуя множество целей, в том числе решение социальных проблем и разработка торговой политики. Сотрудничество с органами местного управления в некоторых регионах может привести к выгодному для корпорации регулированию или снижению локальных налогов. Финансирование местных социальных программ, спонсорство в отношении учебных заведений, учреждений культуры и здравоохранения помогает местным органам власти решать социальные проблемы, а компаниям устанавливать взаимоотношения с важными стейкхолдерами.

Общественные организации. К данной группе заинтересованных сторон можно отнести политические партии, различные союзы граждан, общества по защите окружающей среды, объединения людей, нуждающихся в социальной помощи и др. Такие стейкхолдеры преследуют различные политические и социальные цели, и изучение их интересов необходимо для формирования положительного образа компании и методов ее работы в окружающей среде. Применение методов управления, которые соответствуют общественным

ценностям, способствуют сочетанию интересов самой компании и общественных организаций. Корпорации, среди ценностей которых выделяются защита окружающей среды, справедливый наем сотрудников, технологическая безопасность обладают преимуществами в конкурсе за выгодные бюджетные заказы, претендуют на налоговые послабления и другие льготы. Кроме того, взаимовыгодное сотрудничество с общественными институтами помогает избегать конфликтов в социальной сфере и формировать положительную деловую репутацию [3]. Например, созданию позитивного образа компании способствует разработка продукции или адаптация услуг для инвалидов и других особых категорий граждан. Так некоторые американские компании, производящие персональные компьютеры, создают специальное компьютерное оборудование совместно со специалистами по оказанию социальной помощи инвалидам и продают такую продукцию с большими скидками, предоставляя льготное послепродажное обслуживание. Затраты покрываются ростом общественной значимости компаний в глазах потребителей и населения [8].

Финансовые посредники. В данную группу стейкхолдеров относят кредитные организации, банки, брокеров, различные фонды и другие организации, заинтересованные в инвестировании предприятия. В отношениях с кредиторами раскрытие финансовой информации помогает установить доверие. Одним из способов установления доверительных отношений с кредиторами является членство их представителей в советах директоров корпораций.

Сотрудники. В эпоху, когда знания и идеи являются одним из важнейших факторов конкурентоспособности, управление человеческими ресурсами приобретает стратегическую значимость. Крупные корпорации уделяют все больше внимания сотрудникам в организационном планировании. Многие компании проводят политику управления штатом, рассматривая сотрудников как стейкхолдеров. Основными интересами данной группы являются гарантия занятости, уровень заработной платы, условия труда, перспективы развития, возможность обучения и др. Эффективное управление штатом как стейкхолдерами предусматривает вовлечение служащих в процесс развития компании. Полномочия сотрудников связывают с системным или комплексным управлением качеством.

Акционеры. Собственники по праву считаются ключевыми стейкхолдерами любой компании. Акции транснациональных корпораций обращаются на международных финансовых рынках и преимущественно находятся во владении у миноритариев. Акционеры заинтересованы прежде всего в получении стабильной и возрастающей прибыли компании. Доля акций в собственности также имеет значение, так как акционеры ожидают получение дивидендов. Обычно корпорации разрабатывают политики выплаты дивидендов с целью балансирования между текущими интересами собственников и возможностями реинвестирования. Кроме того, рост

рыночных цен на акции положительно влияет на благосостояние держателей, следовательно, является интересом акционеров [1, с. 218].

Таким образом, транснациональные корпорации характеризуются широким кругом заинтересованных сторон, которые воздействуют или подвергаются воздействию со стороны компании. Интересы стейкхолдеров и корпораций разнообразны и противоречивы, что может стать источником конфликтов [6].

Концепция корпоративной социальной ответственности в ходе эволюции приближается к практике бизнеса, современным условиям деятельности и взаимодействия с государственными органами и коммерческими институтами. Так в условиях ужесточения конкуренции сформировался подход, получивший название «осторожный эгоизм». Суть данной концепции заключается в стремлении компанией сформировать выгодную конъюнктуру как условие для роста благосостояния акционеров, получения устойчивой прибыли, экономической безопасности. Участие корпорации в решении социальных проблем импонирует общественному мнению и ожиданиям стейкхолдеров [4].

В настоящее время стремительно развивается концепция общих ценностей, основная идея которой заключается в том, что социальные проблемы окружающей среды непосредственно отражаются на бизнесе, приводят к непроизводительным затратам ресурсов. Авторы данной концепции М. Портер и М. Креймер в основу теории заложили опыт социальной активности известной транснациональной корпорации Nestlé S.A. в странах Латинской Америки как пример новейшего подхода к реализации социальной ответственности. Сущность концепции в том, что рынки формируются на основе как экономических, так и социальных потребностей: высокий уровень здравоохранения, качественное жилье, питание, материальная обеспеченность, экологическая безопасность и др., которые остаются неудовлетворенными на значительной территории в мире. В данном подходе объединяются ценности бизнеса и конечных потребителей продукции и услуг, сочетаются общечеловеческие ценности морального содержания и экономического благополучия [9].

Особенность концепции общих ценностей заключается в новом понимании производительности в ходе построения цепочки создания стоимости. Следование данному подходу предполагает глубокое понимание нужд общества и сотрудничество с различными коммерческими и некоммерческими институтами. Зависимость между благополучием общества и успехом бизнеса и пути практического применения концепции удалось выявить таким ТНК, как Google Inc., Johnson & Johnson, Intel Corporation, Unilever, General Electric Company. Например, основы корпоративной культуры Nestlé S.A. изложены в «Принципах деятельности» и «Кодексе делового поведения», которые отражают важнейшие ценности компании: честность, справедливость, уважение к людям и к окружающей среде, которым должны следовать все сотрудники компании, а также ее поставщики

и подрядчики [11]. Кодекс «Дух и Буква» разработала корпорация General Electric Company, который должны соблюдать все, кто работает в компании или представляет ее интересы. Кодекс поведения GE состоит из политик, призывающих быть честными, справедливыми и достойными доверия во всех действиях; требующих выполнения требований законов и иных нормативно-правовых актов, регулирующих ведение бизнеса по всему миру. Оперативность, ответственность и соблюдение всех правил – конкурентное преимущество корпорации [10].

Концепцию общих ценностей можно определить, как совокупность политик и операционных практик, которые обеспечивают корпорации конкурентные преимущества и одновременно улучшают экономические и социальные условия окружающей среды. Данная идея становится основой философии бизнеса и должна находить свое применение в повседневной деятельности. Общие ценности ориентируют компании на получение доходов, которые не лишают общество реальных благ, а действительно их наращивают [7].

Таким образом, транснациональные корпорации, обладая мощными производственными, технологическими, финансовыми и иными ресурсами, являются одним из важнейших субъектов мировой экономики и политики. Современные ТНК отличаются высокой инновационной активностью, диверсификацией деятельности, постоянным совершенствованием внутрикорпоративной структуры и международной конкурентоспособностью. Транснациональные корпорации оказывают огромное влияние на широкий круг стейкхолдеров с разнообразными целями и интересами, которые в свою очередь формируют условия функционирования ТНК. Философия современного бизнеса предполагает реализацию корпоративной социальной ответственности за счет получения общих для компаний и социума выгод, как результата их деятельности.

Использованные источники:

1. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент. – М.: Аспект Пресс, 2002. — 415 с.
2. Бариленко В.И. Бизнес-анализ как основа механизма устойчивого развития коммерческих организаций // РИСК. – 2014. - №4. – С. 273-280.
3. Грекова Г.И., Савина Т.С. Влияние корпоративной социальной ответственности на формирование деловой репутации // Вестник НГУ. – 2011. - №61. – С. 49 – 53.
4. Иванова Т.Е. Эволюция концепций корпоративной ответственности – от социальной восприимчивости к общим ценностям // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 6 (часть 2) – С. 344-348.
5. Моргунова Р. В. Механизм управления взаимоотношениями со стейкхолдерами крупных машиностроительных предприятий // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. – 2009. - №5. С. 344 – 348.
6. Никитина Л. М. Классификация стейкхолдеров в процессе формирования социально ответственного поведения компании // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. - 2010. № 2 (23). –

С. 157 – 162.

7. Попов С.А., Фомина Л.Л. От теории стейкхолдеров – к реализации концепции общих ценностей // Российское предпринимательство. — 2013. — № 2 (224). — С. 60 - 65.

8. Шевченко Д. А. Корпоративная социальная ответственность - часть стратегического менеджмента. Проблемы становления и развития // Вестник РГГУ. – 2009. - №18. – С. 80 – 93.

9. Porter M.E., Kramer M. R. Creating Shared Value // Harvard Business Review. – 2011. – Jan.-Feb.

10.Официальный сайт General Electric Company / <http://www.ge.com/files/usa/citizenship/compliance/spirit/russian.pdf> (дата обращения: 20.05.2016 г.)

11.Официальный сайт Nestlé S.A. / https://www.nestle.ru/asset-library/documents/ncbp_rus.pdf (дата обращения: 20.05.2016 г.)

Доронина Т.О.
магистрант 2-го курса
Финансовый университет при Правительстве РФ
Россия, г. Москва

РОЛЬ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ЦЕПОЧКЕ СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ КОРПОРАЦИИ

Хозяйственные операции между предприятиями одной транснациональной корпорации осуществляются по ценам, определенным политикой трансфертного ценообразования компании. С помощью манипуляции трансфертным ценообразованием становится возможным использовать благоприятные и обходить негативные условия деятельности в различных странах, учитывая требования законодательств и политику деятельности компании в разных регионах.

Ключевые слова: транснациональные корпорации, цепочка создания ценности, трансфертное ценообразование

Enterprises of single transnational corporation carry out business transactions at prices defined transfer pricing policy of the company. Managing transfer pricing becomes possible to use the favorable conditions and avoid negative terms of activity in different countries, taking into account the requirements of the laws and policies of the company in different regions.

Keywords: transnational corporations, value chain, transfer pricing

Деятельность транснациональных корпораций включает в себя множество различных процессов, последовательных и параллельных действий, в результате которых ресурсы преобразуются в потребленный продукт. Наиболее релевантным инструментом для анализа эффективности текущих процессов в ТНК, по мнению автора, является цепочка ценности, которая впервые была описана М. Портером в работе «Конкурентное преимущество». Согласно данному подходу всю деятельность компании можно разделить на отдельные процессы с целью изучения издержек и

возможных источников конкурентного преимущества.

Для большинства компаний можно выделить пять групп основных видов деятельности: входящая логистика, производство, исходящая логистика, маркетинг и продажи, послепродажное обслуживание.

Кроме основных видов деятельности выделяют вспомогательные, которые обеспечивают деятельность основных этапов: разработка технологий, управление человеческими ресурсами, инфраструктура (менеджмент, финансы, бухгалтерский учет и др.) [1, с. 74].

Характерной чертой цепочки создания ценности ТНК является специализация и кооперирование в рамках единой корпорации между ее головной компанией и дочерними предприятиями, расположенными в различных странах. Каждое предприятие компании можно отнести к одному или нескольким видам деятельности, включая вспомогательные. Так один филиал может представлять собой завод – производитель продукции, другая организация – операционный центр по ведению бухгалтерского учета и составлению отчетности, третье предприятие может заниматься сбытом продукции в регионе или осуществлять исследования и разработки. В связи с этим в ходе анализа эффективность каждого предприятия ТНК должны быть применены разные методы, использованы различные показатели в зависимости от того, к какому звену оно относится. Кроме того, такая организация деятельности компании приводит к внутрикорпоративной торговле, специфика которой оказывает существенное влияние как на финансовые показатели каждого филиала, так и на финансовый результат корпорации.

Хозяйственные операции между предприятиями одной транснациональной корпорации осуществляются по внутренним ценам, отличным от внешних рыночных. С глобальной точки зрения прибыль каждого дочернего предприятия является частью общего финансового результата корпорации. Несмотря на возможность конфликта интересов разных дочерних организаций, интерес корпорации является определяющим, в связи с чем цена передачи продукции или услуг между подразделениями устанавливается с целью максимизации общих выгод компании. С помощью манипуляции трансфертным ценообразованием становится возможным использовать благоприятные и обходить негативные условия деятельности в различных странах. Основными целями трансфертного ценообразования являются:

- снижение таможенных пошлин,
- минимизация налогового бремени,
- репатриация финансов.

Различия в налоговом законодательстве различных стран позволяют корпорациям использовать преимущества регионов с более низкими налоговыми ставками по налогу на прибыль. Поэтому следует снижать декларируемую прибыль в странах с высокими ставками по налогам и повышать – в странах с низкими. Другими словами, при определении

трансфертной ценовой политики между сестринскими предприятиями следует сравнивать налоговые ставки передающей и принимающей сторон.

Важными факторами при трансфертном ценообразовании являются правовые и налоговые аспекты вывоза капитала из стран их накопления в форме дивидендов или иностранных инвестиций. Кроме того, компании следует учитывать стратегии развития в конкретных регионах и необходимость целевого аккумуляирования капитала в них.

Определенное влияние на уровень внутрикорпоративных цен оказывают различия в величине таможенных пошлин. Устанавливая более низкую трансфертную цену на товары, поставляемые в страны с высокими пошлинами, компания занижает базу для расчета обязательных таможенных платежей.

Учитывая возможности манипуляций транснациональных корпораций налогооблагаемой базой, во многих странах мира действует и постоянно совершенствуется законодательство о трансфертных ценах [3]. Разработкой международных методов регулирования ценообразования ТНК занимается Организация экономического сотрудничества и развития [4]. «Рекомендации по трансфертным ценам для ТНК и их налогообложению» не являются обязательными к применению, но выступают в качестве базы для положений налоговых законодательства многих стран. Поэтому ТНК следует также учитывать в своей политике рекомендации ОЭСР [2].

Формируя политику трансфертного ценообразования на практике, ТНК следует определить наиболее подходящий и оптимальный с точки зрения расчетов метод или их комбинацию. Также механизм внутрикорпоративного ценообразования должен учитывать все вышеизложенные аспекты с целью максимизации общей корпоративной выгоды от международной деятельности. Для избегания конфликтов между разными подразделениями следует утвердить такую политику в форме внутреннего документа, обязательного к исполнению всеми участниками ТНК. В основу подхода может быть заложен принцип максимизации совокупных выгод от транзакции и соответствие ценообразования законодательству задействованных стран и инвестиционной политики компании.

Атрибутом узла принятия решения о методе расчета трансфертной цены может быть принята цель покупки принимающей стороны. Если принимающая сторона сделки в дальнейшем планирует реализовать приобретаемый товар или услугу, то трансфертная цена рассчитывается по методу перепродажной цены. При закупке продукции или услуг для целей внутреннего потребления – по затратному. Выбор данных методов обусловлен их практической применимостью ввиду доступности исходной информации для ТНК, наличия логических взаимосвязей между данными и возможностью моделирования.

Используя современные информационные технологии, корпорации следует создать массив данных о каждой стране регистрации ее предприятий. При определении формулы расчета цены для конкретной сделки следует

задать цель закупки, страну – экспортера и страну – импортера. Результатом данного запроса станет одна из формул: «Цена перепродажи – x %» или «Себестоимость + y %». Такой метод позволяет оптимизировать трансфертное ценообразование, одновременно с максимизацией совокупной выгоды учитывать требования законодательства и корпорации по отношению к различным регионам. Кроме того, данный подход является применимым на практике, так как все необходимые данные компаниям известны и ТНК активно используют в деятельности инновационные информационные технологии.

Таким образом, методология трансфертного ценообразования играет важную роль в анализе цепочки создания ценности ТНК и позволяет максимизировать общую чистую операционную прибыль корпорации за счет использования преимуществ различных условий функционирования с учетом требований законодательств и политикой деятельности компании в различных странах.

Использованные источники:

1. Портер М. Конкурентное преимущество. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 720 с.
2. Шагурин С.В., Шимко П.Д. Экономика транснационального предприятия: учебное пособие. – СПб.: СПбГПУ, 2008. - 335 с.
3. Иванов А. Е., Дзюба Е. А. Зарубежный опыт в области контроля трансфертного ценообразования // Современные научные исследования и инновации. – 2014. - №5. – URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/05/33933>
4. Официальный сайт Организации экономического сотрудничества и развития / www.oecd-ilibrary.org/russianfederation (дата обращения: 20.05.2016г.)

*Дорохина А.Ю.
студент 3 курса*

*Данилова А.П.
студент 3 курса*

Липецкий филиал

*ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте Российской Федерации»*

Титова О.В., к.э.н.

научный руководитель, доцент

Россия, г. Липецк

АГРОСТРАХОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ СНИЖЕНИЯ РИСКА И ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АПК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Статья посвящена одному из важнейших элементов агробизнеса – агрострахованию. В статье рассмотрен анализ показателей агрострахования за период 2010-2015 гг., раскрыты перспективы развития сельскохозяйственного страхования в условиях нестабильной экономики.

Ключевые слова: агрострахование, государственная поддержка, страховые выплаты, сельскохозяйственные производители, урожай, посевные площади.

The article deals with one of the most important elements of agribusiness – agricultural insurance. In the article the analysis of indicators of agricultural insurance for the period 2010-2015, prospects of development of agricultural insurance in an unstable economy.

Key words: crop insurance, government support, insurance payments, agricultural producers, crop, acreage.

Агропромышленному сектору традиционно отводилась ведущая роль, которая выделила его как одну из ключевых отрасли экономики, поскольку он оказывал колоссальное влияние на развитие народного хозяйства в целом. Однако с течением времени его позиции изменились: от главного источника капитала, инвестиций и трудовых ресурсов, стимулирующего развитие других отраслей экономики, до положения, требующего активной государственной помощи и поддержки. Особенно это актуально сегодня, когда Россия переживает трудное время из-за нестабильности экономики и дефицитного бюджета на фоне падения нефти и санкций Евросоюза.

Правительство Российской Федерации осознало, что необходимо развитие импортозамещения. Замена на российском рынке импортных товаров аналогичными отечественными, которые не уступали бы им ни в цене, ни в качестве, является решением одной из основных задач экономики России – ее диверсификацией. Структурная перестройка экономики народного хозяйства позволит устранить зависимость от нефтегазовой отрасли и активизировать новые сферы, а также поможет преодолеть критическую зависимость от зарубежных технологий. Впрочем, развитие импортозамещения и стремление к обеспечению продовольственной безопасности невозможно без участия государства в поддержании сельского хозяйства страны. Одним из инструментов поддержки со стороны государства стало управление рисками АПК методом стимулирования агрострахования [3].

Агрострахование, или страхование аграрных (сельскохозяйственных) рисков — это один из важных элементов системы финансового кредитного обеспечения сельскохозяйственных производителей, заключающийся в комплексном страховании сельскохозяйственных культур, с достижением определенных целей (рисунок 1).



Рисунок 1 – Цели агрострахования

Данный вид страхования используется для предотвращения резких колебаний доходов сельскохозяйственных производителей, улучшения доступа аграриев к кредитным ресурсам, а также стимулирования применения в деятельности производителя современных технических и технологических достижений.

Основным показателем эффективности и условием успеха агрострахования у товаропроизводителей является уровень страховых выплат и доступность их получения. Однако на сегодня, например, среди КФХ это форма поддержки пользуются менее 1%.

По данным Росстата в 2015 году наметилась тенденция к росту застрахованных посевных площадей и числа сельскохозяйственных товаропроизводителей, заключивших договоры страхования с государственной поддержкой, (таблица 1).

Таблица 1 – Страхование урожая сельскохозяйственных культур, млн. руб.

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
1	2	3	4	5	6	7
Число сельхозорганизаций, заключивших договоры страхования	3637	2365	2776	3158	2701	3442
Крестьянские (фермерские) хозяйства	2105	1554	1678	1987	1962	2385
Удельный вес посевной площади застрахованных культур, %	18,2	13	20,1	18,5	16,3	17,7
Страховая сумма, млн. руб.	119127	87983	136573	175473	183152	212584

Сумма уплаченной страховой премии, млн. руб.	9184,6	8805,8	13735,9	9699,9	10653	12265
Отношение страховой премии к страховой сумме, %	7,7	10	10	5,5	5,8	5,8

Площадь посевов, застрахованных по договорам с субсидированием составила в 2015 году 2,8 млн. га или 17,7% от общей посевной площади в стране, против 16,3% в 2014 году. Количество хозяйств, участвующих в страховании посевов, соответственно возросло до 5827, или на 25% [6].

Сумма уплаченной страховой премии равнялась 12,3 млрд. рублей или на 15% больше, чем в предыдущем году. Тем не менее сумма страховых выплат остается несопоставима меньше уплаченной сельскохозяйственными производителями страховой премии от 6 до 10%, что сдерживает привлекательность этого инструмента поддержки. Что предлагается?

С 2015 года введены частичные изменения в систему страхования с государственной поддержкой, однако они не решают в должной мере защиту экономики сельскохозяйственных товаропроизводителей при неблагоприятных погодных условиях. Порог гибели урожая для признания страхового случая в 2015 году был снижен с 30 до 25%, а в 2016 доведен до 20%. Однако, по мнению ученых, этот уровень должен быть снижен до 10-15%. Следует изменить действующую концепцию агрострахования, перейдя от модели страхования только катастрофических рисков к страхованию недобора урожая, что наиболее востребовано хозяйствами. Повысить долю страхового возмещения до 70-80% от собранной страховой премии с учетом субсидий, как это предусмотрено законом от 25 июля 2011 года №260-ФЗ "О государственной поддержке в сфере сельскохозяйственного страхования и о внесении изменений в Федеральный закон "О развитии сельского хозяйства"[1].

Таким образом, аграрное страхование в комплексе с государственной поддержкой заняло определенную позицию на страховом рынке страны и воплотило в себе систему экономических и организационных мер, обеспечивающих защиту имущественных интересов производителей сельскохозяйственной продукции и связанных с необходимостью предоставления страховой защиты от рисков утраты (гибели) производимой ими продукции сельскохозяйственного назначения.

Основопологающей целью при формировании эффективной системы сельскохозяйственного страхования с государственной поддержкой является обеспечение доступности услуг комплексной защиты от рисков, в том числе страхование дохода при производстве продукции, для большинства аграриев.

Стабильное и повсеместное развитие института страхования - залог серьезных результатов в плане повышения устойчивости отрасли. Построение сельскохозяйственного страхового рынка с государственной поддержкой

должно способствовать правильному и оперативному реагированию при преодолении негативных явлений в сельском хозяйстве, а также повысить инвестиционную привлекательность АПК России, сделав его конкурентоспособным в условиях нарастающей глобализации мировой экономики.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 25 июля 2011 г. N 260-ФЗ "О государственной поддержке в сфере сельскохозяйственного страхования и о внесении изменений в Федеральный закон "О развитии сельского хозяйства" (в ред. от 22.12.2014 г.)
2. Маслова В. Экономический механизм АПК в условиях импортозамещения // Экономика сельского хозяйства России. 2015. №10. С. 45-52.
3. Семенов Ю.В. Направления государственной поддержки сельского хозяйства. АПК: экономика, управление. 2015. №5. С. 47-51
4. Храбсков Е.Н. Страхование как инструмент снижения рисков в АПК. Экономика сельского хозяйства России. 2015. №11. С. 32-35
5. О текущей ситуации в агропромышленном комплексе Российской Федерации в августе 2015 г. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mcsx.ru> (дата обращения 13.05.2016)
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики, [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения 13.05.2016)

*Дубская А. С.
студент 2 курса
«Институт Управления»
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
Усманов Д.И., к.э.н.
научный руководитель, старший преподаватель
кафедра менеджмента организации
«Институт управления»
Россия, г. Белгород*

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА БЕЛГОРОДСКОГО РАЙОНА

В данной статье рассмотрена инвестиционная политика Белгородского района. Проанализирована проделанная работа в рамках реализации приоритетных направлений районной инвестиционной политики. Кроме того, приведен реестр реализуемых и планируемых к реализации инвестиционных проектов.

Ключевые слова: инвестиционная политика, проекты, бизнес, предпринимательство, инвестиционный климат.

Ежегодно объемы капитала, которые деловые круги вкладывают в развитие бизнеса в Белгородском районе, становятся все больше. Целью

инвестиционной политики района является создание благоприятных организационных и экономических условий ведения предпринимательской деятельности, формирование эффективной системы привлечения инвестиций и сопровождения инвестиционных проектов для обеспечения диверсификации и динамичного роста экономики области, развития территориальных кластеров, повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, роста уровня и качества жизни населения области. На территории района реализуется ряд крупных инвестиционных проектов, таких как: строительство завода по производству лекарственных средств ООО «ПИК-ФАРМА ЛЕК»; строительство современного теплично-логистического комплекса для круглогодичного выращивания овощей и зеленых культур (ООО «Тепличный комплекс Белогорья»); расширение производственных мощностей, создание ветеринарных препаратов для сельскохозяйственных животных и птиц (ООО «Белфармаком»); организация производственного предприятия по изготовлению полимерной упаковки на территории промышленного парка «Северный» (ООО «Белави»); строительство многофункционального торгового комплекса «МЕТРО» с приобъектной парковкой и сопутствующей инфраструктурой (ООО «МЕТРО Кэш энд Керри»).

На сегодняшний день в Белгородском районе сложился достаточно благоприятный инвестиционный климат, о чем свидетельствует реализация крупных инвестиционных проектов.

По итогам 9 месяцев 2015 года на территории Белгородского района в реестре реализуемых и планируемых к реализации инвестиционных проектов – 87 проектов, на общую сумму 16400,94 млн. рублей [2].

Также в районе активно создаются благоприятные условия для устойчивого развития малого и среднего предпринимательства.

Финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства района осуществляется по следующим направлениям: микрофинансирование, гранты, субсидии, поручительство по кредитам, банковской гарантии, лизингу. По данным на 1 октября 2015 года шести предпринимателям была оказана финансовая помощь Микрофинансовой организацией в виде предоставления кредитов на льготных условиях на общую сумму 4 млн. 450 тыс. рублей.

Количество инвестиционных проектов, реализуемых в рамках проектного управления, растет и на сегодняшний день таковых проектов существует порядка 10 на общую сумму 90,73 млн. рублей, в том числе:

- «Создание садоводческого хозяйства на территории Белгородского района на базе ИП ГК(Ф)Х Кристов Н.А.»;
- «Создание пчелопарка на базе КФХ Биличенко Е.В. в Белгородском районе»;
- «Создание спортивной базы пейнтбольного клуба «Белгородский легион»;
- «Создание питомника по выращиванию плодово-ягодных и

декоративных растений в с. Пушкарное»;

– «Создание фермы по откорму крупного рогатого скота в п. Никольское» [1].

За истекший период, в рамках реализации приоритетных направлений районной инвестиционной политики была проделана значительная работа:

1) Реализация Стандарта деятельности органов местного самоуправления по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в муниципальном образовании «Белгородский район». Активизировал свою работу районный межведомственный координационный совет.

Во исполнение требования Стандарта в текущем году сформирован и утвержден ежегодно обновляемый план создания инвестиционных объектов и необходимой транспортной, энергетической, социальной, инженерной, коммунальной и телекоммуникационной инфраструктуры в Белгородском районе.

2) Участие в развитии института оценки регулирующего воздействия, которая предназначена для выявления избыточных административных и иных ограничений и обязанностей для субъектов инвестиционной деятельности, а также положений, способствующих возникновению необоснованных расходов хозяйствующих субъектов.

В план проведения экспертизы муниципальных нормативных правовых актов Белгородского района включены два документа:

– постановление администрации Белгородского района Белгородской области от 22 июня 2011 года № 62 «О создании условий для исполнения наказания в виде обязательных работ для осужденных лиц на территории Белгородского района»;

– постановление администрации Белгородского района Белгородской области от 30 мая 2014 года № 46 «Об утверждении административного регламента предоставления муниципальной услуги «Создание условий для расширения рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, содействие развитию малого и среднего предпринимательства» [3].

3) Активизация работы по улучшению предпринимательского климата в Белгородском районе. Администрация района проводит работу по снижению административных барьеров. Для введения прозрачной процедуры взаимодействия инвесторов с органами местного самоуправления принят нормативно-правовой документ, позволяющий сократить период прохождения документов.

4) Формирование доступной среды для размещения производственных и иных объектов инвесторов. В настоящее время в районе для привлечения инвестиций сформирован и постоянно актуализируется реестр инвестиционных площадок и объектов недвижимости. Для привлечения широкого круга инвесторов были размещены сведения об инвестиционных площадках на информационных порталах.

Таким образом, перед руководством района поставлена стратегическая

задача – привлечь инвестиции, рассматривая собственность района в качестве основы самостоятельной экономической и инвестиционной политики.

5) Презентация Белгородского района, как инвестиционно привлекательной территории на ежегодных районных и областных выставках, а также в ежегодных инвестиционных и экономических форумах.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что инвестиционная политика района направлена на дальнейшее и динамичное его развитие:

- стимулирование инвестиционной активности;
- повышение конкурентоспособности приоритетных отраслей экономики;
- развитие малого и среднего предпринимательства;
- развитие сельского туризма;
- создание комфортной среды для проживания и деятельности жителей Белгородского района.

Использованные источники:

1. Информация об экономическом и социальном развитии Белгородского района 2015 года // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://pandia.ru>
2. Деловой еженедельник "Экономика и жизнь - Русь"// Аналитика// Статья - Анализ инвестиционного потенциала [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://riarus.ru/articles/analitika/proanalizirovali-investitsionnyu-potentsial/>
3. Инвестиционный портал Белгородской области // [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.belgorodinvest.com/investpotencial/ratings-of-the-belgorod-region/>

*Дудзинская Д.В.
студент гр. УУб-131, III курс
Овчинникова И.В.*

*научный руководитель, старший преподаватель
Кузбасский государственный технический
университет имени Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово*

НАЛОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

В статье рассматриваются специальные налоговые режимы, применяемые в российском правовом поле для индивидуальных предпринимателей. Изучена методика проведения проверок способствующих эффективной работе системы сбора налогов и выявлению нарушителей.

Ключевые слова: налоговый контроль, налогоплательщик, индивидуальный предприниматель, налоговый орган

Налоги и сборы – это признак любого государства и необходимое условие его существования. В Конституции Российской Федерации говорится о том, что каждый обязан платить налоги и сборы. Это касается и индивидуальных предпринимателей. [1]

Система налогов и сборов устанавливается Налоговым кодексом (НК)

РФ. Обеспечением уплаты налогов и сборов занимаются налоговые органы.

Налоговый контроль – один из видов государственного контроля и составная часть финансового контроля, при его помощи проверяется соблюдение налогоплательщиками законодательства о налогах и сборах, своевременная их уплата, полнота и правильность исчисления..

Основным инструментом механизма налогового контроля являются налоговые проверки. Проверка – это мероприятия налоговой инспекции (ИФНС) по контролю за деятельностью юридического лица, индивидуального предпринимателя, соблюдения ими налогового законодательства.

Проверки проводятся по правилам, зафиксированным в Налоговом кодексе Российской Федерации. Они делятся на камеральные налоговые проверки и выездные налоговые проверки (п.1 ст.87). [2]

Камеральная налоговая проверка.

Камеральная проверка проводится по месту нахождения налогового органа и помогает предупредить правонарушения и преступления в налоговой сфере на начальном этапе. При помощи камеральной налоговой проверки проводится повторный контроль отчетности, сданной предпринимателем. Инспектор проверяет правильность заполнения налоговых деклараций и документов, служащих основанием для исчисления и уплаты налога. Если проверяющим были выявлены ошибки в заполнении документов или другие нарушения, то об этом сообщается налогоплательщику и требуется их устранение в установленный срок. [3]

Выездные налоговые проверки.

К предпринимателям, нарушающим правила подачи налоговой отчетности, неточности в расчетах, налоговая инспекция может применить выездную налоговую проверку всей хозяйственной деятельности, а не только отчетности по декларации. Налоговая служба не обязана сообщать о проверке заранее. Выездная налоговая проверка – один из способов контроля за деятельностью индивидуального предпринимателя. Она может проводиться по одному или нескольким налогам. Проверяться могут только три года деятельности, которые предшествуют проверке (ч.1 ст.87 НК РФ). Инспекторы выезжают на территорию предпринимателя, который обеспечивает их рабочими местами. В случае отсутствия помещения проверка проводится на территории ФНС. Проверка может длиться 2 месяца. В исключительных случаях налоговые органы могут увеличить продолжительность. [4]

В ходе проверки налоговые инспекторы проверяют правильность исчисления, удержания и уплаты налогов и сборов, страховых взносов, проверяют и сопоставляют документы, которые представляются в виде заверенных копий. В случае отказа представления нужных документов на предпринимателя налагается штраф (ст.126 НК РФ). Документы запрашиваются только в письменном виде. В требовании должно быть четко указано, какой именно документ запрашивается. Проверяющие могут потребовать следующие документы:

- свидетельство о регистрации;
- налоговые декларации;
- книги учета доходов и расходов;
- договоры;
- лицензии;
- бухгалтерская отчетность;
- другие первичные учетные документы. [5]

По результатам проведенной проверки составляется акт, в котором указываются допущенные предпринимателем правонарушения, выводы и предложения по устранению нарушений. Налогоплательщик вправе представить объяснения с выводами по акту проверки в случае несогласия с изложенными в нем фактами в течение двух недель со дня получения акта.

Плановые и внеплановые проверки.

Закон № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля» ограничил периодичность проведения проверок. Плановые проверки проводятся раз в три года. График публикуется на официальном сайте генеральной прокуратуры и на сайте ФНС, с точной датой проверки (6).

В случае нарушений налогового законодательства, поступления жалоб, невыполнения предписаний налоговых органов могут проводиться внеплановые налоговые проверки. [7]. Предпринимателя могут проверить при обнаружении большой разницы налоговых платежей за аналогичные отчетные периоды, за имеющиеся штрафные санкции, за нарушение налогового законодательства, если выпускается один и тот же объем продукции, а квартальные платежи сильно варьируются, если оформляются льготы на несколько налогов. (8).

Налоговая проверка при закрытии ИП.

При закрытии ИП возможность налоговой проверки не исключается. Налоговые органы вправе проверить индивидуального предпринимателя в течение трех лет после закрытия с целью уточнения возможных нарушений в процессе деятельности. [9]

При нарушении прав и законных интересов участников налоговых правоотношений законодательством предусматривается возможность их защиты в административном и судебном порядке. Каждый налогоплательщик может обжаловать акты налоговых органов, если нарушаются его права. Жалобу можно подать в вышестоящий налоговый орган или в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня получения акта налоговой проверки. Жалоба подается в письменном виде. Решение принимается в течение месяца. [10]

Изменения, вступившие в силу с 2015 года.

Индивидуальный предприниматель может осуществлять уплату налогов в рамках общего налогового режима и (или) специального налогового режима. С 1 января 2015 года в налоговое законодательство были внесены поправки.

В декларацию по УСН (упрощенная система налогообложения):

- внесены разделы для фиксации налога, подлежащего уплате, с учетом объектов налогообложения – «доходы минус расходы» или «доходы»;
- внесены разделы для отражения алгоритма расчета авансовых платежей;
- введен раздел для средств целевого назначения.

В декларации по ЕНВД (единый налог на вмененный доход):

- добавлены в форму новые разделы, у некоторых поменяли названия;
- изменен порядок исчисления налога для лиц, которые встали на учет или снялись с него в течение налогового периода;
- код ОКТМО заменил ранее употреблявшийся ОКАТО;
- откорректирован порядок оформления декларации;
- для значений стоимостных и физпоказателей применяются целые числа;
- нумерации подлежит каждый лист;
- заполнять формы можно черной, фиолетовой или синей ручкой;
- запрещено использовать корректирующие средства для исправления ошибок;
- запрещена двусторонняя печать формы на одном листе.

В декларации по ЕСХН (единый сельскохозяйственный налог):

- изменена форма;
- ОКТМО вместо ОКАТО;
- добавлены новые разделы;
- доступен электронный порядок подачи.

В декларации по НДС (налог на добавленную стоимость):

- изменена форма, порядок заполнения, сроки предоставления;
- в декларацию должны вноситься сведения из книг покупок и продаж;
- документы подаются в электронном виде (статья 174 пункт 5 НК РФ);
- срок представления продлен до 25 числа.

Внесены изменения в процесс проведения камеральных проверок по НДС. При обнаружении нарушений у предпринимателя могут потребовать предоставления документов (счета-фактуры и другие бумаги), содержащих информацию, необходимую для того, чтобы подтвердить обнаруженные правонарушения (ст.88 пункт 8.1 НК РФ). Стирается различие между камеральными и выездными проверками. Налоговые органы могут проверять документы, территории, предметы и помещения (ст.91 и 92 НК РФ).

Использованные источники:

1. Конституция Российской Федерации (с учетом поправок, внесенных законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30 декабря 2008 г. № 6-ФКЗ и от 30 декабря 2008 г. № 7-ФКЗ). – Ростов на Дону: Феникс, 2014. – 63 с.
2. Налоговый кодекс РФ в последней редакции.
3. Черник Д.Г. Налоги и налогообложение.- М.: Юрайт, 2013. - 394с.
4. Винницкий Д.В, Налоговое право. – М.: Юрайт, 2013. – 362 с.

5. Овчинникова И. В. Налоговый контроль [Электронный ресурс]: электронное учебное пособие для студентов направления 38.03.02 (080200.62) «Менеджмент», профиль «Управленческий и финансовый учет» / И. В. Овчинникова; КузГТУ. – Кемерово, 2016.
6. Тарасова В.Ф. и др. Налоги и налогообложение. М.: КиноРус, 2012. -488с.
7. Об особенностях организации и проведения в 2016-2018гг. плановых проверок при осуществлении государственного контроля в отношении субъектов малого предпринимательства Ст.26.1 ФЗ от 26 декабря 2008г. №294-ФЗ.
8. Крохина Ю.А. Налоговое право. М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2011. – 267 с.
9. Налоговое право: учебник/ Под ред. Е.Ю. Грачевой, О.В. Болтиновой. М.: Проспект, 2013. - 384с.
10. Тютин Д.В. Налоговый контроль, ответственность и защита прав налогоплательщиков. - М.: Контракт, 2014. - 216с.

*Дудник Т. А.
преподаватель
кафедра «Экономика предприятий»
Кубанский Государственный Аграрный Университет
Дронченко Е. М.
студент 2 курса
факультет «Финансы и кредит»
Россия, г. Краснодар*

ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Аннотация: в статье рассматриваются основные проблемы, возникающие в коллективе, между работниками. Представлены пути решения данных проблем.

Ключевые слова: управление персоналом, менеджер, методы управления, сотрудники, стимулирование трудовой активности.

Keywords: personnel management, manager, staff, promotion of labor activity, management.

Любое предприятие нуждается в управлении. Особенно на российском рынке необходимо пользоваться грамотными управленческими решениями – это связано со многими факторами: российский рынок сильно отличается от западного, это связано с тем, что российские компании не обладают достаточными знаниями и опытом для оптимального управления, не развиты способы тактического и стратегического планирования. Стоит отметить, что нестабильность российской экономики усугубляет данную ситуацию, а также не позволяет принимать решения на достаточно долгосрочный период. Также недостаток информационной базы преумножает потребность в компетентном управленческом решении.

Социально-психологические методы управления предполагают

применение социальных и психологических механизмов воздействия на отношения в трудовом коллективе. Главная особенность данной группы – использование в своих целях различных неформальных факторов или интересов отдельных личностей либо всего коллектива. Эти методы воздействуют на объекты косвенными путями.

Недостаточное внимание к социальным и психологическим аспектам управления вызывает нездоровые взаимоотношения в коллективе, что снижает производительность труда.

Основные проблемы, возникающие в коллективе, между работниками:

1. Ухудшение атмосферы в коллективе.
2. Увеличение неопределенности в состоянии работников.
3. Распространение слухов.
4. Решение руководства о неразглашении деталей сделки.
5. Руководство не уверено в адекватном восприятии сотрудниками данной ситуации.
6. Отсутствие системы коммуникации между сотрудниками и директором.

Социально-психологическим методам воздействия принадлежит значительная роль в управлении персоналом. Управленец должен постоянно обогащать межлические отношения в результате роста общеобразовательного и квалифицированного уровня работников.

Для благополучного управления, менеджеру необходимо разделять персонал по психологическим группам, знать работника, как отдельную личность. Зная особенности поведения, характера каждого отдельного человека, можно прогнозировать его поведение в нужном для коллектива направлении. Это связано с тем, что каждой группе свойственен свой психологический климат, который под воздействием чувств, эмоций, мнений и настроения людей может привести, как к положительному, так и к отрицательному. Положительный климат способствует стремлению трудиться с желанием и высокой самоотдачей, а отрицательный - резко снижает трудовую мотивацию.

Социологические методы исследования составляют научный инструментарий в работе с персоналом, они предоставляют необходимые данные для подбора, оценки, расстановки и обучения персонала и позволяют обоснованно принимать кадровые решения.

Собеседование - интервью является наиболее часто используемым универсальным методом отбора сотрудников в организацию. Его проводит руководитель в офисе организации лично, один на один, но учитывают и ту ситуацию, когда количество претендентов увеличено, проводится групповое собеседование, которое может предоставить более объективную оценку и в большинстве случаев применяется наиболее часто. Под собеседованием предполагается заполнение анкеты и непосредственно беседа с претендентом.

Анкета включает в себе общие вопросы биографического характера, вопросы, которые касаются будущей специальности и отдельные вопросы,

которые позволяют узнать потенциального работника.

Беседа с претендентом - задаются вопросы, нацеленные на получение наиболее полного ответа. Беседа проводится на такие темы, как об индивидуальных особенностях, образовании, квалификации, причинах желая получить данную должность, подготовки, планах и стремлениях, возможности совмещения работы и личной жизни, сильных и слабых сторонах, размере заработной платы, целях карьеры на 5-10 лет, планах действия в случае занятия должности, причинах ухода с прежней работы. В то же время претенденту предлагается самому задавать интересующие его вопросы.

Психологические методы являются значимыми в работе с персоналом, т. к. направлены на конкретную личность рабочего или служащего и, как правило, строго индивидуальны. Рассмотрим способы психологического воздействия на рисунке 1.

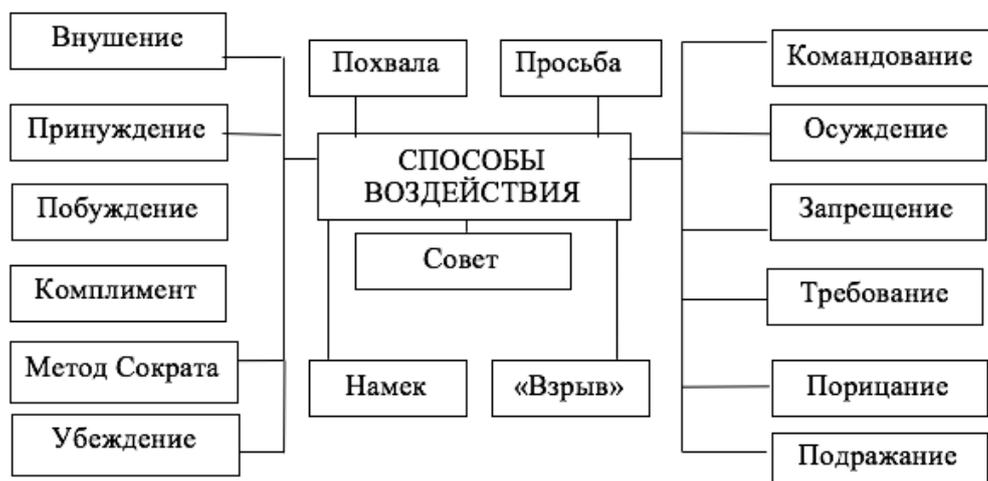


Рисунок 1 - Способы психологического воздействия

Подводя итоги, можно выделить следующие рекомендации по более действенному применению социально-психологических методов управления:

1. Разработка программы развития персонала и стимулирования трудовой активности.
2. Проведение психологических тренингов с руководящим составом предприятия.
3. Выработка ориентиров, создающих условия для максимального проявления профессиональных качеств работников.
4. Повышение образовательного и культурного уровня работников.
5. Разработка методов, объединяющих конфликтующие стороны, задающие им общие цели.
6. Формирование и развитие службы психологической поддержки и помощи персонала, которой необходимо сотрудничать с руководством предприятия.

Также, при возникновении конфликтных ситуаций, управленец должен уметь грамотно их разрешить:

- 1) определить проблему в категориях целей, а не решений;
- 2) обратить внимание на проблемы;
- 3) найти приемлемые для обеих сторон решения;
- 4) создать положительное отношение друг к другу;
- 5) создать атмосферу доверия, увеличив взаимное влияние и обмен информацией.

Значение и влияние социально – психологических методов будет в дальнейшем развитии только усиливаться в связи с многообразными факторами, влияющие на формирование общества.

Цель управления персоналом становится побуждением к совершенствованию индивидуальных способностей работников к более эффективному и результативному труду, используя формирование вокруг себя группу единомышленников и выявлению особенностей сотрудников.

Использованные источники:

1. Г.Я. Гольдштейн. Основы менеджмента // Учебное пособие, изд 2-е, дополненное и переработанное. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003.
2. Дудник Т. А. «Управление конфликтами на предприятии», Экономика и социум, 2015 №2 (15).
3. Шпалинский В.В. Психология менеджмента [текст] / М.: Юрайт, 2000.

*Дуйсалиева А. М.
студент 1 курса*

*факультет «Мировая экономика и управление»
Астраханский государственный университет
Россия, г. Астрахань*

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ЗАМЕДЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РОССИИ

Статья посвящена факторам, препятствующим развитию российской экономики. В ней рассматриваются их структура и особенности влияния на экономику страны.

Ключевые слова: экономический рост; уровень производства; рецессия

MAIN REASONS ECONOMIC SLOWDOWN IN RUSSIA

The article is devoted to the factors hindering the development of the Russian economy. It examines their structure and features of influence on the economy.

Keywords: economic growth; the level of production; recession

Всем известно, что уровень жизни граждан зависит от темпов экономического роста страны. Для обеспечения благосостояния людей, правительство должно проводить меры, которые приведут к росту экономики. Но, к сожалению, иногда применение этих мер не приносит ожидаемых результатов, так как существуют факторы, замедляющие экономический рост. По данным МВФ, в период с 2000 по 2007 годы в России показатель среднего темпа экономического роста составил 7,2%, что являлось довольно хорошим достижением для нашей экономики. Однако после того, как в 2008 году начался финансово-экономический кризис, ситуация изменилась. С 2010 по

2014 годы ежегодный прирост ВВП уменьшился в среднем до 2,8% в год [1]. На изменение этого показателя повлияло множество причин, мы рассмотрим основные из них.

Одним из ключевых факторов ухудшения динамики ВВП в России является сильная зависимость страны от мировых рынков капитала и от изменения уровня цен на нефть. Когда нефть дешевеет, сокращается приток внешних ресурсов, доходы страны уменьшаются, новые деньги на инвестиции, модернизацию и крупные инфраструктурные проекты перестают поступать. Часть некоторых программ по значительному развитию государства сокращается или замораживается, что приводит к снижению темпов экономического роста.

Однако эти особенности, препятствующие подъему российской экономики, являются далеко не единственными. Основным ограничением экономического роста являлся спад уровня инвестиций в капитал.

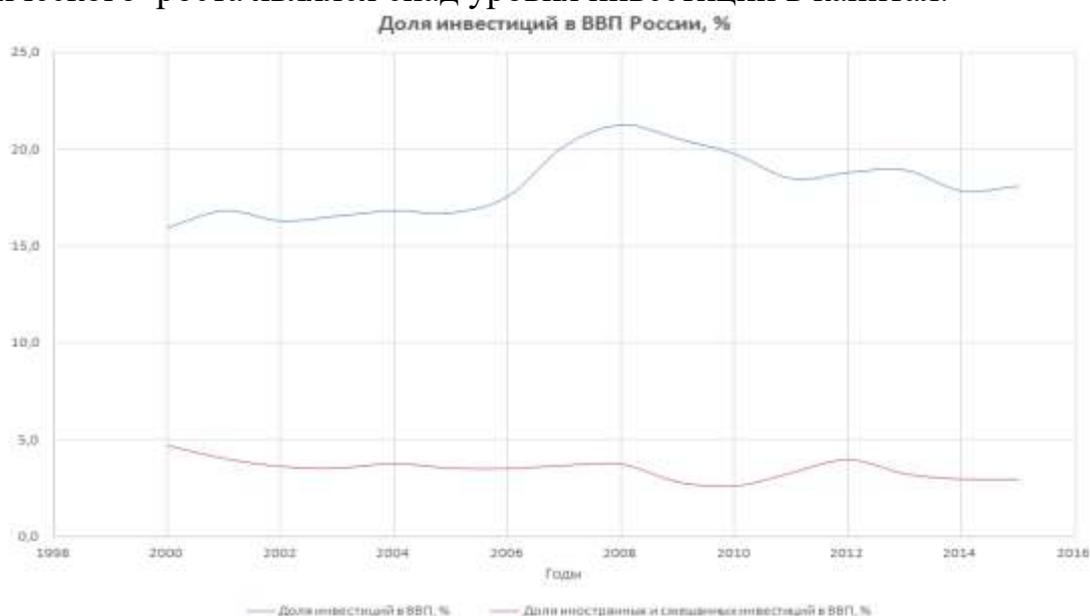


Рис. 1

Среднее значение инвестиций в развивающихся странах составляло в 2010 году 32% ВВП. С 2013 г. началось сокращение уровня инвестиций. Первое снижение было зафиксировано в III квартале 2013 года, и по итогам года в целом Росстат зафиксировал рост инвестиций всего на 0,9%. К концу 2014 года инвестиции снизились на 2,0%, а во II квартале 2015 года — уже на 7,4% [2] (рис. 1).

Кроме того, ситуацию усугубляла повышенная степень использования производственного оборудования. При недостаточном инвестировании предприятий был достигнут предельный уровень загрузки производственных мощностей (рис. 2), что в значительной мере определило снижение темпов роста экономики.

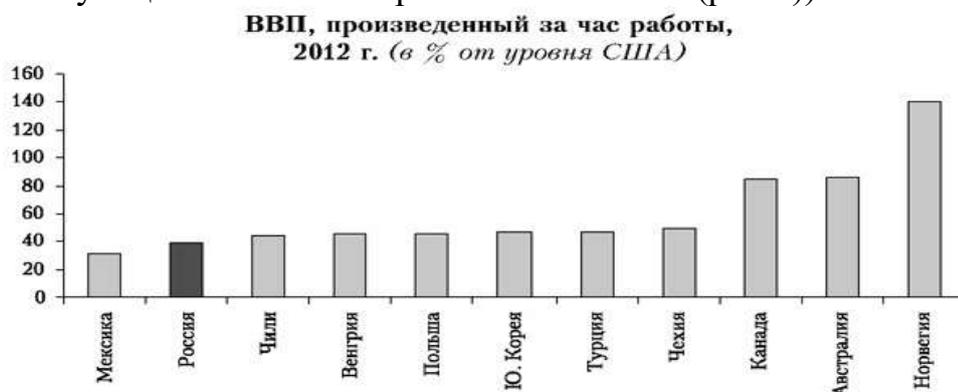


Источник: ОЭСР.

Рис. 2

Также российская экономика столкнулась с ограничениями со стороны трудовых ресурсов, а именно с ограничениями:

- роста рынка труда (сократилась численности рабочей силы в России, что было вызвано демографическими проблемами 1990-х годов);
- занятости (изменение показателя уровня безработицы);
- производительности труда одного работника (несмотря на то, что количество рабочих часов на одного работника в нашей стране выше, чем в других странах, разница в производительности труда все равно существует: показатель одного работающего человека в России за 2012 год почти в 3 раза ниже соответствующего показателя работника в США (рис.3))



Источник: ОЭСР.

Рис. 3

Ситуацию при этом усложняет неэффективное распределение трудовых ресурсов в экономике, вызванное ростом занятости и снижением производительности труда в госсекторе, а также реаллокацией занятости в неформальный сектор, что в результате приводит к всеобщему снижению производительности труда в экономике.

Также на экономику отрицательно влияет регулярный рост тарифов естественных монополий, который через определенное время приводит к увеличению цен на материалы, оборудование и сырье [3].

В заключение хотелось бы отметить, что в настоящее время для увеличения темпов экономического роста настоятельно требуется стратегия

новых реформ, которые смогут решить основные структурные проблемы, и проведение комплексных институциональных изменений, которое даст стабильный импульс устойчивого развития.

Использованные источники:

1. Кудрин А., Гурвич Е. *Новая модель роста для российской экономики* / А. Кудрин, Е. Гурвич // *Вопросы экономики*. – 2014. – № 12. С. 4 — 36.
2. Орлова Н., Егиев С. Структурные факторы замедления роста российской экономики / Н. Орлова, С. Егиев // *Вопросы экономики*. – 2015. – № 12. – С. 69-84.
3. Белоусов Д. Почему остановился рост российской экономики? [Электронный ресурс] /Д. Белоусов // *Итоги 2013 года и прогноз экономического развития на среднесрочную перспективу – 2014*. Режим доступа: http://www.forecast.ru/_ARCHIVE/Monitoring/2014/2014RusRost.pdf. – (Дата обращения: 27.05.2016).

*Дуйсалиева А. М.
студент 1 курса
факультет «Мировая экономика и управление»
Астраханский государственный университет
Россия, г. Астрахань*

ПРОБЛЕМА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ МИГРАЦИИ В РОССИИ

В данной статье анализируются причины и особенности такого процесса как «утечка умов» из страны. Рассматриваются пути решения проблемы оттока за рубеж ученых, высококвалифицированных специалистов и разработка эффективной государственной политики в этом направлении для увеличения темпов экономического роста и социального прогресса России.

Ключевые слова: интеллектуальная миграция, «утечка умов», человеческий капитал, международный рынок труда

PROBLEM OF INTELLECTUAL MIGRATION IN RUSSIA

This article analyzes the causes and characteristics of this process as the "brain drain" from the country. The ways of solving the problem of outflow of overseas scientists, highly qualified professionals and the development of effective public policy in this direction in order to increase economic growth and social progress in Russia.

Keywords: intellectual migration, "brain drain", human capital

В настоящее время многие страны находятся в процессе перехода к постиндустриальному обществу. Следствием этого явления является то, что во всем мире возросла роль науки и качественного образования, развитие которых приводит к увеличению темпов экономического роста. Этот факт обуславливает увеличение значимости высококвалифицированной рабочей силы в сфере науки и образования. Поэтому сейчас профессиональные кадры и молодые перспективные специалисты являются достаточно востребованными агентами на международном рынке труда. В связи с этим

многие страны столкнулись с проблемой под названием «утечка умов». Это понятие было впервые введено Королевским обществом в Великобритании для описания процесса массового оттока ученых и технологов из страны в США и Канаду в 1950-х и 1960-х годах [3].

«Утечка умов» — это массовая миграция в зарубежные страны отечественных ученых, специалистов и квалифицированных рабочих, которые покидают страну из-за существования определенных причин.

При этом страны, из которых происходит утечка специалистов, терпят довольно значительные потери, а страны, принимающие специалистов-эмигрантов, получают огромный человеческий капитал.

Квалифицированные кадры, имеющие высокий уровень образования, свежий взгляд и новые идеи, играют важную роль в стране, которая стремится к развитию научно-технической отрасли. От этих самых специалистов зависит преимущество национальной экономики и ее субъектов на мировом рынке, а также возможность извлечения для себя выгоды из развивающихся процессов и тенденций к глобализации рынка и конкуренции.

Рассмотрим основные причины, из-за которых на данный момент усиливается интеллектуальная миграция. В первую очередь, это желание работников увеличить свои доходы. Также важной причиной является стремление к лучшим условиям жизни, труда и творчества. В тоже время сюда относится возможность максимальной реализации творческого и исследовательского потенциала. «Утечке умов» способствует политическая нестабильность, недооценка статуса специалиста высокой квалификации и целенаправленная политика по привлечению квалифицированных кадров тех стран, которые заинтересованы в притоке интеллектуального капитала и знают их подлинную экономическую цену. Довольно престижными для специалистов являются функционирующие и активно создающиеся в мире высокотехнологичные центры инновационной индустрии и НИОКР, которые предлагают отличные условия для профессиональной деятельности и более высокую оплату труда. Например, Силиконовая долина в США, центр научных исследований в области биотехники, клинической медицины в Великобритании, «София Антиполис» во Франции и т.д. [1]

Важным элементом миграционной политики является развитие учебной миграции. Многие студенты, обучающиеся за рубежом, не планируют возвращаться на родину и трудиться на благо своей страны. Большинство из них хотят продолжать обучение и работать за границей. Отток молодых специалистов из страны может привести к тому, что из науки может исчезнуть средний, наиболее трудоспособный и профессионально активный слой.

Россия с проблемой «утечки умов» столкнулась со второй половине 1980-х годов по первую половину 1990-х годов. Тогда страну стали массово покидать ведущие научные кадры — перспективные специалисты, исследователи и разработчики, которые приняли решение продолжить свою деятельность за пределами страны. На данный момент интеллектуальная миграция не достигает того масштаба,

который был характерен для того периода, однако она и сейчас остается довольно значимым препятствием на пути развития страны.

В таблице 1 представлены данные о количестве россиян, которые мигрировали за границу с 2005 по 2014 годы. Основные направления «утечки умов»: США, Канада, Израиль, Германия, Китай и страны СНГ. В большей степени за рубеж происходит отток специалистов в сфере космических и компьютерных технологий, прикладной и теоретической физики, биохимии, микробиологии, генетики, математики и программирования [2].

Таблица 1

Эмиграция из России с 2005 по 2014 годы

Год	Общее число эмигрантов в возрасте 14 лет и старше, чел.	В т.ч. имели высшее профессиональное образование, чел.	% эмиграции с высшим образованием от общей эмиграции	Из них имели ученую степень	
				кандидаты наук, чел	доктора наук, чел
2014	295 806	29 164	9,86	231	96
2013	178 837	19 845	11,10	225	52
2012	116 931	13 990	11,96	194	40
2011	32 800	9 057	27,62	193	35
2010	29 863	8 595	28,78	31	32
2009	29 086	8 173	28,10	38	38
2008	35 439	9 085	25,64	53	40
2007	40 941	10 013	24,46	34	9
2006	46 398	10 798	23,27	42	23
2005	59 228	12 215	20,62	52	19

Источник: Федеральная служба государственной статистики

За данный период мы наблюдаем сокращение доли эмигрантов с высшим образованием: в 2005 году она составляла 20,62%, а к 2014 году этот показатель уменьшился до 9,86%. Несмотря на это, увеличилась доля квалифицированных кадров, выезжающих за границу с целью временного трудоустройства и сохраняющих российское гражданство, прописку и жилье. Однако эта связь сохраняется для общения с родственниками, которые остались на родине, а не для возвращения обратно [2]. Основная причина оттока специалистов заключается в сокращении государственных инвестиций на научные исследования и разработки. В России этот показатель ниже, чем в развитых странах. В 2014 году Германия выделяла на развитие НИОКР 2,8% от ВВП, США – 2,7%, Япония – 3,5%, Израиль – 4,1%, Китай – 2,04%, Канада – 1,6%. В том же 2014 году по данным Организации экономического сотрудничества и развития расходы на НИОКР в России составили 1,19%, увеличившись лишь на 0,12% по сравнению с 2005 годом. И как следствие этого факта: средняя заработная плата ученых в России в несколько раз ниже, чем соответствующий показатель за рубежом.

Какие существуют пути решения проблемы интеллектуальной миграции? В первую очередь, это проведение эффективной государственной политики в этом направлении, а именно: создание программы для поддержки

молодых ученых, повышение престижа и социального статуса научного работника, укрепление профессиональных связей за пределами страны, с целью совместного сотрудничества и возвращения наших высококвалифицированных кадров обратно. Важным фактором является увеличение финансирования государства в науку, которое создаст больше возможностей для исследовательской деятельности. И, конечно же, для предотвращения «утечки умов» из страны необходимо создать условия для профессионального роста и продвижения по карьерной лестнице, обеспечить стабильную занятость и увеличить оплату труда наших специалистов.

Таким образом, интеллектуальная миграция приводит к снижению темпов экономического роста, так как развитие будет сдерживаться по причине нехватки человеческого капитала. Негативным последствием является и тот факт, что «утечка умов» снижает отдачу от государственных инвестиций. Любое государственное инвестирование в образование людей, покидающих впоследствии страну, является тратой ее денежных ресурсов, которые могли бы быть использованы для других целей. Также отрицательное влияние оказывают демографические потери и отставание развития страны от ведущих стран мира. Поэтому государство должно делать все возможное для того, чтобы минимизировать количество людей, стремящихся покинуть свою страну для дальнейшей учебы или работы за границей (в первую очередь это касается потенциальных работников-студентов и стажеров) и увеличить число высококвалифицированных специалистов, желающих вернуться обратно на родину.

Использованные источники:

1. Белов Ф. Д. Международная интеллектуальная миграция: особенности, роль и значение на современном этапе / Ф. Д. Белов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. – 2010. – № 2. – С. 43–51.
2. Рязанцев С. В. Эмиграция ученых из России: «циркуляция» или «утечка» умов» / С. В. Рязанцев, Е. Е. Письменная // Социологические исследования. – 2013. – № 4. – С. 24–35.
3. Ермоленко А. А., Морозова А. Е., Ромашова А. И. «Утечка умов»: проблема №1 в России? [Электронный ресурс] / Ермоленко А. А., Морозова А. Е., Ромашова А. И. // «Научное сообщество студентов XXI столетия. Общественные науки»: Электронный сборник статей по материалам XXI студенческой международной научно-практической конференции. — 2014. — № 6 (21) — Режим доступа: <http://sibac.info/studconf/social/xxi/38525>. – (Дата обращения: 22.06.2016)

Дусеев А.Р.
магистрант, 1 курс
факультет информатики и робототехники
Уфимский Государственный Авиационный
Технический Университет

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ МЕДИЦИНЫ И ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В ОБЛАСТИ ИКТ В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ

Статья посвящена аналитической оценке «Прогноза долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года» в области медицины в разрезе ИКТ.

На текущий момент система здравоохранения в России переживает преобразования. Преобразования в первую очередь направлены на развитие системы, отвечающая современным реалиям, существующим вызовам. И именно в таком направлении актуален вопрос развития системы, которая бы являлась конкурентоспособной. Так ли важна конкурентоспособность в современной медицине? Безусловно. В современном мире, где рыночные отношения проникли во все сферы жизнедеятельности человека, конкурентоспособность в области медицины и здравоохранении зачастую определяет её состоятельность и качество. Развитие системы здравоохранения в подобном ключе, возможно, многими путями. Особо, в силу духа времени, выделяется путь развития IT-технологий в данной области: интеллектуальные системы административного профиля, системы поддержки принятия медицинских решений, специализированные приложения и модули для автоматизации работы врачей, лабораторные и радиологические системы.

Конечно, о развитии системы здравоохранения заботиться и правительство, ведь повышение уровня и продолжительности населения – один из ключевых приоритетов национальной политики. Недаром, в стратегическом прогнозе научно-технологического развития России до 2030 года, анализ и разработки в области медицины и здравоохранения занял целый раздел, содержащий в себе таблицы окон и возможностей современной национальной системы медицины, инновационные разработки по различным направлениям, анализ перспективных рынков развития.

Так, в прогнозе выделяются такие значимые вызовы и возможности как:

- появление аналогов органов чувств;
- повышение спроса на дистанционную диагностику;
- усиление потребностей в технологиях для персонализированной медицины;
- распространение умных лекарств;
- распространение биоэлектронных интерфейсов;
- развитие принципов таргетной медицины.

На текущий момент некоторые из перечисленных направлений уже реализуются в некоторой степени, к примеру, распространена практика

установка аналогов органов слуха, конечностей. Следует также сказать и о биоэлектронных устройствах, позволяющие следить за уровнями различных медицинских показателей, которые широко распространяются в России, в том числе и отечественные разработки. Не будет ошибкой сказать, что система медицины и здравоохранения развивается в заданном направлении вызовов и возможностей.

Особо ожидается в долгосрочной перспективе появление интерфейса «мозг-компьютер», представляющий систему передачи электрических импульсов от нервной системы человека на электронное устройство и обратно. Создание подобного рода системы приведет к новому поколению изучения когнитивных процессов человека и связанными с ними проблемами.

Позитивный прогноз можно отметить в области инновационной фармацевтики – биотехнологий, создания лекарств с направленным терапевтическим действием, производства эффективных современных вакцин.

Стоит также выделить, что одним из приоритетных рынков развития в долгосрочном прогнозе является рынок хирургической техники, включающий в себя: систему удаленного управления, робототехнику, хирургические лазеры. Всё перечисленное обеспечит высокий уровень надежности, безопасности и как следствие минимизирует риск последствий и осложнений у пациента.

Если говорить об основных направлениях научных работ в области медицинских технологий, надо отметить, что мы по большей части пытаемся скопировать то, что скоро станет неактуальным в мировой науке. Однако, учитывая, что уровень интеграции России в международное сообщество, уровень открытости общества, который, как предполагается, будет к 2030 г. довольно широким, можно предполагать, что все современные технологии так или иначе будут в нашей стране представлены.

В целом, говоря о текущей картине системы медицины и здравоохранения в России, стоит признать, несмотря на наличие отдельных конкурентных отечественных разработок и проектов, и в целом присутствие крупных ведущих организаций, осуществляющих разработку в рассматриваемом направлении, общая картина конкурентоспособности относительно таких стран как США, Япония, Корея, страны ЕС, выглядит довольно слабо и отстает от перечисленных стран. В частности, отмечается, уступающая ведущим странам, прикладная база медицинского направления в России и отсутствие должной конкуренции в области медицины.

*Дьякова М.С.
студент 3 курса, 302 группы
направление подготовки педагогическое образование
профиль «Информатика»
филиал Брянского государственного университета имени
академика И.Г. Петровского
Россия, г. Новозыбков*

ЭЛЕМЕНТЫ ПРОБЛЕМНОГО ОБУЧЕНИЯ НА УРОКАХ ИНФОРМАТИКИ НА ПРИМЕРЕ ИЗУЧЕНИЯ ТЕМЫ «ФАЙЛЫ И ФАЙЛОВЫЕ СИСТЕМЫ»

Статья посвящена проблемному обучению

Нами проведено исследование особенностей применения проблемного обучения на уроках информатики. Анализ полученных данных показывает, что практически все учителя информатики и студенты, принявшие участие в опросе, в той или иной степени имеют представление о проблемном обучении. Элементы проблемного обучения преимущественно используют на этапе объяснения учебного материала.

Информация о себе: 8-900-365-65-47, dyakova.masha.2016@mail.ru

Элементы проблемного обучения при изучении темы "Файлы и файловые системы"

Проблемное обучение не является абсолютно новым в практике обучения. Однако благодаря своей эффективности, оно востребовано и сегодня.

В современной педагогике единого определения проблемного обучения не существует. Проблемное обучение понимается как "совокупность таких действий, как организация проблемных ситуаций, формулирование проблем, оказание ученикам необходимой помощи в решении проблем, проверка этих решений и, наконец, руководство процессом систематизации и закрепления приобретенных знаний" (В. Оконь [1]).

Теория проблемного обучения имеет глубокую психологическую обоснованность и является одним из наиболее эффективных средств активизации мышления ученика. Основным понятием проблемного обучения являются категория "проблемная ситуация" – "особый вид умственного взаимодействия объекта и субъекта, характеризующийся таким психическим состоянием субъекта (учащегося) при решении им задач, который требует обнаружения (открытия или усвоения) новых, ранее субъекту неизвестных знаний или способов деятельности". Выделяют несколько типов проблемных ситуаций: по мотивации содержания, по уровню проблемности, по виду рассогласования информации и др.

Нами проведено исследование особенностей применения проблемного обучения на уроках информатики. Анализ полученных данных показывает, что практически все учителя информатики и студенты, принявшие участие в

опросе, в той или иной степени имею представление о проблемном обучении. Однако в своей работе подавляющее большинство опрошенных (87%) используют элементы проблемного обучения эпизодически. Установлено, что пятая часть опрошенных (19%) поверхностно знакомы с методикой организации проблемного обучения информатике. При этом, элементы проблемного обучения преимущественно используют на этапе объяснения учебного материала.

Анализ работ А.М. Матюшкина показывает, что в практической деятельности традиционно используют десять способов создания проблемных ситуаций. Данные способы могут быть успешно использованы и в процессе обучения информатике.

Мы выявили педагогические условия эффективности применения проблемного обучения на уроках информатики. Среди таких условий можно назвать следующие:

- для создания проблемной ситуации перед учащимися ставится практическое задание или теоретический вопрос, которые требуют не только ориентации на имеющиеся знания и навыки, но и требуют "открытия" учащимися новых знаний и навыков;

- при постановке проблемы необходимо учитывать возрастные и интеллектуальные возможности учащихся, а также имеющийся опыт и знания;

- проблемное задание дается или до объяснения усваиваемого материала, или используется как средство активизации деятельности учащихся во время объяснения нового материала, или на этапе закрепления (применить теоретические знания на практике);

- проблемными заданиями могут быть: формулировка вопроса, практические задания, теоретические обобщения, анализ ситуации и др.;

- проблемная ситуация может быть вызвана различными типами заданий;

- проблема должна быть интересна школьникам;

- в ходе разрешения проблемы учитель оказывает учащимся дозированную помощь, направляя их мыследеятельность;

Специфичность выявленных условий состоит в том, что для их реализации может использоваться универсальное средство обучения – персональный компьютер. Данные условия дают возможность обозначить методические рекомендации по изучению темы "Файлы и файловые системы". Чтобы данная тема была успешно усвоена учащимися, необходимо:

- поставить в начале урока проблему перед учащимися и решать ее с классом на протяжении всего урока;

- использовать проблемный метод обучения – ставить перед учащимися вопросы, проблемы, доступные им для разрешения;

- опираться на знания и навыки учащихся, полученные ими ранее;

- в ходе урока опираться на жизненный опыт учащихся;

- предоставлять возможность учащимся самостоятельно

формулировать определения, делать выводы, подмечать аналогии;

– развивать мыследеятельность школьников через постановку проблемных вопросов.

Обобщая сказанное, отметим, что проблемное обучение не потеряло своей актуальности и может успешно использоваться в преподавании информатики. Оно способствует не только повышению интереса у учащихся к предмету, но и повышению качества знаний учащихся.

Использованные источники:

1. Оконь В. Основы проблемного обучения / В. Оконь. – М.: Просвещение, 1998. – 144 с.
2. Матюшкин, А.М. Проблемные ситуации в мышлении и обучении / А.М. Матюшкин. – М.: Знание, 1972. – 144 с.

*Дьячков Д.Н.
студент магистратуры
Нижегородский государственный
университет имени Н.И. Лобачевского
Россия, г. Нижний Новгород*

ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ КАК УСЛОВИЕ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА

В статье проведена оценка важности развития информационного общества в стране.

В настоящий момент переход к новой коммуникационной системе является одним из важнейших факторов, необходимый для выхода из кризиса, роста производственных мощностей страны. Информатизация должна быть направлена на улучшение производительности и условий труда, повышения эффективности использования потенциала страны, на реализацию механизмов развития государства в целом, должна быть ориентирована на удовлетворение информационных потребностей всех членов общества. Вопрос информатизации в последнее время рассматривается достаточно редко. Данная статья затрагивает актуальные вопросы и привлекает внимание к этой теме.

Ключевые слова и фразы: Информатизация, технологии, инновации, производительность, эффективность, предприятия.

Президентом Российской Федерации В.В. Путиным перед промышленностью страны поставлены грандиозные задачи повысить производительность труда к 2020 г. в два раза, создать 2,5 млн. эффективных рабочих мест. Это позволит поднять на новую высоту не только нашу промышленность, но и всю экономику России.

В условиях возрождения отечественной промышленности, сталкивающейся с обострением конкурентной борьбы на международных рынках, проблемами импортозамещения, решающим условием достижения успеха становится интеграция предприятий и организаций, обеспечивающих проектирование, производство и эксплуатацию сложных технических

объектов и систем как внутри страны, так и за рубежом.

Развитие информационного общества Российской Федерации началось сравнительно недавно. В течение последних нескольких десятилетий были четко осознаны реальные пути и предпосылки для формирования и совершенствования коммуникационной системы в стране. Развитие информационного общества в России отличается глобальным характером. Оно предполагает неизбежное присоединение государства к мировой коммуникационной системе.

В течение нескольких последних десятилетий в России сформировались определенные факторы, которые можно рассматривать как ключевые предпосылки к становлению информационного общества в стране. К ним в первую очередь относят глобализацию коммуникационной системы. Информация в последнее время выступает как общественный ресурс развития. Она используется в таких масштабах, которые вполне сопоставимы с применением традиционных ресурсов (сырья, энергии и пр.). Таким образом, страна вышла на достаточно высокий уровень развития информационного общества за относительно короткий срок.

Специалисты отмечают, что в России он сформировался и вполне эффективно развивается. Несмотря на спад в экономике, наблюдается расширение парка ЭВМ, ускоренное совершенствование средств и систем телекоммуникаций. Достаточно интенсивно растет число корпоративных сетей и абонентов открытых мировых систем. Велико в России количество пользователей Интернета. Кроме этого, отмечается успешная телефонизация населения, расширение рынка средств сотовой связи.

В ближайшее время переход к новой коммуникационной системе должен рассматриваться в качестве необходимого условия выхода государства из сложившегося экономического кризиса. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации предполагает создание и внедрение инструментов для эффективного преодоления сложностей.

Информатизация – это сложный социальный процесс, связанный со значительными изменениями в образе жизни населения. Он требует серьезных усилий на многих направлениях, включая ликвидацию компьютерной неграмотности, формирование культуры использования новых информационных технологий и др.

Информатизация общества и производства – это глобальный социальный процесс, особенность которого состоит в том, что доминирующим видом деятельности в сфере общественного производства является сбор, накопление, обработка, хранение, передача, использование, продуцирование информации, осуществляемые на основе современных средств микропроцессорной и вычислительной техники, а также разнообразных средств информационного взаимодействия и обмена. Поиск путей наиболее эффективного использования информации в целях созидательного труда всех социальных общностей, групп и слоев. Информация в виде социальных знаний позволяет многократно усиливать

интеллектуальный потенциал людей и через развитие новых технологий, увеличение производительности в экономике значительно повышать уровень жизни людей, делать труд и отдых наиболее интересными и привлекательными. Результатом информатизации становится создание (пополнение) информационного ресурса общества.

В настоящее время все страны мира в той или иной степени осуществляют процесс информатизации. В любой стране независимо от уровня ее развития понимают в той или иной мере неизбежность и необходимость претворения в жизнь идей информатизации общества.

Цель информатизации – улучшение качества жизни и труда людей за счёт увеличения производительности и облегчения условий их труда.

Возрождение производственного потенциала страны должно происходить на новой технологической базе, включающей в себя современные процессы и методы обработки, производительное оборудование, в том числе информационные технологии и комплексные автоматизированные системы.

Тенденции реорганизации предприятий оборонно-промышленного комплекса, ориентированные на создание интегрированных научно-производственных корпораций обуславливают актуальность новых теоретических и прикладных исследований системных связей и закономерностей функционирования сложных наукоемких технологических систем, объектов производства и процессов создания и эксплуатации конкурентоспособной продукции.

Все это изменило отношение к информационным технологиям, которые стали основной производительной силой в конкурентной борьбе научно/производственных корпораций, выполняющих наукоемкие программы создания и освоения новой продукции, определяющей потенциалы развития страны с учетом научно/технических и технологических возможностей.

Стремительно развивающиеся информационные технологии обеспечили революционные преобразования в методах сопровождения изделий на всех стадиях жизненного цикла. Так как процессы проектирования и формирования описаний объектов, необходимых и достаточных для их реализации в заданных условиях, предшествуют процессам материальных преобразований, то от эффективности проектирования существенно зависит общая эффективность создания инновационной продукции.

В России первой потребностью любой организации, фирмы, предприятия, банка становится фиксирование выполнения:

- производственно-хозяйственных операций;
 - обработка учетных данных, составление отчетности;
 - оформление и систематизация маркетинговой информации;
- что формирует спрос:

- на технические и программные средства;
- сложные автоматизированные информационные системы;
- технологии.

Сегодня прежде всего актуальны:

- быстрое принятие решений;
- степень адекватности аналитических данных реальным процессам;
- возможность использования экономико-математических методов и моделей для анализа конкретных финансово-производственных ситуаций.

Телекоммуникационный сервис по передаче данных создается в настоящее время на базе локальных, корпоративных и глобальных сетей. Причем, если локальная сеть объединяет определенное количество компьютеров и созданных на их основе автоматизированные рабочие места в пределах одного здания или офиса, корпоративная сеть — в пределах корпорации, то глобальные сети обеспечивают:

- обмен информацией между локальными сетями;
- доступ к удаленным информационным ресурсам всех стран и континентов;
- услуги электронной почты, телетайпа, факса и телекса.

Руководитель и исполнитель на своем рабочем месте могут практически мгновенно получить исчерпывающую информацию для анализа конкретного бизнес-процесса или производственной (рыночной) ситуации.

Рыночные отношения предъявляют повышенные требования к своевременности, достоверности, полноте информации, без которой немислима эффективная маркетинговая, финансово-кредитная, инвестиционная деятельность. И здесь информационные технологии незаменимы, поскольку они дают возможность оптимизировать и рационализировать управленческую функцию.

Центральной проблемой информатизации является создание информационных технологий для выработки знаний. Знания стали важнейшим товаром, они стоят дороже других товаров. Развитие общества связано с увеличением потоков информации, накоплением знаний. Они играют все большую роль в жизни общества. Без опоры на современные базы данных и знаний трудно поверить в успех науки и техники.

Повышенные требования к умению работать в условиях функционирования новых технологий предъявляются и к специалистам, работающим в разных областях управленческой, производственно-хозяйственной, финансово-кредитной и других видах деятельности, — конечным пользователям компьютерных информационных систем. Они должны умело, со знанием предметной области, работать со всем многообразием необходимой в их профессиональной деятельности информации, предоставляемой юридическими и правительственными органами, отраслевыми ведомствами, научно-исследовательскими

институтами и университетами, издательствами, библиотеками и т.д. Актуальность вопросов информатизации всех сфер общественно-экономической жизни вполне очевидна. Формирование управленческих кадров новой формации, овладение ими экономико-математическими методами и необходимыми знаниями и умениями для реализации своих решений в соответствующей информационно-технологической среде является сложной проблемой. Прежде всего, это решение проблемы всеобщей компьютерной грамотности населения, которое базируется на перестройке учебного процесса, начиная со среднего образования и заканчивая высшим.

Постановка данной проблемы не нова, ей неоднократно обращались в течение последнего десятилетия. Однако мнения авторов, до сей поры, продолжают оставаться прежними. Одни полагают, что информатизация заключается в насыщении разнообразной компьютерной техникой и средствами коммуникации. Это позволит существенно увеличить объем и скорость обработки разнообразной информации. При таком подходе не обсуждается содержание обрабатываемой информации. Их в большей степени интересует реализация технических возможностей современной микропроцессорной техники. Основными идеологами данного направления являются представители технических наук. Общеизвестны их выдающиеся достижения в области создания микропроцессорных систем. О чем не могли и мечтать пользователи супермощных ЭВМ буквально десятилетие назад, сегодня в большей мере реализовано в персональных ЭВМ, которые можно купить в соседнем специализированном магазине.

Другие считают, что больше внимания необходимо уделять собственно информации, ее содержанию и технологиям сбора, обработки, хранения, передачи и представления. То есть, в этом случае авторы основное внимание уделяют содержательной (семантической) стороне информации и информационных технологий.

Технические возможности ЭВМ зашли так далеко, что их разработчики и изготовители недоумевают, почему общество так медленно переходит на использование ЭВМ в своей повседневной жизни и тем более так медленно происходит внедрение ЭВМ на современное производство. Но дело тут как раз и не в том, что в мире изобретен компьютер и он что-то может. Важным остается вопрос: для чего он нужен? Ведь и без него было сносно, а с ним появляются новые проблемы – необходимо изучать компьютер, что не всегда хочется делать, учитывая возраст, социальный статус и вообще человеческую инерцию во всякого рода инновациях.

Другое дело, когда появляется технология, способная реально получить новое качество в работе любого специалиста. Когда интеллектуальные возможности человека могут быть усилены посредством особых методов и способов работы с информацией. До недавнего времени можно было сказать, что в этом процессе мы могли бы обойтись без ЭВМ. Но сегодня таким заявлением мы погрешим против истины. Информационные потоки в

настоящее время только набирают силу, информационные ресурсы увеличиваются в геометрической прогрессии и человек буквально «захлебывается» в море информации. Без информационных технологий, основанных на микропроцессорной технике ему уже не обойтись.

«Эпоха инноваций требует подготовленных людей, и 75% из 765 директоров крупных компаний со всего мира из 20 различных индустрий, по опросу корпорации IBM, считают образование сотрудников критическим фактором, даже более важным, чем технологии».

«Особенности современности — глобализация и информационная революция — предъявляют к выпускникам школ и других образовательных учреждений требование уметь применять полученные знания и навыки в нестандартных ситуациях реальной жизни, действовать в условиях неполной и недостаточной информации. Знания и умения, базирующиеся на репродуктивном уровне мышления и деятельности, неплохо осваиваются выпускниками общеобразовательной школы России. Однако выпускники наших школ испытывают трудности в работе с информацией, представленной в неявном виде, у них не формируется учебная самостоятельность. Вопрос, как переломить сложившуюся ситуацию, становится ключевым»

Перспективным в этом плане является создание учебных комплексов на базе ВУЗов, в которых обеспечивается программа непрерывного обучения «Школа-ВУЗ». Ведётся углубленная предвузовская подготовка учащихся общеобразовательных школ по специальным дисциплинам, а также по дисциплине «Информатика». Одной из целей данной формы обучения является подготовка абитуриентов, имеющих углубленные знания в применении компьютеров в будущей профессиональной деятельности. При дальнейшем обучении в ВУЗе студенты, получая знания по выбранной ими специальности, способны самостоятельно ставить и решать задачи управленческой деятельности. Это способствует формированию у специалистов современного информационно-технологического мышления.

Не менее важным направлением решения проблемы всеобщей компьютерной грамотности населения является развитие сети переподготовки кадров с широким привлечением российских специалистов в области информатики и вычислительной техники, а также специалистов международных учебных центров.

Неправильно выбранная стратегия информатизации или её недостаточные динамизм и мобильность могут привести к существенным, а подчас драматическим изменениям во всех сферах жизни страны. Как известно, первая страна, которая начала информатизацию, — это США. Другие промышленно развитые страны мира, поняв перспективность и неизбежность этого направления, достаточно быстро сориентировались и стали наращивать темпы внедрения компьютеров и средств телекоммуникаций. В большинстве развитых стран понимают, что без чрезвычайных усилий отставание в области информационных и коммуникационных технологий может стать необратимым для их развития в

целом.

Ближе всех на пути к информационному обществу стоят страны с развитой информационной индустрией, к числу которых следует отнести США, Японию, Англию, Германию, страны Западной Европы. В этих странах уже давно одним из направлений государственной политики является направление, связанное с инвестициями и поддержкой инноваций в информационную индустрию, в развитие компьютерных систем и телекоммуникаций.

Ряд ученых выделяет *характерные черты информационного общества*:

- решена проблема информационного кризиса, т.е. разрешено противоречие между «информационной лавиной» и «информационным голодом»;
- обеспечен приоритет информации по сравнению с другими ресурсами;
- главной формой развития станет информационная экономика;
- в основу общества будут заложены автоматизированные генерация, хранение, обработка и использование знаний с помощью новейшей информационной техники и технологий;
- ИТ приобретут глобальный характер, охватывая все сферы социальной деятельности человека;
- формируется информационное единство всей человеческой цивилизации;
- с помощью информационных средств реализован свободный доступ каждого человека к информационным ресурсам всей цивилизации;
- реализованы гуманистические принципы управления обществом и воздействия на окружающую среду.

Информатизация должна быть направлена на повышение эффективности использования потенциала страны, на реализацию механизмов развития цивилизации в целом, должна быть ориентирована на удовлетворение информационных потребностей всех членов общества. Задача будущих специалистов в области экономики и управления, провести в нужном направлении и достичь положительных результатов в процессе информатизации.

Рыночные отношения предъявляют повышенные требования к своевременности, достоверности, полноте информации, без которой немислима эффективная маркетинговая, финансово-кредитная, инвестиционная деятельность.

Глобальной целью информатизации является обеспечение необходимого уровня информированности населения, обусловленного целями социально экономического развития страны. Главным итогом информатизации станет обеспечение свободного своевременного доступа населения к региональному, государственному и мировому информационному фонду, формирование потребности и сознания необходимости его использования в процессе своей деятельности у каждого

члена общества.

Использованные источники:

1. Кольцов, А.С., Федорков, Е.Д. Информационные технологии: Учебное пособие./А.С. Кольцов, Е.Д. Федорков. – Воронеж: Государственный технический университет, 2005. – 241с.
2. Корнеев, И.К., Машурцев, В.А. Информационные технологии в управлении./ И.К. Корнеев, В.А. Машурцев. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 158с. – Серия «Вопрос – ответ»
3. Чухарева, О.В. Конспект лекций по дисциплине: «Информационные технологии»./ О.В. Чухарева.– Вязьма: Филиал Московского государственного индустриального университета, 2005. – 95 с.
4. Чалиев, А.А. Необходимость развития информатизации общества /Лекции по информационным системам в экономике.
5. [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Информатизация_регионов_\(рынок_России\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Информатизация_регионов_(рынок_России))

Енгоян А.А.

магистрант группы ГМУ-131

Уральский институт управления – филиал РАНХиГС

ГОСУДАРСТВЕННАЯ МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье рассматривается понятие государственной молодежной политики с точки зрения системного подхода. Затронуты вопросы нормативно-правового регулирования аспектов государственной молодежной политики. На основе анализа понятийного аппарата выделяются стратегические направления работы с молодежью.

Ключевые слова: *молодежная политика, системный анализ, молодежь, работа с молодежью.*

Государственная молодежная политика включает в себя разработку и реализацию мер, направленных на поддержку молодого населения, целью которых является создание условий для успешной социализации молодежи и повышение уровня ее потенциала в целях достижения устойчивости социально-экономического развития страны [1].

Например, В.А. Смирнов в своей работе «Молодежная политика: опыт системного описания» рассматривает понятие «молодежная политика» в трех теоретических аспектах.

Во-первых, молодежная политика как способ достижения управляемости процесса социализации молодежи. Смысл данной модели состоит в том, что государство и общество обеспечивает сохранение и передачу социокультурных норм из поколения в поколение посредством разработки целевых мероприятий, пропагандирующих социальные ценности и нормы.

Во-вторых, молодежная политика как механизм социального развития молодого населения. Исходя из подобной интерпретации, государство и

общество являются субъектами, которые формируют благоприятную «среду обитания» для молодежи (создание правовых гарантий, политических и экономических условий). В итоге становится возможной реализация инновационного потенциала молодежи и улучшение качества ее жизни в целом.

В-третьих, молодежная политика как инструмент ускорения социальной интеграции молодого поколения. Под социальной интеграцией понимается включенность молодежи в жизнь общества (например, участие в разработке проектов решения проблем местного значения) [7]. Также социальная интеграция обуславливает процесс самоидентификации молодых людей (осознание себя частью этого общества).

Далее не лишним будет упомянуть о таком инструменте реализации молодежной политики, как организованная *работа с молодежью*, что представляет собой профессиональную деятельность органов государственной власти, направленной на решение комплекса задач по реализации молодежной политики в различных сферах: труд, право, политика, наука и образование, культура и спорт, здравоохранение, взаимодействие с общественными институтами и государственными организациями, молодежными и детскими общественными объединениями, а также с работодателями [5].

Исходя из анализа нормативно-правовой базы, касающейся регулирования государственной молодежной политики и базирующейся, в первую очередь, на «Основах государственной молодежной политики РФ на период до 2025 года» (утверждена распоряжением Правительства РФ от 29 ноября 2014 № 2403-р), Федеральном законе от 29 декабря 2012 г. № 273 - ФЗ «Об образовании в РФ» [4], Федеральном законе от 28 июня 1995 г. № 98 - ФЗ «О государственной поддержке молодежных и детских общественных организаций» [2], Указе Президента РФ от 6 апреля 2006 г. № 146 «О мерах государственной поддержки талантливой молодежи» [3] и др. в государственном регулировании молодежной сферы можно выделить стратегические направления работы с молодежью.

К ним относятся:

1. Обеспечение доступности получения среднего общего образования;
2. Осуществление содействия в профессиональном самоопределении (профориентации) учащихся общеобразовательных организаций;
3. Качественная подготовка молодых кадров в учреждениях высшего (среднего) профессионального образования;
4. Решение проблем трудоустройства молодого населения (либо оказание государственной материальной поддержки), развитие молодежного предпринимательства;
5. Оказание поддержки молодым семьям, в частности, содействие в решении жилищной проблемы;
6. Организация досуга (включает в себя как создание досуговых центров - секций, кружков, так и проведение массовых спортивных и культурных

мероприятий);

7. Активность молодежи в процессе социального (группового) взаимодействия (общественно – политическая, трудовая, познавательная активность).

Стоит отметить, что объектом реализуемых направлений работы с молодежью, согласно действующему законодательству, являются граждане в возрасте от 14 до 30 лет (в некоторых случаях – до 35 и более лет), которые и являются представителями «молодежи» как социально-демографической группы [5].

В данном контексте представляется возможным классифицировать вышеупомянутую возрастную категорию (от 14 до 30 лет) на основании имеющихся у них социальных потребностей по состоянию на тот или иной период жизни. Необходимо пояснить, что для каждой возрастной группы выбраны те направления, которые наиболее актуальны в данный временной отрезок (Таблица 1).

Таблица 1

Классификация социальных потребностей молодежи как
внутридифференцированной возрастной группы

Возрастная группа	Социальные потребности молодежи
14-17	Получение среднего общего образования; участие в профориентационных мероприятиях; вариативность выбора формы досуга
18-21	Получение высшего (среднего) профессионального образования; проявление активности в процессе группового взаимодействия; вариативность выбора формы досуга
22-25	Профессиональная самореализация в первичной трудовой деятельности: наличие стабильной, высокооплачиваемой работы (в том числе по специальности) [6]; вариативность выбора формы досуга; возможность проявления групповой активности
26-30	Наличие собственного жилья и стабильной работы; возможность повышения своей квалификации (в том числе получение второго высшего образования); возможность проявления групповой активности; вариативность выбора семейной (личной) формы досуга

Использованные источники:

1. Елишев С.О. Молодежная политика в процессе формирования ценностных ориентаций современной российской молодежи [Электронный ресурс]. URL: <http://elibrary.ru/download/70622231.pdf> (дата обращения 30.05.2016).
2. О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений: Федеральный закон от 28 июня 1995 года № 98-ФЗ (в ред. от 5 апреля 2013). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. О мерах государственной поддержки талантливой молодежи: Указ Президента Российской Федерации от 6 апреля 2006 года № 146. В данном виде документ опубликован не был. Доступ из справ.-правовой системы

«КонсультантПлюс».

4. Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ (в ред. от 2 июня 2016). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

5. Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 29 ноября 2014 № 2403-р. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

6. Парсиева Л.К., Гацалова Л.Б. «Социальные проблемы российской молодежи» // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 9. [Электронный ресурс]. URL: <http://elibrary.ru/download/38864877.pdf> (дата обращения 04.06.2016).

7. Смирнов В.А. Молодежная политика: опыт системного описания // Социологические исследования. 2014. № 3. С. 72-80.

Ергунова О.Т., к.э.н.

доцент

кафедра интегрированных маркетинговых

коммуникаций и брендинга

Уральский федеральный университет им. Б.Н. Ельцина

РФ, г. Екатеринбург

ФАКТОРЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Свердловская область является одним из наиболее динамично развивающихся регионов, расположенных на границе Европы и Азии. Здесь сосредоточено мощное промышленное производство, регион богат природными ресурсами, крупными транспортными потоками, научным и человеческим потенциалом. Область надежно интегрирована в процессе международной торговли, налажены внешнеэкономические связи со 136 странами мира, в том числе экспортировалась продукция в 114 стран, импортировалась в 110 стран. Объем экспорта в 2014 году составил 7,7 млрд. долл. США (в текущих ценах), а в 2015 уже 12,1 млрд. долл. США.

Сегодня в Свердловской области осуществляют деятельность свыше 400 совместных предприятий с иностранными инвестициями из 64 стран, более 300 представительств иностранных фирм. Свердловская область является одним из регионов в России, которые *отвечают критериям конкурентоспособности*. В области наблюдаются более высокие, чем в среднем по России, темпы роста ВВП, инвестиций на душу населения, показатели уровня жизни.

В условиях трансформационной экономики важнейшими направлениями развития Свердловской области являются:

1. *Развитие человеческого потенциала, повышение качества жизни и благосостояния населения.*

Ключевыми задачами являются:

- В первую очередь, преодоление негативной демографической тенденции в области и повышение реальной заработной платы, в особенности социальным работникам;

- Обеспечение доступности жилья для граждан с различными доходами и создание институтов различного кредитования населения;

- Создание комфортной среды проживания и эффективного жилищно-коммунального хозяйства.

- Доступность и повышения качества медицинской помощи для широких слоев населения и создание условий для своевременной профилактики заболевания.

- Улучшение качества жизни и снижение уровня преступности;

- Развитие сельской территории и снижение дифференциации уровня и качества жизни на территории области с помощью мер региональной и социальной политики.

2. Модернизация и сохранение традиционных отраслей экономики.

Завершение инновационного обновления традиционных секторов экономики с целью закрепления и расширения конкурентных преимуществ региона, формирования базы для модернизации промышленного комплекса и экономики в целом:

- опережающее развитие минерально-сырьевой базы;

- в металлургическом производстве - освоение производства высоких переделов, превращение отрасли в компонентную базу для отечественного и мирового машиностроения, встраивание в международные технологические цепочки;

- в лесном комплексе - увеличение глубины переработки древесины, внедрение безотходных технологий деревообработки, укрепление позиций региона на мировом рынке лесопродукции высокой степени обработки;

- в строительной индустрии (производство прочих неметаллических минеральных продуктов) - обеспечение выпуска современных качественных и конкурентоспособных строительных материалов в объемах, удовлетворяющих потребности не только Свердловской области, но и соседних регионов;

- в химическом комплексе - ввод в действие современного производства по глубокой переработке газа, являющегося одним из инновационных направлений в переработке и использовании первичной сырьевой составляющей (природного газа), что позволит повысить эффективность использования природных ресурсов и обеспечить диверсификацию российского сырьевого экспорта; на базе развития фундаментальных и прикладных научных исследований по созданию высокотехнологичной медицинской продукции освоение производства новых видов лекарственных средств, создание сети отечественных фармацевтических предприятий с полным циклом технологических процессов.

3. Формирование новой экономики. Структурная дифференциация экономики на основе инновационного технологического развития.

Ключевые задачи:

- Формирование нового сектора экономики в машиностроительном комплексе и обеспечение его развития;
- Создание высокотехнологических и наукоемких производств, выпускающих конкурентную продукцию, соответствующую мировым стандартам;
- Выход на мировой рынок по производительности труда;
- Рациональное природопользование;
- Интеграция академической, визовой и отраслевой отрасли.
- Расширение базы экономического роста путем стимулирования малого и среднего бизнеса, создание комфортных условий для предпринимательской деятельности.

4. *Развитие инфраструктурного комплекса.* Развитие области в качестве транспортно-логистического центра, связывающего и распределяющего грузопассажирские, финансовые и информационные потоки. Формирования образа области как территории взаимовыгодного сотрудничества в сфере экономики, культуры и образования, науки и технологии, участие в формировании интегрированного евроазиатского экономического пространства совместного развития.

5. *Формирование патриотического самосознания в обществе.* Развитие потенциала и участие молодежи в социально-экономическом развитии области, укрепление и совершенствование правового государства. Во всем мире маркетинг территорий является эффективной технологией для развития территории внутри и за ее пределами. Реализация стратегии регионального маркетинга способствует оптимизации структуры экономики, созданию узнаваемой системы уникальных особенностей региона через развитие его продуктовой специализации и расширению потенциальных рынков сбыта региональных продуктов и услуг, а также приведет к максимальному и сбалансированному использованию ресурсов региона и получению продукта с высокой долей добавленной стоимости [1, С. 111].

Формирование и продвижение бренда региона, повышение уровня маркетинговой и управленческой культуры позволят создать качественно новые условия для инвестиционной привлекательности территории.

Исходя из выше изложенного, можно сделать вывод, что конкурентные преимущества Свердловской области в сравнении с другими регионами могут быть обеспечены за счет:

- оптимального использования имеющихся внутренних ресурсов и преимуществ;
- детального информирования потребителей о товарах и услугах производящиеся на территории области;
- формирование внешних дополнительных преимуществ, информирования о них и продвижение территории с использованием различных инструментов и стратегий маркетинга.

Предложенные мероприятия позволят значительно повысить статус Свердловской области в глазах потенциальной целевой аудиторий и одними из ожидаемых результатов станут: повышение имиджа региона, рост благосостояния населения, повышение качества менеджмента всех звеньев регионального маркетинга, рост объемов инвестиционных вложений в экономику области и выравнивание отраслевых диспропорций.

Необходимо отметить, что Свердловская область имеет эффективную государственную политику. В регионе реализуется множество федеральных программ и около 30 региональных программ, которые направлены на благосостояние населения, в том числе незащищенного. Таким образом, регион развивает и реализует свой потенциал не только благодаря природным ресурсам, но и за счет эффективной политики. Власть уделяет огромное влияние социальному сектору и стремится улучшить уровень жизни населения области. Вследствие этого, запускается «эффект бумеранга» и население работает более продуктивно и создает больше благ, часть которых экспортируется не только в другие регионы России, но и в другие страны.

Использованные источники:

1. Ергунова О.Т. Оценка роли социального маркетинга в обеспечении конкурентоспособности региона. //Вестн. Волжск. ун-та им. В.Н. Татищева. Сер. Экономика.– Тольятти: ВуиТ, 2009. Вып. 19. – С. 110-113.

*Ерошкина Д. В.
студент 4 курса
кредитно-экономический факультет
Финансовый Университет при Правительстве РФ
Россия, г. Москва*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ РФ

Статья посвящена теоретическому обоснованию важности налоговой политики государства, а также обзору основных направлений налоговой политики на 2016г. и плановый период 2017-2018гг.

Ключевые слова: налоговая политика, налоговая система, цели налоговой политики, налоговая нагрузка.

The article is devoted to theoretical substantiation of the importance of tax policy, as well as the review of the main directions of tax policy for 2016 year and the planned period of 2017-2018 years .

Keywords: tax policy , tax system, the goal of tax policy , tax burden .

Среди механизмов государственного регулирования рыночной экономики выделяют кредитно-денежную и бюджетно-налоговую политику. Налоговая политика государства – это система таких правовых и организационно-экономических мероприятий, которые имеют регулирующий характер, приняты и осуществлены органами государственной власти и органами местного самоуправления в отношении юридических и физических лиц.

К целям налоговой политики относятся:

1) обеспечение наиболее полного формирования доходной части бюджетов РФ, которая необходима для финансирования деятельности соответствующих государственных и муниципальных органов по осуществлению соответствующих функций и полномочий;

2) содействие развитию экономики РФ, её отдельных территорий, малого и среднего бизнеса, а также приоритетных отраслей;

3) поддержание социальной справедливости при применении НДФЛ.

Текущее состояние налоговой системы характеризуется медленным ростом налоговых поступлений, причем традиционно наибольшую долю в структуре налоговых доходов составляют доходы, связанные с обложением нефти, газа и нефтепродуктов, в среднем на их долю приходится треть налоговых поступлений.

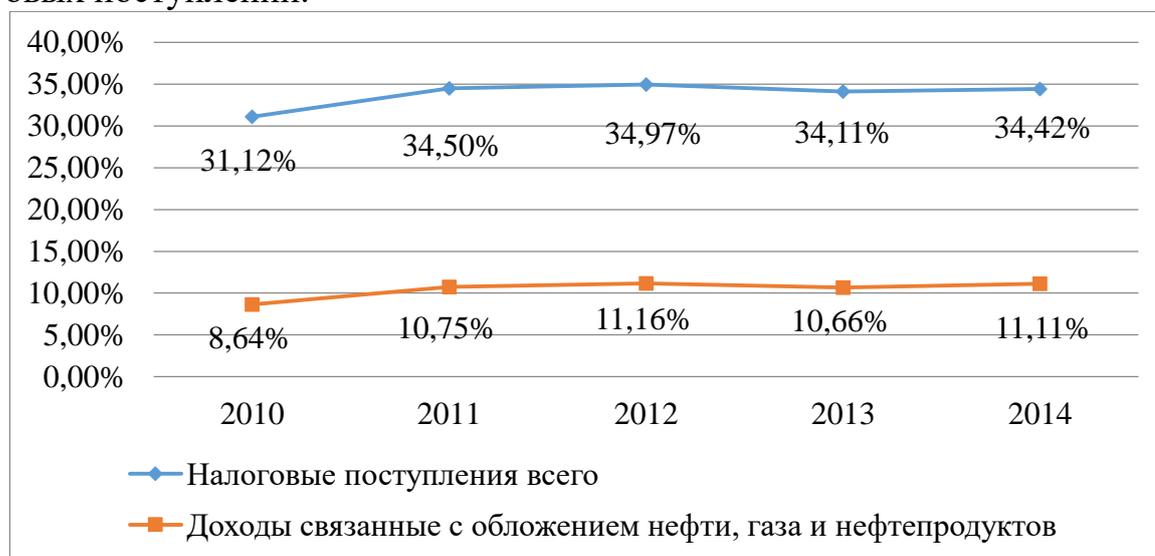


Рисунок 1. Налоговые доходы и платежи за 2010-2014гг. (в % к ВВП)

[1]

Анализируя налогообложение по другим налогам, следует отметить, что налоговая нагрузка по НДФЛ за последние 7 лет оставалась стабильной: так, в 2010г. уровень налоговой нагрузки составил 3,85% ВВП, а в 2014 году данный показатель соответствовал 3,78% ВВП. Такая же ситуация прослеживается в части НДС: в 2008 году налоговая нагрузка составила 5,17% ВВП, а в 2013 году – 5,52% ВВП. Наиболее существенное изменение налоговой нагрузки за анализируемый период произошло в части налога на прибыль с 6,5% ВВП до 3,3% ВВП. Также более чем в полтора раза увеличилась налоговая нагрузка по акцизам (с 0,85% ВВП в 2008 году до 1,5% ВВП в 2014 году). Это связано с индексацией ставок по ним темпами выше, чем темп роста инфляции.

Начиная с 2012 года, индексация ставок акцизов на алкогольную продукцию, производимую с добавлением этилового спирта, осуществлялась темпами, существенно превышающими темп инфляции, а также темпы роста ставок акцизов на другие подакцизные товары (за исключением табачной продукции и нефтепродуктов). Но в 2015г. было решено не повышать ставки акцизов на алкогольную продукцию, а начиная с 2016-2017гг. предусмотрено

повышение на отдельные категории алкогольных продуктов (например, пиво, вин игристые и натуральные) но менее быстрыми темпами, чем до 2015г.

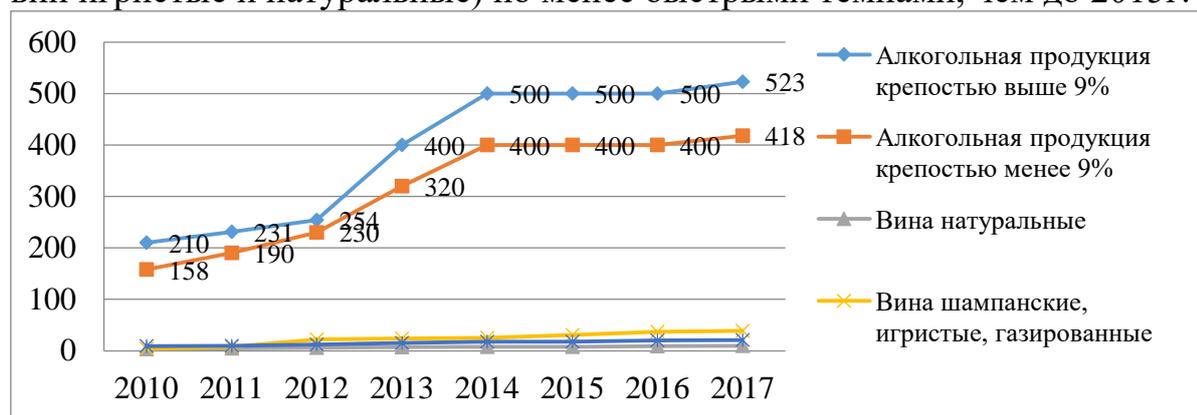


Рисунок 2. Ставки акцизов на алкогольную продукцию с 2010 по 2017гг. (руб. за 1 литр спирта в продукции) [2]

К одной из причин замедления роста ставок акцизов на алкогольную продукцию является возможная угроза увеличения ее нелегального оборота.

При этом, необходимо учесть значительные различия по ставкам акцизов с отдельными членами Таможенного союза. Так, если в Республике Беларусь акцизы составляют около 80 - 90% российских ставок акцизов, то в Республике Казахстан, несмотря на недавнее повышение акцизных ставок, они отличаются значительно.

Касаясь ставок акцизов на табачную продукцию, в данном случае налоговая политика ориентируется на план мероприятий, реализующий Концепцию политики по противодействию потреблению табака в 2010-2017 годах, а также ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака». Так, с 2010 года по 2017 год минимальная ставка акциза на сигареты увеличивается более, чем в 7 раз. Необходимо отметить, что с 2012 года, установлены единые ставки на сигареты без фильтра и с фильтром.

Что касается налоговой нагрузки на экономику среди стран БРИКС и ЕвроАзЭС, то лидерами в 2014г. являются Беларусь (41,84% от ВВП), Бразилия (38,19%) и Россия (36,64%), при этом в России данный показатель составляет выше среднего в целом по объединениям.

Далее рассмотрим, Основные направления налоговой политики до 2018г. Такой документ готовится Правительством ежегодно и делает налоговые реформы более предсказуемыми. Ниже приведен перечень ключевых планируемых изменений в налоговом законодательстве:

1) Главным ориентиром является необходимость отвечать существующим глобальным вызовам, среди которых важными являются введенные санкции и низкие цены на нефть;

2) Мораторий на повышение фискальной нагрузки в ближайшие два года, связанный с интенсификацией налогового реформирования в 2014-2015гг.;

3) Усиление международного обмена налоговой информацией,

сокращение перечня организаций, которые относятся к налоговой тайне;

4) К 2017г. планируется полностью завершить подготовку к применению правил о КИК;

5) Введение налоговых льгот для вновь создаваемых предприятий промышленности, которые осуществляют капитальные вложения;

6) Комплекс мер для предприятий малого и среднего бизнеса (расширение видов деятельности для ПСН, снижение ставок по УСН и ЕНВД и т. д.)

Таким образом, текущий документ не содержит коренных изменений, существенный акцент сделан на совершенствование налогового администрирования и на обмен международной налоговой информацией.

Использованные источники:

1. Налоговая аналитика [Электронный ресурс]/ Официальный сайт ФНС. – Режим доступа: <http://analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm>;
2. Основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2016 год и плановый период 2017 и 2018 годов [Электронный ресурс]/ Информационно-справочная система КонсультантПлюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_183748/1f0d06e11d01fb497107328329fc0d54584e8d17/;
3. Ведение бизнеса в России [Электронный ресурс]/ КПМГ в России и СНГ. – Режим доступа: https://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/Tax_2r.pdf;
4. Реброва Т. А. Современное состояние и тенденции развития налоговой системы РФ // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 13. – С. 571–575. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2015/85115.htm>.
5. Электронный ресурс: www.nalog.ru – Официальный сайт Федеральной налоговой службы.

*Ершов В.К.
студент 1 курса магистратуры
Институт экономики и управления
Кузбасский государственный технический
Университет им. Т.Ф. Горбачева
Якунина Ю.С., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра экономики
Россия, г. Кемерово*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ВЕНЧУРНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

В статье рассматривается текущее состояние института венчурного финансирования в России. Определены этапы реализации венчурных инвестиций, особенности венчурного бизнеса в России, основные проблемы и предложены варианты их преодоления.

Ключевые слова: венчурные инвестиции, стартап, риск, экономика инноваций.

This article is devoted to current status of venture funding in Russia. Realization stages of venture investments, features of venture business in Russia and its main problems are determined, options of their solution are proposed.

Keywords: venture investments, startup, risk, economics of innovation.

В современном мире значение научно-технического прогресса трудно переоценить. Каждый день появляются новые технологии, продукция и виды услуг, но их создатели не всегда могут извлечь прибыль от их разработки, так как собственных финансовых ресурсов для коммерциализации проекта недостаточно, а банковский кредит слишком дорог, либо вообще не предоставляется по ряду причин. Поэтому очень важна роль венчурных инвестиций – высокорисковых вложений в инновационные компании, являющиеся связующим звеном выгодного сотрудничества между предпринимателем-новатором и инвестором.

Суть венчурного финансирования можно выразить его главной целью – объединение интеллектуальных возможностей предпринимателей-новаторов и финансовых капиталов предпринимателей-инвесторов в реальном секторе экономики для воплощения в жизнь высокоприбыльного проекта, который выгоден обеим сторонам.

Выделяется несколько этапов венчурного финансирования, которые соответствуют стадиям развития компаний-объектов инвестиций:

1. Стадии «компания для посева» и «только что возникшая компания» (2.5 % по стоимости и 16,5 % по общему количеству инвестиций). «Посевное» (стартовое) финансирование предоставляется для оценки и разработки первоначальной концепции, предшествующей возникновению компании. Финансирование «только что возникшей компании» призвано помочь в разработке и маркетинге продуктов в период их первоначального выпуска на рынок.

2. Стадия «расширения» (52.8 % инвестиций). Это финансирование предназначено для роста компании естественным путем или путем «поглощения». Капитал предоставляется для увеличения производственной мощности, развития рынков и продуктов или для получения дополнительных оборотных средств.

3. «Выкуп управляющими» или «выкуп внешними управляющими» (21.5 % инвестиций). Это выкуп компаний с участием ее действующих руководителей и/или сторонних лиц.

4. Другие сделки (6.8% инвестиций) Это, главным образом, сделки по замещению и вторичным покупкам, когда одна группа держателей акций покупает у другой группы (как правило, тоже венчурных «игроков») [1].

Сложно назвать точное количество венчурных фондов в России, т.к. только часть из них находятся в активном состоянии, но суммарный объем достигнутого российскими предпринимателями венчурного капитала оценивается в 40 – 60 млн. долл. (столько же инвестируется в США в среднем

за полтора дня), при этом действующий венчурный бизнес в России редко оказывает поддержку в разработке и внедрении отечественных товаров и технологий, отвечающих стандартам современного мирового рынка [2].

Ситуацию на российском рынке венчурных инвестиций последних лет зачастую сравнивают с периодом развития венчурного бизнеса в США в начале 60-х годов, в качестве прослеживающихся аналогий в тенденциях развития данной сферы экономики выделяют:

- ориентация на индивидуальные запросы покупателей, возможность отслеживать их интересы за счет развития информационных сетей;

- наличие в России научно-технического потенциала для развития новых приложений телекоммуникационных технологий в производстве широкого ассортимента товаров и услуг для населения;

- размеры потенциального российского венчурного капитала, выражающиеся как в денежном эквиваленте через средства российских частных капиталов, размещенных вне страны, так и в людском – большое количество (около 1,5 миллионов человек) специалистов с техническим образованием, потенциально носящих перспективные бизнес-идеи [3].

Развитию венчурного бизнеса в России мешает ряд обстоятельств. Слабое по сравнению с развитыми странами задействие венчурных фондов связано с отсутствием в России системы законодательства в области рискованного инвестирования, в том числе защищающего права венчурного инвестора. У инвесторов нет уверенности, что в процессе реализации проекта правовое положение данной деятельности не изменится.

Также имеет место проблема негибкости и излишней зарегулированности существующих правовых форм для стартапов. У предпринимателей уходит много времени на различные бюрократические процедуры, навязанные грантодателями или инвесторами. К тому же венчурные фонды чаще всего готовы финансировать только разработки, находящиеся в стадии, близкой к реализации готовой продукции и имеющие потенциально высокую прибыль [4].

Необходимо оказывать помощь стартапам в рамках взаимодействия с зарубежными партнерами по НИОКР, потому что зачастую новейшие разработки не имеют формальной сертификации, что затрудняет или делает невозможным их поступление через границу.

Одна из основных причин, сдерживающих активное развитие венчурного предпринимательства в России – недостаток информации о компаниях, нуждающихся в привлечении инвестиций, и об инвесторах, готовых предоставить капитал для развития бизнеса, о методиках их работы [5].

Для повышения эффективности венчурного финансирования в России следует:

- разработать и принять закон о венчурном инвестировании в России и прописать в нем меры государственной поддержки новаторских проектов и регламент их взаимодействия с соответствующими структурами для

сокращения бюрократических барьеров;

– ввести налоговые льготы венчурным фирмам и развивать инфраструктуру в рамках оказания помощи инновационным проектам;

– ускорить процесс обучения по программам менеджмента рискованных направлений в экономической деятельности и расширять участие образовательных учреждений в развитии инновационной среды страны.

Поддержка и реализация предложенных мер будет способствовать активизации развития и повышения эффективности венчурного предпринимательства в стране и переходу экономики России на инновационный путь развития.

Использованные источники:

1. Введение в венчурный бизнес [Текст] : учебник / Российская ассоциация венчурного инвестирования (РАВИ). – Санкт-Петербург, 2003. – 356 с.
2. Гончарова, О.Ю. Венчурное финансирование малого инновационного предпринимательства в России: проблемы и перспективы [Текст] / О.Ю. Гончарова // Креативная экономика. – 2009. – № 2 (26). – С. 103–107.
3. Характеристика основных этапов становления венчурного бизнеса в России [Электронный ресурс]. – URL : <http://www.actualeconomic.ru/actecs-343-5.html>
4. Грибов, В.Д. Состояние и направления активизации венчурного предпринимательства в России [Текст] / В.Д. Грибов, Н.А. Лубенец // Известия Московского государственного технического университета МАМИ. – 2014. – № 2 (20). – С. 24–27.
5. Кузнецов, А.С. Значение венчурного предпринимательства в рыночной экономике [Электронный ресурс] / А.С. Кузнецов, Ю.К. Дьяченко // Электронный научный журнал «APRIORI. Серия: Гуманитарные науки». – 2015. – № 3. – URL : <http://www.apriori-journal.ru/seria1/3-2015/Kuznecov-Diyachenko1.pdf>

Ерыгина Н.С.

магистрант

кафедра финансов и учета

Экономический факультет

Национальный исследовательский

Томский государственный университет

Россия, г. Томск

О РОЛИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ФАКТОРА В ПОВЫШЕНИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье приведены направления инвестиционного развития Томской области, отмечены конкурентные преимущества региона в плане экологического состояния. Приведены целевые программы в области охраны окружающей среды Томской области.

Ключевые слова: инвестиции, норматив, канал сбыта, потенциальный

инвестор.

THE ROLE OF ENVIRONMENTAL FACTORS IN IMPROVING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE TOMSK REGION

The article presents the directions of investment development of the Tomsk region, noted the competitive advantages of the region in terms of ecological status. The target programs in the field of environment protection in Tomsk region are described.

Keywords: investment, normative, distribution channel, potential investor.

Томская область располагает обилием природных ресурсов, конкурентоспособным научно-исследовательским комплексом, существенным человеческим капиталом.

Инвестиционное развитие данного региона направлено на активное привлечение инвестиций, создание благоприятного инвестиционного климата, в том числе повышение привлекательности области для привлечения и работы потенциальных инвесторов, привлечения их средств для осуществления производственных, социальных, инфраструктурных проектов на территории Томской области.

Среди важных конкурентных преимуществ региона существенно повышающих инвестиционную привлекательность являются, в том числе:

- обилие природных ресурсов: запасы минеральных полезных ископаемых, древесины, пригодные для разведения рыбы водные ресурсы, наличие нефти, газа, древесины;
- пригодные для развития молочного животноводства климатические условия.

Так, с учетом конкурентных достоинств региона, анализа перспектив развития отраслей для привлечения средств потенциальных инвесторов, выделены приоритеты инвестиционного развития:

- химическое производство, производство резины и пластмасс;
- производство кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов;
- обработка древесины и производство изделий из дерева;
- производство машин и оборудования, электрооборудования, электронного и оптического оборудования;
- добыча полезных ископаемых;
- производство пищевых продуктов, включая напитки;
- фармацевтическое производство, производство медицинской техники и высокотехнологичная медицина;
- информационные технологии;
- сельское хозяйство, лесное хозяйство и рыбное хозяйство [1].

Следует отметить, что потенциал для развития отрасли добычи полезных ископаемых определяют имеющиеся в Томской области разведанные запасы в 500 млн. тонн нефти и 280 млрд. куб. м газа и проходящий по территории региона магистральный трубопровод Самотлор - Александровское - Анжеро-Судженск мощностью 60 млн. тонн в год.

Ведутся работы по созданию полигона для отработки технологий по

добыче трудно извлекаемых запасов нефти с участием работающих на территории Томской области нефтедобывающих компаний, научно-исследовательских организаций при поддержке федеральных органов власти. Подготовка специалистов по добыче углеводородного сырья осуществляется на базе НИ ТПУ и НИ ТГУ. Также на базе НИ ТПУ планируется подготовка специалистов по трудно извлекаемым запасам. Исследования и разработка технологий добычи углеводородного сырья проводятся на базе НИ ТГУ и НИ ТПУ, а также Института химии нефти СО РАН.

За пределами региона осуществляется, преимущественно, реализация добытого сырья по сформированным каналам сбыта. Среди основных проектов отрасли следующие:

- разработка Мыльдзинского нефтегазоконденсатного месторождения (ОАО «Томскгазпром»);
- разработка Болтного нефтяного, Казанского нефтегазоконденсатного месторождения (ОАО «Томскгазпром»);
- разработка месторождений углеводородного сырья (программа бурения) (ОАО «Восточная транснациональная компания») и др.

Целевые программы в области охраны окружающей среды Томской области

Подпрограмма «Развитие водохозяйственного комплекса Томской области в 2013—2020 годах» государственной программы «Воспроизводство и использование природных ресурсов Томской области в 2013—2020 годах» (далее — Подпрограмма) направлена на повышение благосостояния населения путем повышения качества воды, препятствия негативному воздействию вод. Мероприятия предусмотрено провести по направлениям:

- проведение природоохранных мероприятий по восстановлению и экологической реабилитации водных объектов, утративших способность к самоочищению;
- защита от негативного воздействия вод населения и объектов экономики.

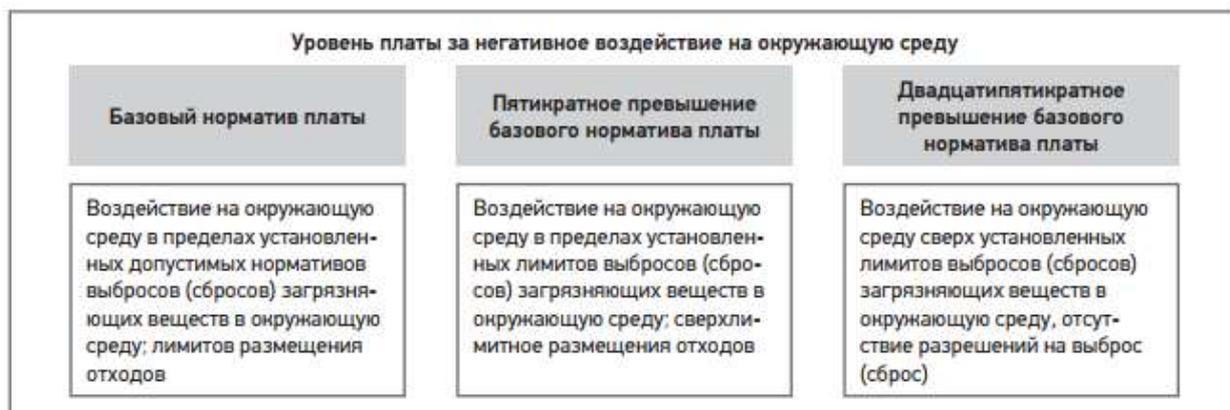


Рис. 1. Действующая система формирования платы за негативное воздействие на окружающую среду

На предотвращение негативного воздействия на окружающую среду, сохранение здоровья человека направлено установление нормативов допустимого воздействия на окружающую среду:

- нормативы допустимых выбросов вредных веществ в атмосферу (ПДВ);
- нормативы сбросов веществ (НДС);
- нормативы образования отходов производства и потребления и лимиты на их размещение [2].

На территории Томской области зарегистрировано 150 водопользователей по данным статистической отчетности 2-ТП (водхоз) «Сведения об использовании воды за 2014 год». Сброс сточных вод в водные объекты в объеме 367,2 млн м³ осуществляют 63 водопользователя через 98 выпусков. На 01.01.2014 нормативы предельно допустимого сброса загрязняющих веществ установлены для 42 водопользователей (66 %) на 57 (58 %) выпусках. При этом 12 организаций осуществляло свою деятельность с соблюдением установленных нормативов допустимого сброса в объеме 340,92 млн м³ (93 % от общего сброса сточных вод). Сверхнормативный сброс сточных вод в водные объекты в объеме 26,28 млн м³ зарегистрирован от 53 организаций.

Использованные источники:

1. Постановление Законодательной Думы Томской области от 26.03.2015 № 2580 «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Томской области до 2030 года» // Законодательная Дума Томской области. - Электрон. дан. – URL: <http://old.duma.tomsk.ru/page/29000> (дата обращения 15.06.2016).
2. Мершина Г.И. Экономическое регулирование природоохранной деятельности // Государственный доклад «О состоянии и охране окружающей среды Томской области в 2014 году». – 2014. – С.122-126.
3. Бронова Л. А. Отходы производства и потребления // Государственный доклад «О состоянии и охране окружающей среды Томской области в 2014 году». – 2014. – С. 35-38.

*Ерыгина Н.С.
магистрант
кафедра финансов и учета
Экономический факультет
Национальный исследовательский
Томский государственный университет
Россия, г. Томск*

ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДИВИДЕНДНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Статья направлена на рассмотрение дивидендной политики российских акционерных обществ. Отмечена законодательная база, регулирующая дивидендные выплаты компаний, определены основные

ограничения на выплату дивидендов.

Ключевые слова: акционерное общество, дивидендная политика, чистая прибыль, нормативные документы.

LEGISLATIVE REGULATION OF DIVIDEND POLICY IN THE RUSSIAN FEDERATION

The article is devoted to consideration of dividend policy of Russian joint-stock companies. The author describes legislative framework governing the dividend payments of companies, identifies the main restrictions on the payment of dividends.

Keywords: joint-stock company, dividend policy, net profit, regulatory documents.

Законодательно установленные принципы и правила в значительной степени определяют формирование и проведение дивидендной политики акционерных обществ. Данным принципам присущ обязательный характер (например, запрет на дивидендные выплаты до налогообложения прибыли). Возможная периодичность, порядок, процедура и источники дивидендных выплат также определены законом. В уставе компании устанавливается регулярность выплаты дивидендов.

Основными нормативно-правовыми документами, регулирующими дивидендные выплаты в Российской Федерации, являются: Гражданский кодекс Российской Федерации, Налоговый кодекс Российской Федерации, Закон РФ от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» и Закон РФ от 24 ноября 1995 г. № 208-ФЗ «Об акционерных обществах», которым определены ограничения на выплату дивидендов. Рассмотрим самые основные.

Акционерное общество не вправе принимать решение о выплате дивидендов по акциям:

- до полной оплаты всего уставного капитала;
- до выкупа всех акций, которые необходимо приобрести у акционеров;
- если компании характерны признаки несостоятельности (банкротства)

или если выплата дивидендов приведет к появлению данных признаков у акционерного общества;

- в иных случаях, согласно законодательству РФ

Кроме того, не допускают объявления дивидендов по:

- обыкновенным и привилегированным акциям, размер дивидендов по которым не определен;

- привилегированным акциям определенного типа, по которым размер дивиденда определен уставом общества [1. С. 18].

Таким образом, данные требования, ограничивающие способность компании объявлять дивиденды, в сущности, отвечают признакам его платежеспособности, финансовой устойчивости. Так, законодательная база направлена на то, чтобы уравновесить преимущества владельцев

обыкновенных акций перед владельцами привилегированных акций и кредиторами при распределении прибыли.

Общество не может выплачивать объявленные дивиденды по акциям:

- находится на стадии банкротства, отвечает признакам несостоятельности, или выплата дивидендов может привести к такому положению компании;

- СЧА (стоимость чистых активов) меньше, чем сумма уставного капитала, резервного капитала и превышения над номинальной стоимостью определенной уставом общества ликвидационной стоимости размещенных привилегированных акций либо станет меньше указанной суммы в результате выплаты дивидендов;

- в других случаях.

Выплата объявленных дивидендов происходит при соблюдении неравенства:

$$ЧА > УК + РК + (ЛСПА - НСПА),$$

где ЧА — чистые активы компании; УК — уставный капитал; РК — резервный капитал; ЛСПА — ликвидационная стоимость привилегированных акций; НСПА — номинальная стоимость привилегированных акций.

Крупные российские корпорации склонны придерживаться стабильности дивидендных выплат, отражают долю чистой прибыли (которая направляется дивидендные выплаты) в кодексах корпоративного поведения, тем самым обеспечивая предсказуемость дивидендной политики.

В соответствии с п. 3 ст. 42 Федерального закона «Об акционерных обществах» решение о выплате (объявлении) дивидендов, в том числе решение о размере дивиденда и форме его выплаты по акциям, отнесено к компетенции общего собрания акционеров на основании рекомендации совета директоров компании. Размер дивидендов не должен превышать рекомендованный советом директоров. Данный порядок учитывает интересы руководителей компании и акционеров, что определяет его как наиболее оптимальный. Компания не вправе выплачивать дивиденды, а акционеры требовать данных выплат при отсутствии решения об объявлении дивидендов.

В соответствии с п. 2 ст. 42 Федерального закона «Об акционерных обществах» чистая прибыль выступает источником дивидендных выплат [2].

Разрешено принимать решение о выплате промежуточных дивидендов, что, однако, могут позволить себе организации, для которых характерно устойчивое финансовое положение, уверенность в увеличении прибыли, значительные конкурентные преимущества.

Рассмотрим также налогообложение дивидендов. Участниками правоотношений здесь выступают:

- источник дивидендов — только юридическое лицо (акционерное общество);

- получатель дивидендов — юридическое лицо (зарубежная или российская организация) или физическое лицо (резидент РФ или нерезидент

РФ).

Согласно законодательству о налогах и сборах получатель дивидендов всегда выступает в качестве налогоплательщика по отношению к доходам, полученным от долевого участия в других организациях. Если источником дивидендов является российская организация, то она признается налоговым агентом, вследствие чего обязана удержать с выплачиваемых сумм дивидендов: налог на доходы физических лиц – с выплат физическим лицам; налог на прибыль – с выплат юридическим лицам, который затем необходимо перечислить в бюджет.

Дивидендная политика частных корпораций и размер дивидендных выплат существенно зависят от состава и мотивов мажоритарных акционеров.

Таким образом, основным действующим законом в области дивидендной политики является «Об акционерных обществах» №208-ФЗ, определившим ограничения на выплату дивидендов. Данные требования относятся к финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия. Они направлены на сглаживание преимуществ владельцев обыкновенных акций перед кредиторами и владельцами привилегированных акций, защиту их интересов при распределении прибыли.

Использованные источники:

1. Мочалова Л.А. Финансовый менеджмент / Л.А. Мочалова, А.В. Касьянова. - М. : КноРус, 2012. – 379с.
2. Об акционерных обществах [Электронный ресурс]: федер. закон Рос. Федерации от 26.12.1995 N 208-ФЗ (в ред. от 29.06.2015) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон.дан. – М., 2015. – Доступ из локальной сети Науч. б-ки Том.гос. ун-та.
3. Федорова Е.А., Лукасевич И.Я. Теории дивидендной политики и их развитие на примере российского рынка // Финансы и кредит. – 2014. – № 19. – С. 2-8.

*Ерыгина Н.С.
магистрант
кафедра финансов и учета
Экономический факультет
Национальный исследовательский
Томский государственный университет
Россия, г. Томск*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПОВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИИ И США

В статье дается определение российским и американским стандартам бухгалтерского учета. Проанализированы основные отличия РСБУ и ОПБУ США, что касается финансовой отчетности, финансового периода, пенсионного учета.

Ключевые слова: стандарты бухгалтерского учета, финансовая

отчетность, баланс, отчет о финансовых результатах.

COMPARATIVE ANALYSIS OF RUSSIAN ACCOUNTING PRINCIPLES AND US GAAP

The author presents the definition of the Russian and American accounting standards. The article examines the main differences of the Russian principles and US GAAP in the financial statements, the financial period required, pension accounting, etc.

Keywords: accounting standards, financial statement, balance sheet, statement of financial results.

Today numerous large Russian companies publish corporate results in both Russian Accounting Standards and either IFRS (International Financial Reporting Standards), or US GAAP (generally agreed accounting principles):

- *Generally Accepted Accounting Principles* (GAAP or US GAAP) are the principles adopted by the U.S. Securities and Exchange Commission (SEC) [1].

- Russian GAAP (RAP) or Russian Accounting Standards (RAS), refer to the body of regulatory documents concerning financial accounting and reporting standards in the Russian Federation.

The main differences between RAS and international standards

Russian accounting is based on a different concept than US GAAP, focusing on taxation which makes it very document driven. We can see some major differences at a glance:

- IFRS / US GAAP focus on substance over form.
- IFRS and US GAAP show most assets at fair or present value.
- Under RAS, only those transactions that actually took place and confirmed by relevant documents, can be recorded in the accounting system.
- RAS has significantly different rules for accruals and depreciation than IFRS.
- Russian tax accounting allows changes to prior periods which create reconciliation issues in IFRS.
- IFRS and US GAAP provide more opportunities to capture revenue and expense.

We also have a few problems related to the conversion from RAS to IFRS. For example in many cases it is necessary to revalue fixed assets of an entity.

US GAAP and IFRS guidance on financial statement have many similarities. Both sets of standards include components: a statement of financial position, a statement of profit and loss and a statement of comprehensive income, a statement of cash flows and accompanying notes to the financial statements.

RAS requires the components be included in the set of annual financial statements: balance sheet, statement of financial results (i.e., income statement) and explanatory appendices to the balance sheet and statement of financial results. Similar to IFRS and US GAAP, RAS requires that the financial statements be prepared on the accrual basis of accounting (with the exception of the cash flow statement).

Table 1 – Comparison of US GAAP and RAS [2]

	<i>US GAAP</i>	<i>RAS</i>
Financial periods required	Generally, comparative financial statements are presented; however, a single year may be presented in certain circumstances. Public companies must follow SEC rules, which typically require balance sheets for the two most recent years, while all other statements must cover the three-year period ended on the balance sheet date.	Comparative information must be disclosed in respect of the two previous periods for the balance sheet, one previous period for the statements of financial results, changes in equity, cash flows and appendices to the financial statements.
Balance sheet — classification of deferred tax assets and liabilities	Current or non-current classification, generally based on the nature of the related asset or liability, is required	All amounts are classified as non-current in the balance sheet
Income statement — classification of expenses	No general requirement to classify income statement items with regard to nature or function.	Expenses should be classified by function (cost of sales or production, commercial expenses, management expenses, other expenses) in the statement of financial results.
Income statement — extraordinary items criteria	Unusual and infrequent items are restricted.	Extraordinary items should be presented as part of other income or other expenses in the statement of financial results.
Third balance sheet	Not required.	Required.

Inventory

- **US GAAP:** Apart from the method of specific identification of each object in inventory, the last-in-first-out (LIFO) method is permitted costing method.
- **RAS:** Specific identification method, FIFO or average cost method are permitted.

Pension accounting

- **US GAAP:** There is a differentiation between defined benefit and defined contribution plan accounting. Pension assets and liabilities under a defined benefit plan are looked as a part of an entity. Moreover, a disclosure must be made about the various basics for calculation, contribution, assets, liabilities, etc.
- **RAS:** No difference between defined benefit and defined contribution plans. All is treated as and defined contribution plan. No disclosures are not required about basics and assumptions of the pension plan.

Is it difficult to translate RAS results into IFRS or GAAP?

The process of conversion depends on the set of differences, structure of a group and quality of Russian accounting and financial information system. For example if there are pensions in a company than it is necessary to involve an actuary,

when an entity has a lot of acquired companies we need to apply purchase accounting based on independent valuation and for an oil company we have to estimate asset retirement obligation.

Usually it takes few months and an entity need professionals (the team of 2-3 qualified persons). Now it is a usual practice to create the IFRS department within the company in order to compile financials and involve a consulting company only at the first stage of a conversion project to discuss accounting policy choices, provide pro-forma of reports and trainings.

Использованные источники:

1. Generally accepted accounting principles (United States) [Электронный ресурс] // Wikipedia. – Электрон. дан. – URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Generally_Accepted_Accounting_Principles_\(United_States\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Generally_Accepted_Accounting_Principles_(United_States)) (дата обращения: 17.03.2016).
2. US GAAP, IFRS and RAP: comparison and basics [Электронный ресурс] // EY. - Электрон. дан. – URL: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-IFRS-US-GAAP-RAP-2014-Eng/\\$File/EY-IFRS-US-GAAP-RAP-2014-Eng.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-IFRS-US-GAAP-RAP-2014-Eng/$File/EY-IFRS-US-GAAP-RAP-2014-Eng.pdf) (дата обращения: 15.06.2016).
3. IFRS and US GAAP: similarities and differences - 2015 edition [Электронный ресурс] // PwC. - Электрон. дан. – URL: <http://www.pwc.com/us/en/cfodirect/publications/accounting-guides/ifrs-and-us-gaap-similarities-and-differences.html> (дата обращения: 21.06.2016).

Есенов Т.Т.

студент второго курса

факультет русской филологии и журналистики

Мифтахов А.Ф.

старший преподаватель

факультет физической культуры

кафедра физической культуры

Елабужский Институт

Казанский Федеральный Университет

ПРОФИЛАКТИКА ПРАВОНАРУШЕНИЙ СРЕДИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ СРЕДСТВАМИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Аннотация

Статья посвящена аналитическому рассмотрению инструментов профилактики правонарушений среди несовершеннолетних средствами физической культуры и спорта. Отмечено, что, поскольку несовершеннолетний из группы риска - субъект, который нуждается в принятии и признании его как личности, то важно, чтобы занятия при организации занятий физической культурой и спортом в полной мере были учтены индивидуально-личностные особенности конкретного воспитанника. Говоря о некоторой новизне, отметим: личностно-ориентированный подход при организации физкультурных занятий и занятий спортом предусматривает

обеспечение психологически комфортных и безопасных условий для развития личности ученика, реализации его естественных потребностей и способностей. Кроме того, в статье обоснована важность систематического механизма самоконтроля.

Ключевые слова

Несовершеннолетние, психология, преступность, профилактика, спорт, физическая культура, индивидуальный подход.

Annotation

The article is devoted to analytical review of crime prevention tools among minors by means of physical culture and sports. It is noted that, as a minor at risk - a subject that needs to be accepting and recognizing him as a person, it is important that employment in the organization of physical culture and sports have been fully taken into account individually-personal features of a particular pupil. Personality-based, in approach to the organization of sports activities and sports activities provides for a comfortable and safe environment for the development of student's personality, the realization of his natural needs and abilities. In addition, the article proves the importance of systematic self-control mechanism.

Keywords

Minors, crime, prevention, sport, physical education, individual approach.

Актуальность очерченного тематического поля детерминирована тем фактом, что численность совершенных несовершеннолетними правонарушений, в том числе и совершенных в рамках групповой (наиболее распространенной для данной социальной группы) форме имеет если не тенденции роста, то характеризуются устойчивыми статистическими показателями.

В большинстве случаев имеет место некоторая возрастная дифференциация. Основной состав преступных группировок формируют лица четырех основных возрастных категорий: 14-15; 15-16, 16-17, 17-18 лет.

Именно групповая форма – доминантна, определяющая характер правонарушений, совершенных несовершеннолетними лицами: три преступления из пяти, которые связаны с несовершеннолетними, совершаются именно в группе.

Истоки совершения подростками противоправных деяний, равно как и истоки формирования криминогенных и криминальных групп несовершеннолетних находятся в семейном неблагополучии подростков, их неудовлетворительном положении в первичном учебном коллективе (классе, учебной группе), в нарушении принципа социальной справедливости в отношении отдельных учащихся, заформализованности работы с ними. 156

Основными факторами, определяющими деятельность преступных

¹⁵⁶ Подласый И.П. Педагогика и психология: учебник /И.П. Подласый.- М.: Юрайт, 2014. С. 83.

группировок несовершеннолетних, являются, таким образом, во-первых, кажущаяся анонимность группового поведения; во-вторых, максимизирующийся на этой основе эффект подражания; в-третьих, система эмоционального заражения.

Таким образом, несовершеннолетний, тем более находящийся в «группе риска» - субъект, который нуждается в принятии и признании его как личности.

Именно этот аспект, с нашей точки зрения, может трактовать в числе наиболее значимый в контексте профилактики правонарушений среди несовершеннолетних средствами физической культуры и спорта: важно, чтобы занятия эти учитывали индивидуально-личностные особенности субъекта.

Исходя из трактовки здоровья как системы взаимосвязанных факторов, формулируем определение понятия «здоровый образ жизни молодого поколения», с учетом научного подхода можно определить как комплекс и систему взаимосвязанных факторов, наиболее важными из которых являются соблюдение постоянного режима дня, умеренность в потреблении (пище, алкоголя и пр.), полный отказ от вредных привычек, грамотным образом сформированный оптимальный режим сочетания труда и отдыха, наличие постоянной и достаточной физической активности, процедуры закаливания, правильное сбалансированное питание, позитивный психоэмоциональный настрой и восприятие окружающей действительности.

Факторами здорового образа жизни - как основы профилактики правонарушений среди несовершеннолетних средствами физической культуры и спорта - справедливо назвать следующие:

1. Формирование и строгое соблюдение режима дня.
2. Гигиена умственного и физического труда.
3. Правильность, полноценность и регулярность питания.
4. Профилактика вредных привычек, полный отказ от них

Роль физической культуры в формировании здорового образа жизни может быть названа доминантной.

Важнейшим фактором при формировании полноценного здорового образа жизни является наличие постоянной двигательной активности. Ее отсутствие или низкий уровень — гипокинезия является одной из причин заболеваемости населения недугами самого широкого спектра.

Физическая культура, спортивная деятельность - это всегда оптимальным образом организованная двигательная активность. При этом наличие и поддержание оптимального двигательного режима является важнейшим условием здорового образа жизни, отказа от деструктивных компаний, групп, которые, как было отмечено выше, обнаруживаются доминантным фактором преступности несовершеннолетних

Профилактика правонарушений среди несовершеннолетних средствами физической культуры и спорта, как отмечалось выше, подразумевает использование лично - ориентированного подхода.

Личностно-ориентированный подход при организации физкультурных занятий и занятий спортом предусматривает обеспечение комфортных и безопасных условий для развития личности ученика, реализации его естественных потребностей и способностей.

Несовершеннолетний «зоны риска» должен выстроить, по мере своего социального развития, личный вариант жизни, достойный его как человека, приобрести собственный опыт полноценных отношений, утверждение своего истинного человеческого «Я».

Личностно-ориентированное воспитание требует, прежде всего, всестороннего изучения и диагностики личности ребенка и осуществление на этой основе индивидуального подхода к каждому воспитаннику, цель которого – создать благоприятные условия для развития всех духовных сил и способностей ребенка, поднимает его личную стоимость и даст в будущем возможность быть полезным для других.

Таким образом, средства физической культуры и спорта, применение которых детерминировано индивидуально-личностным подходом, объективно выступают как значимый механизм профилактики правонарушений среди несовершеннолетних.

Использованные источники:

1. Виноградов П.А., Душанин А.П., Жолдак В.И. Основы физической культуры и здорового образа жизни. Москва, 2013.
2. Подласый И.П. Педагогика и психология: учебник /И.П. Подласый.- М.: Юрайт, 2014.

*Жабелова Г.А.
магистрант 2 г.о.
направление «Менеджмент»
КБГУ им. Х.М. Бербекова
Россия, г. Нальчик*

РЕАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В ВУЗЕ, КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩАЯ БАЗА ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЙ

Аннотация: Рассматривается реализация молодежной политики и воспитательной работы в вузе, как главная платформа для организации ивент-мероприятий.

Ключевые слова: ивент-менеджмент, молодежная политика, КБГУ, организация, ивент-событие

Эффективность управления вузом посредством организации и проведения ивент-мероприятий стоит рассматривать сквозь призму реализации молодежной политики и эффективности воспитательной системы в вузе.

К базовым документам, регулирующим вопросы реализации государственной молодежной политики, относятся Конституция РФ; Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» [1]; Основы

государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года [3]; Стратегия социально-экономического развития СКФО до 2025 года [2]; Государственная программа КБР «Повышение эффективности реализации молодежной политики в КБР» на 2013-2020 годы [4].

Так, согласно федеральному закону «Об образовании...», понятие «образование» определяется как единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, ... осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства... А «воспитание»- это деятельность, направленная на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающегося на основе принятых в обществе ценностей...[1]

Данные понятия определили и концептуальные положения Основ государственной молодежной политики в РФ до 2025 года, утвержденной Правительством в 2014 году. Здесь государственная молодежная политика трактуется как направление деятельности РФ, представляющее собой систему мер нормативно-правового, финансово-экономического, организационно-управленческого, информационно-аналитического, кадрового и научного характера, реализуемых на основе взаимодействия с институтами гражданского общества и гражданами, активного межведомственного взаимодействия, направленных на гражданско-патриотическое и духовно-нравственное воспитание молодежи, расширение возможностей для эффективной самореализации молодежи и повышение уровня ее потенциала в целях достижения устойчивого социально-экономического развития, глобальной конкурентоспособности, национальной безопасности страны, а так же упрочения ее лидерских позиций на мировой арене [3].

Для достижения целей, обозначенных в данном документе, ключевым элементом является система образования. А в условиях нашего региона, являющегося многоконфессиональным и многонациональным, с большей долей молодежи в структуре общества, чем в целом по стране, и с учетом депрессивности региона, актуальность реализации эффективной молодежной политики возрастает многократно. И роль КБГУ, как ведущего вуза республики, в формировании целостной системы по реализации молодежной политики в КБР можно обозначить как «системообразующая».

В КБГУ обучается более 12 000 студентов, что составляет порядка 60 % от общего количества студентов региона или 4,5 % от общей численности молодых людей, проживающих в КБР, в возрасте от 14 до 30 лет, в т. ч. на подготовительном отделении 61 обучающихся; бакалавров, специалистов и магистров на всех формах обучения по программам высшего образования 8163 обучающихся; по программам среднего профессионального образования обучаются 3225 человек; по программам послевузовского образования обучаются соответственно 572 человека. Из общего количества 46 % из городов и городских поселений, 54 % из сельской местности. 210 студентов (или 1,74 сотых % от общего контингента) относятся к категории детей-сирот и детей оставшихся без попечения родителей. 513 человек - обучающиеся из

иностранных государств.

Использование данного ресурса (метод «влияния активного «меньшинства» на пассивное «большинство») для реализации государственной молодежной политики в КБР при условии системного подхода, несомненно, даст положительные результаты.

В связи с этим в КБГУ в ноябре прошлого года разработана программа реализации молодежной политики в КБГУ на период 2016-2018 гг., направленная на дальнейшее укрепление инфраструктуры, повышение уровня кадрового и методического обеспечения проектов и программ, реализацию мероприятий, направленных на социализацию молодежи и содействие ее самореализации.

Одним из главных условий реализации данной программы является ориентация на потребности государства, общества, семьи и человека – реализация ивент-мероприятий по следующим приоритетным направлениям в работе со студенческой молодежью:

- наука и инновации;
 - профессиональные компетенции;
 - культура и творчество;
 - спорт и здоровый образ жизни;
 - волонтерство и социальное проектирование;
 - историко-патриотическое воспитание и межкультурный диалог;
 - информационные ресурсы;
 - профилактика экстремизма и радикализма в молодежной среде.
- правовое сознание молодежи;
- социальные стандарты и права студентов.

Успешная реализация направления «Наука и инновации» является необходимым условием осуществления управленческим процессом КБГУ, так как вовлечение молодежи в науку и инновационную деятельность является стратегической целью для государства в деле развития инновационной экономики. В КБГУ реализацией данного направления занимаются как административные (служба проректора по НИР, бизнес-инкубатор «Старт»), так и студенческие и молодежные организации (Совет молодых ученых, Студенческий научный клуб, клуб УМНИКов «Эльбрус» при бизнес-инкубаторе «Старт»). В данном направлении за последние годы достигнуты хорошие результаты. Так, в рамках программы «УМНИК» 76 молодых ученых и начинающих исследователей из числа студентов получили гранты на общую сумму более 30 млн. руб. Молодежные студенческие структуры занимаются рекрутингом молодых исследователей в научную сферу. Ими ежегодно реализуются более 10 крупных научных проектов (выставки, симпозиумы, конференции).

Реализация направления «Профессиональные компетенции» предполагает получение качественного образования, но в реалиях сегодняшнего времени ни одна образовательная программа не даст должного

уровня знаний и навыков молодому специалисту, поэтому необходимо развивать программы и проекты, направленные на получение практических навыков специалистов в той или иной области. В КБГУ реализаций данного направления призваны заниматься административные (Центр содействия занятости и трудоустройства выпускников) и молодежные структуры (студенческие общественные организации). Эффективным примером реализации обозначенного подхода является деятельность студенческих строительных отрядов, которые позволяют будущим специалистам в области строительства получать реальные навыки на всероссийских стройках.

Направление «Культура и творчество» - одно из ярко выраженных и развитых в КБГУ направлений. Ежегодно вуз проводит большое количество всероссийских и международных творческих мероприятий; существует необходимая инфраструктура для их проведения. Свой творческий потенциал студенты КБГУ могут в полной мере раскрыть в творческих коллективах, которые функционируют в вузе: театр песни КБГУ «Амикс», театр танца КБГУ «Каллисто», театр танца КБГУ «Импульс», ансамбль эстрадно-спортивного танца КБГУ «Солнышко», народный ансамбль танца КБГУ «Кафа», студенческий театр «Занавес», народный хор КБГУ, театр КВН КБГУ.

Направление «Спорт и здоровый образ жизни» - одно из важнейших направлений деятельности не только в нашем вузе, но и во всей стране. Тема здорового образа жизни - это стратегически важный вопрос. Даже глава государства в своем обращении к студенчеству России отметил важность развития студенческого массового спорта. Именно такая политика в последние годы и ведется в КБГУ. Важным этапом в развитии студенческого массового спорта стало открытие студенческого спортивного клуба КБГУ «Пегас» и Студенческих спортивных лиг КБГУ в 2013 г. Круглый год студенты занимаются массовыми видами спорта: мини-футболом, волейболом, баскетболом, представляя и защищая честь своих структурных подразделений. Функционирует Физкультурно-спортивный комплекс КБГУ, где студенты могут заниматься в тренажерном зале или бассейне по бесплатным абонеентам.

«Волонтерство и социальное проектирование» - это тренд современной молодежной политики, и КБГУ старается ему следовать. В 2012 году в КБГУ был создан Центр поддержки добровольческих инициатив и гражданско-патриотического воспитания, в рамках которого начал функционировать студенческий волонтерский клуб «Добрая воля». Сегодня в деятельность клуба вовлечено более 600 студентов КБГУ и ни одно мероприятие не только вуза, но и республики не обходится без них. Также волонтерский клуб принимает активное участие в профориентационной работе вуза.

По направлению «Патриотическое воспитание и межкультурный диалог» в КБГУ системой воспитательной работы и студенческими структурами делается немало. Реализуются межкультурные проекты и различные патриотические мероприятия.

Развитие «Информационных ресурсов» и постоянное информационное образование работников ВУЗа необходимое условие успешной коммуникации с молодежью и один из главных критериев повышения эффективности реализации процесса управления вуза. Молодежь, к сожалению, добрую половину времени проводит в интернете. В интернет-пространстве зачастую молодые люди находят свой мир, формируют кумиров. И нам, учитывая данный непреложный факт, необходимо тоже присутствовать там. КБГУ требуется развивать информационные ресурсы, использовать технологии интерактивного общения, реализовывать проекты, которые способствуют повышению информированию студентов, умению отбирать правильную информацию. Сейчас у вуза есть сайт, который требует модернизации, также созданы аккаунты во всех социальных сетях.

В условиях углубляющегося кризиса, ухудшения международной геополитической обстановки, понижения уровня жизни все большую актуальность приобретает работа по профилактике экстремизма, радикализма в молодежной среде и повышению правового сознания молодежи. Работа в этом направлении предполагает тесное взаимодействие КБГУ с различными институтами государственной власти, а нас с вами - с родителями и родственниками наших студентов. Особо важно в таком вопросе проявлять тактичность, а самое главное - необходимо повышать квалификацию работников системы воспитания в вышеобозначенных вопросах, чтобы иметь возможность делать правильные выводы и принимать верные решения. Чтобы не иметь дело с последствиями распространения экстремизма и радикализма в молодежной среде, необходимо делать все, чтобы каждый обучающийся мог найти себя, место для реализации своего потенциала в свободное от учебы время.

«Социальные стандарты и права студентов». Рассматривая это направление, стоит выделить ряд ключевых моментов, влияющих на жизнь студента.

1) Качество образования. В прошлом году в вузе была создана комиссия по качеству образования, которая совместно с административными структурами вуза реализовывает мероприятия, призванные повышать качество образовательного процесса в университете. Хочется отметить, что они активно приступили к своей деятельности, и являются источником обратной связи на все изменения в образовательном процессе университета.

На качество образования в университете влияет не только образовательный процесс, но и вопросы инфраструктуры, в частности качество общественного питания, условия проживания в общежитиях, поддержка молодых семей студентов, поддержка отдельных категорий обучающихся, вопросы коррупции.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать выводы о том, что реализация ивент-мероприятий в разрезе обозначенных основополагающих направлений даст положительные результаты, которые будут способствовать процессу продвижения вуза, обеспечению условия для успешной

социализации и эффективной самореализации молодежи, развитию и реализации потенциала студентов КБГУ.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 02.06.2016) "Об образовании в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.06.2016) [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/
2. Распоряжение Правительства РФ от 6 сентября 2010 г. №1485-р Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://krskfo.ru/44>
3. Распоряжение Правительства РФ от 29 ноября 2014 г. № 2403-р, г. Москва «Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://government.ru/media/files/ceFXleNUqOU.pdf>
4. Постановление правительства КБР от 2 сентября 2013 года № 241-пп О государственной программе Кабардино-Балкарской республики «Повышение эффективности реализации молодежной политики в Кабардино-Балкарской республике» на 2013 - 2020 годы// [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/460167786>

Жигарева О. В.
магистрант

**факультет «Банковского дела»
Полесский государственный университет
Республика Беларусь, г. Пинск**

**УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ И СПОСОБЫ ИХ
МИНИМИЗАЦИИ**

В статье рассматривается кредитный риск и его сущность, рассмотрен процесс управления кредитным риском, этапы управления и уровни кредитного риска, предложены способы минимизации кредитных рисков.

Ключевые слова: кредитный риск, управление кредитным риском, способы минимизации кредитного риска.

The article considers the credit risk and its essence, considered the credit risk management process management phases and levels of credit risk, suggested ways to minimize credit risks.

Key words: credit risk, credit risk management, ways to minimise the credit risk.

Кредитные операции коммерческих банков являются одним из основных и самых важных видов банковской деятельности. На финансовом рынке кредитование является одной из наиболее доходных статей активов

кредитных учреждений, но и наиболее рискованной.

Кредитный портфель банков составляет в среднем около 60 –70% активов. Отсюда следует, что кредитный риск в структуре банковского риска оказывает определяющее влияние на результаты деятельности банков.

Кредитный риск - это риск возникновения у кредитной организации убытков вследствие неисполнения, несвоевременного либо неполного исполнения должником финансовых обязательств перед кредитной организацией в соответствии с условиями договора [1].

Эффективность управления кредитным риском имеет большое значение в процессе управления банковским риском. Размер экономического капитала, который банк создает против потерь вследствие кредитного риска, зачастую значительно превосходит резерв, создаваемый против других видов банковского риска.

Процесс управления кредитным риском осуществляется поэтапно. Ключевыми этапами управления кредитным риском являются: определение риска и его оценка, выбор стратегии и путей снижения риска, контроль изменения степени риска.

Управление риском осуществляется на трех уровнях:

1. индивидуальный уровень – на этом уровне проводится анализ, оценка и разумное снижение рисков по конкретной сделке. Индивидуальное управление кредитным риском осуществляется для сделок, не попадающих под агрегированный уровень;

2. агрегированный уровень – на этом уровне разрабатываются программы и вырабатываются критерии, которым должна соответствовать сделка, что позволяет ограничивать величину принимаемых банком рисков. Агрегированное управление осуществляется для сделок с объемом кредитного риска, не превышающим установленной величины;

3. портфельный уровень – на этом уровне оценивается совокупный кредитный риск, его концентрация, динамика, а также вырабатываются предложения по установлению лимитов и управленческих решений в целях снижения риска [2].

Определение путей минимизация кредитного риска подразумевает принятие мер по поддержанию риска на уровне, не угрожающем интересам кредиторов и вкладчиков, устойчивости банка. Самое сложное в процессе минимизации риска – это определить тот уровень риска, который банк готов принять.

К способам минимизации кредитного риска можно отнести следующие:

- Кредитный отдел должен постоянно систематизировать и обобщать информацию по выданным кредитам и их возвратению; информация должна быть систематизирована по размерам выданных кредитов, должна быть построена классификация клиентов, которые взяли кредит.

- Банк должен вести кредитную историю всех клиентов, в том числе потенциальных. На данный момент большинство клиентов не имеют своей кредитной истории, кроме того оценивается возможность возврата клиентом

кредита с помощью анализа его баланса – если это банк; планов и технического уровня производства – если это предприятие.

- В банке должна быть четкая инструкция по выдаче кредитов, а также установлены четкие полномочия по выдаче кредитов, чем выше ранг работника банка, тем большую сумму кредита он может подписать.

- Различные способы обеспечения кредита.

- Для выдачи особо больших и опасных кредитов объединяются несколько банков и сообща выдают этот кредит.

- Осуществляется страхование кредита от риска невозврата (но есть мнения, что невозврат кредита не подлежит страхованию – это риск самого банка).

- Существуют внешние ограничения по выдаче кредита (например, не разрешается выдавать крупный кредит одному клиенту) [3].

Создание комплексной системы оценки финансового состояния контрагентов и установления лимитов на различные банковские операции — важнейшее условие конкурентоспособности банка на рынке. Такая система не только позволяет защитить банк от потерь, но и служит базой для нормального проведения всех активных операций, способствует росту доходов банка, расширению круга надежных контрагентов.

В заключение хотелось бы отметить, что кредитный риск является одним из наиболее важных видов риска в деятельности банка, так как от его уровня зависит размер прибыли банка.

Система управления риском, прежде всего, предполагает их оценку, результаты которой позволяют в дальнейшем выбрать наиболее оптимальный способ снижения рисков.

Организация качественного управления и контроля за рисками является непременным условием дальнейшего развития отечественной банковской системы [4].

Использованные источники:

1. Банковские риски: учебное пособие / кол. авторов : под ред. д-ра экон. наук, проф. О. И. Лаврушина и д-ра экон. наук, проф. Н. И. Валенцевой. – М.: КНОРУС, 2007. – 232 с.

2. Банковское дело: современная система кредитования: учебное пособие / О.И. Лаврушин, О.Н. Афанасьева, С.Л. Корниенко / Под ред. О.И. Лаврушина. — 4-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2008. — 264 с.

3. Костюченко Н.С. Анализ кредитных рисков / Н.С. Костюченко. – СПб.: ИТД «Скифия», 2010. – 440 с.

4. Шапкин А. С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций: Монография. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2003. – 544 с.: ил.

*Жоробекова С.
старший преподаватель
Осмонова Н.
старший преподаватель
Арзыматова Ж.
старший преподаватель
кафедра практического курса русского языка
Ошский государственный университет
Кыргызская Республика, г. Ош*

О СТРУКТУРНОМ АНАЛИЗЕ ФОЛЬКЛОРНОГО ЖАНРА ПОСЛОВИЦ

В статье дан анализ фольклорного жанра пословиц. Внимание большинства ученых самых разных профилей привлекает исторический подход к вопросу, и целью изысканий обычно является обнаружение общих корней пословиц у народов с близкими языками или определение возможного места и времени происхождения той или иной пословицы.

Слово «пословица» в словаре Даля означает краткое изречение, поученье, вид притчи, иносказания или вид житейского приговора. Многие ученые пытались определить соотношение между содержанием пословицы и ее национальным характером. Также пословицы исследовались на практике в области психиатрии. Для оценки умственных способностей испытуемым предоставляли тесты, содержащие пословицы – им давали какую-нибудь пословицу, затем они должны были выбрать из предлагаемого перечня похожую по смыслу на первую. Пословичные тесты применялись, как вспомогательный материал для диагностики шизофрении. Эксперименты показали, что многие больные не могли понять переносный смысл пословиц.

Известно, что в прошлом неоднократно обсуждался вопрос о структуре пословицы. Если фольклор действительно может изучаться структурно, то это должно относиться и к жанру пословиц. Все общие теоретические проблемы, связанные со структурным анализом фольклора существенны и для пословиц. К числу этих проблем относятся:

- а) природа основных, или минимальных, структурных единиц;
- б) вопрос о том, есть ли у структурных единиц нечто устойчивое (постоянное) или они обладают смысловой делимостью и
- в) вопрос о том, являются ли единицы анализа реально существующими фактами, или же это всего лишь эвристическая выдумка, мысленный прием, существующий только в воображении исследователя. Огромным преимуществом пословиц по сравнению с народными сказками, мифами или песнями (балладами), несомненно, является относительная простота этого жанра.

Исследуя структуру пословицы, М. Киммерле пробовала их классифицировать, но ее система была тесно связана с лингвистическими, и в частности синтаксическими формулами. Этот анализ касался, скорее,

поверхностной структуры пословиц, чем глубинной, если пользоваться терминами Н. Хомского. Произведя грамматический анализ пословицы (сказуемое – существительное, сказуемое – прилагательное) весьма сомнительно, что можно разъяснить ее структуру, Пословицы имеют языковую структуру, т. к. они состоят из слов и фольклорную.

Финский паремиолог М. Кууси отмечал, что информативный аспект пословицы не связан с употребляемым образом, Это значит, что то же или сходное сообщение может быть передано при помощи различных образов, Монгольские пословицы «Табун лошадей без жеребца разбегаются» по своему смыслу похожа на русскую «Без матки рой не держится»; «Серый гусь никогда не будет братом высокогородному орлу» сходно по содержанию «Медведь корове не брат», «Волк коню не товарищ»; пословица «Черная ворона не станет пестрым рябчиком» похожа на пословицу «Свинья в золотом ошейнике все равно свинья». Образы различаются, содержание – нет. Структурному анализу должен быть подвергнут в этих пословицах не образ, а их основная форма.

В работах Р. Джоржеса, где анализируется структура пословицы отмечается, что она может быть и буквальная, и метаморфической. К числу буквальных пословиц относятся такие. например: «Пословица недаром молвится», «Пословица не судима: Пословица плодуща и живуща; Глупая речь не пословица; Не всякое слово пословица; Без пословицы не проживешь; От пословицы не уйдешь, Со структурной точки зрения буквальные пословицы сходны с метаморфическими.

Существуют и такой структурный тип, как оппозитивные пословицы. В этом типе можно увидеть разные формы противопоставлений и отрицаний. Например: Что везут два верблюда, не поднять одному; Горой золота нельзя купить жизни. Почти все пословицы содержат сравнения или противопоставления, Сравнение направлено на поиски одинаковых или сходных черт в разных вещах, а противопоставление направлено на подчеркивание между ними различий. В числе примеров можно привести: Огню с водой не слиться, чему не быть, тому не сбыться, Также существуют пословицы с каузальными противопоставлениями, к ним относятся тексты, в которых нормальный вывод или следствие отрицается, либо считается невозможным. В качестве примеров можно назвать: «Утерянное не вернешь, гнилое не пришьешь»; «Господин нередко становится рабом, но раб господином никогда». Иная форма каузального противопоставления показывает возможность Необоснованного помещения следствия перед причиной – это находит выражение в нарушении последовательности элементов по времени: «После боя кулаками не машут»; «Унывай не унывай – мертвые не возвращаются»; «Только пустоголовый жеребенок может заранее воображать себя быстрым скакуном»; «Самый лучший завтрашний день не вернет вчерашнего».

Пословичный жанр отличается одновременным наличием определяющих и контрастных признаков. Самым распространенным

способом построения оппозиций в пословицах является использование одной или большего числа семантических пар: сегодня – завтра, хорошо – плохо, легко - трудно, черное – белое, за – против, мало - много, худший – лучший, всегда – никогда.

В этих парах предпочитается иногда первый член, а иногда второй: «Беспомощные утки летают стаей, а орел всегда один»; «Один злой человек может испортить жизни сотне» – в этой пословице мы видим утверждение, один сильнее ста. Однако с таким же успехом среди них можно встретить и обратные утверждения: «Один в поле не воин»; «Сломалась одна оглобля – телеге стоять»; «Две головы лучше одной».

Использование такого рода пар в каузальных пословицах подчеркивает разницу между причиной и следствием. Например, в пословице: «В грозу и маленький ручей может превратиться в большую реку» противопоставлены не только слова «ручей» и «река», но также «маленький» и «большой». Та же оппозитивная пара обнаруживается в пословице: «Велико стадо, но овцы – мала стая, но волки». Иная пара противопоставлений использована в пословице: «Темную ночь сменяет светлый день, гнилое дерево - молодой росток». Но принцип оппозиции и здесь тот же самый.

Бывают случаи, когда пословицы строятся как оппозитивные и как неопозитивные одновременно. Уравнительная структура этих изречений определяет их характер, однако их структура имеет элементы, противопоставленные друг другу. Такого типа комбинация встречается в пословице: «Где найдешь – там потеряешь». В таких пословицах существует оппозиция не только между противоположностями семантических пар (найдеши – потеряешь), но и между наличием идентичности и наличием контраста внутри самих пословиц. Более выраженную оппозитивную структуру имеют полидескриптивные изречения, где и толкования, и темы оказываются противопоставленными членами семантических пар: «Как лес состоит из высоких и низких деревьев, так и народ из плохих и хороших людей» (высокие – низкие, плохие - хорошие).

Кроме перечисленных элементов существует постепенный переход от одного типа отношений к другому. Есть ряд конструкций, дескриптивные элементы которых по отношению друг другу параллельны и не находятся в оппозиции: «Великое дело требует великих раздумий»; «Твое благополучие - мое благополучие».

В целом, пословицы – это фольклорные изречения, которые состоят из одного дескриптивного элемента, темы и толкования. Можно было бы развить об этнической специфике фольклорных жанров, но это уже другой аспект [5]. Строятся пословицы минимум из двух слов. Если в них имеется один дескриптивный элемент, то эти пословицы являются неопозитивными. Пословицы, состоящие из двух дескриптивных элементов и более, могут быть как неопозитивными, так и оппозитивными. «Какова мать – такова и дочь» – это пример двухэлементной неопозитивной пословицы.

В многоэлементных неопозитивных пословицах подчеркиваются

определяющие признаки, где применяется уравнительная форма или ряд однородных членов. В оппозитивных пословицах видны противоположные признаки, при которых используется форма отрицания или расположение членов в порядке дополнительности. Некоторые пословицы могут иметь в своем составе одновременно и определяющие, и контрастные признаки.

Пословичные оппозиции сильно похожи на оппозиции в загадках. Отличие между ними состояли в том, что в загадке противоречия разрешаются ответом, а пословица сама является ответом на сложившуюся ситуацию. Конечно, структурный анализ пословиц – это не ответ на все поставленные вопросы паремиологии, но он открывает путь от поверхностных тождеств и отличительных черт к четкому пониманию явных соответствий и противоречий.

Использованные источники:

1. Дандис А. О структуре пословиц. Паремиологический сборник. - М., 1978. - С.13, 17.
2. Даль В. Толковый словарь великорусского языка. - М.: Русский язык, 1989. - С.335.
3. Крикманн А. Некоторые аспекты семантической неопределенности пословицы. - Паремиологический сборник. - М., 1978. - С.80.
4. Калашников И. Жестокий век. Роман - Алма-Ата: «Жазушы», 1985.
5. Сабирова В.К., Эрназарова Г.Б. Публицистичность фольклорной поэтики в кыргызской диаспоре. Вестник КРСУ. - Бишкек, 2014. - Т.14. - №9. – С. 182-187.

*Жуков Я.В.
студент 4 курса
Ярославский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Волков А.Ю.
научный руководитель
Россия, г. Ярославль*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОФОРМЛЕНИЯ КРЕДИТОВАНИЯ В ОАО «РОССЕЛЬХОЗБАНК»

В статье рассматриваются способы оформления кредита в ОАО «Россельхозбанк» для предприятий малого и среднего бизнеса, сделан анализ продуктовой линейки.

Ключевые слова: кредит, малый и средний бизнес, способы оформления кредита.

This article discusses how to draw up a credit in OJSC Russian agricultural Bank for small and medium-sized enterprises, the analysis of the product line.

Keywords: credit small and medium business, ways of processing the loan.

ОАО «Россельхозбанк» позиционирует себя как универсальный банк, он обладает гибкой кредитной политикой, стабильной клиентской базой, занимается максимальным приближением банковских продуктов и услуг к потенциальным потребителям.

Банк активно кредитует малый и средний бизнес. Число клиентов малого и микробизнеса превысило 1800 организаций Ярославля и области [4], несмотря на разносторонние тенденции развития ее экономики [2].

Так, за 2015 год Ярославский филиал Россельхозбанка выдал на развитие малого и микробизнеса свыше 1,4 млрд. рублей, что превышает аналогичные показатели 2014 года в 2 раза. Большая часть из них была направлена на пополнение оборотных средств предприятий, сезонно-полевые работы, приобретение транспорта и оборудования [7]. Продуктовая линейка банка «Россельхозбанк» по работе с малым и средним бизнесом включает в себя свыше 30 кредитных продуктов, как залоговых, так и беззалоговых, и удовлетворяет потребности любого клиента, как в оборотном, так и в инвестиционном капитале являясь, по сути инновационной, несмотря на сложность их внедрения в России [1].

ОАО «Россельхозбанк» предлагает несколько способов оформления кредита, в зависимости от заемщика, его кредитной истории и финансового состояния, управления финансами [3] и т.д.

Когда требуется небольшая сумма на непродолжительное время, в банке оформляют кредитную карту. В случае, когда требуется краткосрочный кредит, такой способ будет наиболее выгодным, так как он предоставляет сразу два преимущества перед классическими типами краткосрочных кредитов [6].

Во-первых, проценты платятся только с реально потраченной суммы, снятой с карты в виде наличных или при оплате каких либо товаров.

Во-вторых, любая кредитная карта имеет льготный период, в течение которого проценты не начисляются.

Когда необходимо получить крупную сумму наличных средств, Россельхозбанк, как правило, предлагает стандартный заём, при котором вся затребованная сумма выдаётся на руки клиенту.

При этом ОАО «Россельхозбанк» имеет ряд преимуществ: взять кредит наличными можно без поручителей, не имея залогового имущества и допускается досрочное погашение кредита.

Необходимо отметить, что в ОАО «Россельхозбанк» довольно привлекательные условия для нецелевого кредитования, которые позволяют заёмщику приобрести всё необходимое без какого-то документального оформления факта покупки и с небольшой переплатой. Процентная ставка ОАО «Россельхозбанк» далеко не самая высокая.

Разумеется, ОАО «Россельхозбанк» выдаёт кредиты и под залог имущества, и с привлечением поручителей [5].

Оформив договор на таких условиях, заёмщик получает значительно лучшие условия кредитования, так как риски банка не велики.

Кредиты с обеспечением не менее востребованы, но их гораздо сложнее оформить, что требует больше усилий, чем при получении стандартного займа без обеспечения.

К кредитным документам, составляемым клиентом, относятся:

- кредитная заявка;
- технико-экономическое обоснование;
- заявление на получение кредита;
- финансовый отчет;
- отчет о движении кассовых поступлений;
- внутренние финансовые и управленческие отчеты;
- прогноз финансирования;
- налоговые декларации;
- бизнес-планы;
- срочные обязательства;
- договор о залоге (гарантийные письма, страховые полисы);
- сведения о заложенном имуществе.

К документам, носящим двусторонний характер, относится кредитный договор. К документам, составляемым банком, относятся:

- заключение на кредитную заявку клиента;
- ведомость выполнения клиентом условий договора, в том числе погашение ссуды и уплаты процентов;
- кредитное дело клиента.

Многие кредитные заявки связаны с финансированием начинающих предприятий, которые еще не имеют финансовых отчетов и другой документации. В данном случае банку представляется подробный бизнес-план, который содержит сведения о целях проекта, методах ведения операций и т.д.

Заключение на кредитную заявку представляет собой типовой бланк, заполняемый кредитным работником на основании изучения просьбы клиента. В нем содержится положение и показатели, характеризующие оценку банком юридического статуса и финансового положения заемщика.

В числе общих положений указывается:

- организационно-правовая форма клиента;
- наименование банка, где открыт его расчетный счет;
- наличие задолженности по ссудам, в т. ч. выданным другими банками.

Финансовое состояние клиента выражается в показателях его кредитоспособности:

- уровень коэффициента покрытия;
- уровень коэффициента ликвидности;
- уровень коэффициента обеспеченности собственными средствами;
- объемы реализации, прибыли, активов, просроченных платежей.

В заключении кредитный работник дает оценку управления и состояния финансового и управленческого учета, отмечает соответствие целевой направленности ссуды приоритетам кредитной политики банка, предлагает целесообразные для данного случая способы обеспечения возвратности кредита. Завершается документ проектом решения: выдать ссуду или отказать в выдаче ссуды.

Объективная оценка кредитоспособности потенциального заемщика

ОАО «Россельхозбанк», несмотря на все многообразие применяемых в банковской практике методик, по-прежнему, остается достаточно серьезной проблемой.

В этих условиях особую важность приобретает вопрос об использовании показателей, характеризующих деятельность заемщика, для определения основных параметров кредитной сделки. К ним относятся сумма и сроки кредита, график его погашения, надлежащее обеспечение и стоимостные условия кредитной сделки.

Использованные источники:

1. Волков А.Ю. Инновации в России // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2012. – № 2. – С. 15 – 19.
2. Волков А.Ю. Тенденции в экономике Ярославской области за 9 месяцев 2015 года // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности». – 2016. – С. 69 – 71.
3. Волков А.Ю., Зборовская Е.Б. Об управлении финансами предприятий и направлениях его совершенствования // Интернет-журнал Науковедение. – 2015. – Т. 7. – № 5 (30). – С. 24.
4. Россельхозбанк выдает каждые четыре из пяти кредитов в АПК [Электронный ресурс].// <http://www.rshb.ru/news/168282/> (дата обращения: 14.03.2016).
5. Самиева Н.Д. Проблемы кредитования малого и среднего бизнеса коммерческими банками в России // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2016. - № 1 (3). – С.156-164.
6. Тюрин С.Б., Бурыкин А.Д., Волков А.Ю. Организация деятельности коммерческого банка: Учеб. пособие для бакалавров / Под ред. С.Б. Тюрина. – Ярославль: 2013. – 114 с.
7. Ярославский региональный филиал // <http://www.rshb.ru/branches/yaroslavl/> (дата обращения: 14.03.2016).

*Завалова А.А.
студент бго курса
Зинцова А.С., к.ф.н.
научный руководитель, доцент
МИ ВлГУ
Россия, г. Муром*

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО КОНТРОЛЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ

В целом контроль в любом виде деятельности характеризуется примерно одинаковым алгоритмом. Руководство организует процесс найма персонала, определяет должностные обязанности сотрудников, устанавливает нормы профессиональной этики, а также согласовывает порядок принятия ключевых решений. Тем не менее, контроль в социальной работе обладает

собственной спецификой.

С расширением перечня социальных услуг, благодаря анализу опыта работы по решению трудных жизненных ситуаций различных категорий клиентов, контроль в социальной работе начал развиваться на основе индивидуального подхода, базирующегося на принципе наставничества социального работника по отношению к конкретному клиенту. В значительной степени на это повлияло развитие теории социальной работы и распространение системы вузовской подготовки соответствующих специалистов. Поэтому контроль интерпретируется как инструмент, способствующий передаче комплекса знаний, умений и навыков от опытных работников к неопытным.

Следует отметить, что на практике специалисты в области социальной работы зачастую демонстрируют недовольство по поводу осуществления контроля за их профессиональной деятельностью, особенно по вопросам формализации алгоритмов решения проблем с клиентами.

На первых этапах изучения профессии специалистами в условиях модели «ученик – наставник» приобретаются новые знания и осваиваются ключевые принципы практической деятельности. Пока знания не сложатся в единые формы и модели работы с клиентами, ученики-практиканты учатся на примере наставников, соответственно их эффективность во многом зависит от компетентности последних. Для работодателей в области социальной работы очень важна информация о процессе подготовки специалиста, так как это позволяет сформировать представление о его профессиональных компетентностях. Для многих выпускников в области социальной работы личность наставника, как в системе вузовской подготовки, так и в учреждениях при прохождении практики, становится решающим фактором при определении направления профессиональной деятельности. Данный момент актуален и в зарубежных странах: так, в США работникам, желающим войти в состав Академии дипломированных социальных работников, требуется не менее двух лет трудиться под наблюдением более опытных специалистов.

Однако в настоящее время процесс обучения организован иначе, в связи с чем специалисты, выполняются функции наставничества и контроля, имеют иные установки в отличие от своих предшественников. Теперь система вузовской подготовки специалистов по социальной работе, в том числе и в России, обучает студентов на основе более комплексной и обоснованной модели из знаний, умений и навыков. Тем не менее традиционные способы деятельности в социальной работе меняются довольно медленно, в связи с чем сохраняется понимание о необходимости контроля за новыми работниками в течение неопределенного периода времени. Многие руководители учреждений социального обслуживания вполне аргументированно отмечают, что улучшение работы специалистов должно базироваться на постоянном контроле результатов их профессиональной деятельности.

Данный подход характеризуется существенным преимуществом, так

как он позволяет сформировать единый подход к осуществлению действий молодыми специалистами и контроль за их деятельностью. Последний, осуществляемый со стороны руководства, также позволяет защитить интересы получателей социальных услуг, так как взаимодействие с ними специалистов является важным показателем их профессиональной деятельности. Однако чрезмерно жесткий контроль может привести к снижению инициативности и свободы воли молодого сотрудника, затруднить внедрение творческого подхода в работу. В связи с этим необходимо сохранять баланс между обеспечением единства процедур и стандартов работы и формированием индивидуального подхода к потребностям клиентов.

Пристальный контроль, определяя повышенное внимание руководства к индивидуальному работнику и его деятельности, формирует ситуацию конформизма в условиях учреждений социального обслуживания, культивирует обрядность в отношении практики обслуживания клиентов. В ряде случаев такой контроль формирует жесткую иерархию в учреждении и ортодоксальный подход к выполнению правил и осуществлению необходимых процедур. В результате иерархическое построение, основанное на осуществлении контроля и подготовке многочисленных форм отчетности, препятствует развитию гибкости у специалистов, что необходимо для эффективной работы с ориентацией на клиентов. Многие руководители в таких организациях считают, что в случае проявления сотрудниками творческого подхода их преданность по отношению к учреждению снизится и будет вытеснена заинтересованностью в решении проблем клиентов.

Для снижения данных противоречий необходимо четко разграничить административные и обучающие функции системы внутреннего контроля. В сферу административного контроля должны войти вопросы соблюдения расписания трудовой деятельности, учета оказываемых услуг, общей эффективности работы, соблюдения установленного порядка деятельности. Обучающий же контроль должен базироваться на помощи консультантов или иных работников, обладающих практическим опытом.

В настоящее время в учреждениях социального обслуживания контроль в большей степени сводится к административной функции, определяющей эффективность проделанной работы специалистом. Стиль и методы контроля зависят от категории обслуживаемых граждан и характера оказываемых социальных услуг. Например, консультационные услуги, нацеленные в первую очередь на расширение кругозора и повышение информированности клиентов, порождают соответствующие формы контроля. Любой руководитель в связи с этим должен выстраивать систему контроля с учетом вышеуказанных факторов.

Вместе с тем не всегда есть четкая система показателей, определяющая эффективность того или иного вида социального обслуживания. Социальная работа как вид деятельности предполагает, что специалист должен работать в условиях неопределенности, что требует реализацию индивидуального

подхода к каждому случаю. Заинтересованность руководителей и контролирующих органов в формировании отчетности привела к желанию сформировать систему показателей, по которым можно будет оценить успешность работы специалиста, но к положительным результатам в значительной степени это не привело. Желание формализовать все направления работы специалистов невозможно во многом благодаря тому, что отсутствуют модели и парадигмы, определяющие порядок и эффективность конкретного разговора специалиста и клиента. Поэтому контроль следует ограничить в условиях обеспечения деятельности специалиста в соответствии с инструкциями, чтобы, например, не допустить снижения финансовых доходов клиентов.

Организация как система формирует у своих членов общее понимание ценностей, способствует выработке единой позиции и создает среди них отдельные группы по интересам. В условиях социальной работы отношения сотрудников друг с другом и с руководством во многом вытекают из условий неформального общения. Опытный специалист в области контроля должен учитывать важность данных факторов как при проведении надзорной деятельности, так и при определении конкретных границ своих полномочий.

Современное понимание контроля в социальной работе основано на необходимости интеграции административного и образовательного компонентов системы контроля, что в значительной степени способствует повышению качества социальному обслуживанию и эффективности деятельности учреждений в целом. Главная функция работников, осуществляющих контроль – формирование такой рабочей обстановки, которая не является бессмысленной рутинной или чрезмерной формализацией деятельности специалистов, а основана на рациональных и четко сформулированных ожиданиях.

Использованные источники:

1. Богдановская И.М., Зайченко Т.П., Проект Ю.Л. Информационные технологии в педагогике и психологии. Стандарт третьего поколения. – М.: Питер, 2015. – 304 с.
2. Елишев С.О. Молодежь как объект социализации и манипуляций. – М.: Канон+РООИ «Реабилитация», 2015. – 320 с.
3. Столяренко Л.Д., Самыгин С.И., Тумайкин И.В. Социальная педагогика. Учебное пособие. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 272 с.
4. Торохтий В.С. Социальная педагогика. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2015. – 452 с.
5. Фирсов М.В., Студенова Е.Г. Теория социальной работы. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2015. – 464 с.

*Задорожная К.Р.
студент 4-го курса
Калмыкова А. С.
студент 4-го курса*

*Российский государственный социальный университет
Российская федерация, г. Москва*

К ВОПРОСУ О ВОЗДЕЙСТВИИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СФЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Аннотация. В условиях высокой конкуренции и насыщенности рынка процессы, влияющие на принятие решения о выборе услуги приобретают особое значение, предопределяя эффективность не только маркетинга организации, но и деятельности туристической фирмы в целом.

Ключевые слова. Туристические услуги, потребительское поведение, потребители услуг, потребительское поведение, маркетинговые исследования, конкуренция

Туризм по своим основным характеристикам не имеет каких-либо существенных отличий от других форм хозяйственной деятельности. Поэтому все основные положения современного маркетинга могут быть в полной мере применены и в туризме.¹⁵⁷

В то же время в туризме есть своя особенность, отличающая его не только от торговли товарами, но и от других форм торговли услугами. Здесь имеет место торговля, как услугами, так и товарами (по оценкам специалистов, доля услуг в туризме составляет 75%, товаров – 25%), а также особый характер потребления туристических услуг и товаров в месте их производства, более того, в определенной ситуации. 158

Взаимоотношения потребителя и продавца услуг выстраиваются таким образом, что естественным образом потребитель находится в центре интересов продавца, является его основной целью и объектом целенаправленного воздействия. Именно поэтому для продавца важным является изучение потребителя с психологической, экономической, социологической и культурологической точки зрения.

Главная фигура в бизнесе - потребитель. Понять, кто такой потребитель, и кем потребитель является для продавца услуг - основной вопрос для разработки всей маркетинговой программы. Потребителю на самом деле не нужен товар или услуга, потребителю надо решить стоящие перед ним проблемы и удовлетворить потребности. Потребитель хочет, чтобы бизнес-профессионалы решили стоящие перед ним проблемы и удовлетворили его желания через предоставление ему нужных товаров или услуг. Современный потребитель предъявляет и новые желания, не только решить проблему при помощи товаров и услуг предприятия, но ему важен и

¹⁵⁷ Панкратов Ф. Г., Баженов Ю.К. Рекламная деятельность. - М.: Маркетинг, 2012, с.264

¹⁵⁸ Пурлик В.М., Тулаева Н.И. Маркетинг: Ключ к успеху. - М.: Русь Инфо, 2010, с. 310

процесс, как это будет происходить. Для потребителя важное значение имеет доступность организации для контактов, желание общения, удобство процесса приобретения услуг, дополнительные выгоды, которые может дать продавец в этом процессе и в целом после его завершения.

Термин «покупательское поведение» можно определить как поведение, проявляемое покупателями в процессе поиска, выбора, покупки, использования, оценки и утилизации продуктов, услуг и идей, которые могут удовлетворить потребности покупателей.

Независимость потребителя проявляется в том, что его поведение ориентируется на определённую цель. Товары и услуги могут им приниматься или отвергаться в той мере, в какой они соответствуют его запросам. Предприятия достигают успеха, если предоставляют потребителю выбор и реальную выгоду. Понимание этого и постоянное приспособление к поведению потребителя является одним из важных требований для выживания предприятия в условиях конкуренции.¹⁵⁹

Исследования мотивации и поведения потребителей осуществляются с помощью моделирования этих процессов. Тут важно отметить, что поведение различных потребителей на рынке различно по потребностям и целям закупок, характеру спроса и покупок, действий на рынке, мотивации и т.п. Вместе с тем поведение потребителей имеет и некоторое сходство. На рынке их поведение может быть выражено через систему экономических, социальных и психологических факторов, характеризующих их потребности и способы удовлетворения.

На поведение потребителей влияют различные факторы, прежде всего факторы внешней среды. Важное значение приобретают факторы индивидуальных различий потребителей: доходы, мотивация, уровень знаний, пристрастия и увлечения, личный стиль жизни, демографические характеристики и др. Особое место при формировании поведения потребителя на рынке имеет так называемый психологический процесс, характеризующий ответные реакции потребителя.[2]

Вместе с тем свобода потребителя основывается на ряде его прав, соблюдение которых является важнейшей задачей не только общества в целом, но и отдельных предприятий. Социальная законность прав потребителей служит гарантией всестороннего удовлетворения его потребностей. Обман, низкое качество товаров, отсутствие ответа на законные претензии, оскорбления и другие действия представляют не что иное, как попрание законных прав и должны быть наказуемы.

Организация не может добиться рыночного успеха, если игнорирует запросы потребителей. Не случайно в рамках маркетинга проводятся исследования, посвященные поведению потребителей.

Поведение конечных потребителей обусловлено, прежде всего,

¹⁵⁹ Руденко А.А. Анализ и оценка эффективности ресурсного обеспечения предпринимательской деятельности в долгосрочной перспективе / Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2011. № 20. С. 49-53.

характером и настоятельностью самих потребностей, а также платежеспособностью клиента.

Поведение конечных потребителей находится под постоянным влиянием факторов социально-экономического, культурного, личного, психологического характера, что будет изложено далее.

Факторы культурного порядка. Культура определяет потребности и поведение человека. Человеческое поведение - вещь в основном приобретенная. Ребенок усваивает базовый набор ценностей, восприятий, предпочтений, манер и поступков, характерных для его семьи и основных институтов общества.¹⁶⁰

Социальное положение. Почти в каждом обществе существуют различные общественные классы, которые мы определяем следующим образом. Общественные классы - сравнительно стабильные группы в рамках общества, располагающиеся в иерархическом порядке и характеризующиеся наличием у их членов схожих ценностных представлений, интересов и поведения.

Факторы социального порядка. Референтные группы - группы, оказывающие прямое (т.е. при личном контакте) или косвенное влияние на отношения или поведение человека. Это семья, друзья, соседи и коллеги по работе.

Экономическое положение индивида в огромной мере сказывается на его товарном выборе. Оно определяется размерами расходной части доходов, размерами сбережений и активов, кредитоспособностью и взглядами на расходование средств в противовес их накоплению.

Таким образом, поведение потребителей определяется как действия, которые предпринимают люди во время приобретения, потребления товаров и услуг, а также освобождения от них. Говоря упрощенно, поведение потребителей традиционно понимается как выяснение того, «почему люди покупают» - в том смысле, что продавцу легче разрабатывать стратегии влияния на потребителей, когда он знает, почему покупатели приобретают определенные товары или марки.

Использованные источники:

1. Панкратов Ф. Г., Баженов Ю.К. Рекламная деятельность. - М.: Маркетинг, 2012, с.264
2. Пурлик В.М., Тулаева Н.И. Маркетинг: Ключ к успеху. - М.: Русь Инфо, 2010, с. 310
3. Руденко А.А. Анализ и оценка эффективности ресурсного обеспечения предпринимательской деятельности в долгосрочной перспективе / Руденко А.А. // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2011. № 20. С. 49-53.
4. Руденко А.А. Государственное регулирование предпринимательства:

¹⁶⁰ Руденко А.А. Государственное регулирование предпринимательства: региональный аспект, проблемы и направления / Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2011. № 24. С. 288-293.

региональный аспект, проблемы и направления / Руденко А.А. // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2011. № 24. С. 288-293.

*Закалюжная В.А.
студент-магистрант 1 курса
факультет «Инженерно-экономический»
Рязанский государственный радиотехнический университет
Россия, г. Рязань*

БАЗОВЫЕ АСПЕКТЫ СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА ДОШКОЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

В статье рассматриваются базовые аспекты системы стимулирования персонала муниципальных дошкольных образовательных учреждений. Согласно названию, в статье описываются основные правила системы стимулирования персонала. Также отмечается, что эффективность работы сотрудников дошкольных учреждений во многом зависит от сбалансированности системы.

Ключевые слова: дошкольное образование, правила, стимул, эффективность

The article deals with the basic aspects of the system of incentives for staff of municipal pre-school educational institutions. As the title implies the article describes the main rules of staff incentive scheme. Also it is noted that the effectiveness of work of employees depends on the balance of the system.

Keywords: pre-school education, rules, incentive, efficiency

В результате исследований в качестве основных проблем управления персоналом дошкольных учреждений выделяют:

1. Текучесть кадров
2. Низкий уровень дисциплины
3. Халатное отношение к работе
4. Низкий уровень заработной платы
5. Неудовлетворенность работой и безынициативность сотрудников.

Одним из основных методов решения данных проблем, обеспечения рационального использования ресурсов и раскрытия имеющегося потенциала сотрудников является стимулирование персонала. Разработка системы стимулирования сотрудников – это важный фактор эффективности любого учреждения.

Прежде всего, стимулирование – это элемент трудовой деятельности, влияющий на поведение сотрудника в сфере труда и материальная составляющая мотивации персонала. Система стимулирования позволяет сотруднику проявлять больший интерес к индивидуальным результатам и их росту, раскрыть свои творческие способности и улучшить качество труда.

Понятие «стимул» часто рассматривают с двух сторон: с позиции работодателя и с позиции работника. С точки зрения руководителя

учреждения – это инструмент достижения целей (повышение эффективности труда, качество выполняемой работы и т.д.). С точки зрения сотрудников, «стимул» - это возможность получения дополнительного дохода или возможность утраты материальных благ.

Уверенность сотрудника учреждения в завтрашнем дне создается благодаря четкой и детально разработанной системе оплаты труда. Существует множество различных форм стимулирования персонала, но основными и наиболее популярными методами являются премия и индивидуальная надбавка. Также значимыми оказались и другие формы, такие как материальная помощь, оплата путевок, удобное время отпуска и т.д. [1].

Целью системы стимулирования персонала дошкольных учреждений является направление действий сотрудников предприятия на достижение поставленных целей и задач. В идеале система стимулирования должна создать условия, в которых сотрудники детского сада будут давать максимальный результат своей деятельности по своему желанию, а не по необходимости или принуждению.

Но на практике эту цель не так легко достигнуть, так как для многих сотрудников дошкольных учреждений их работа не представляется достаточно интересной, а также не все педагоги находятся «на своем месте». Система стимулирования, как и любая другая система, должна быть сбалансирована, иметь свои положительные и отрицательные стороны

К преимуществам можно отнести:

- Выполнение запланированных показателей
- Признание. Оно может быть выражено непосредственным руководителем, вышестоящим начальством, коллегами и родителями детей. Наиболее распространенные средства выражения: благодарность, как устная, так и письменная, премия или ценный подарок.

- Удовлетворение от выполненной работы. Этот фактор имеет долгосрочный эффект мотивации.

- Профессиональный и карьерный рост – возможность развивать и совершенствовать свои компетенции.

Задачей стимулирования является поддержание положительного отношения у сотрудника к его работе, которое также будет влиять на качество и производительность труда [2].

К отрицательным аспектам системы стимулирования можно отнести следующие:

- дисциплинарные беседы
- предупреждения, выговоры
- депремирование, штрафы и другие санкции
- понижение в должности
- увольнение

Однако при этом стоит учитывать несколько правил:

1. Цель наказания – исключить повтор проступка другими

сотрудниками;

2. Негативные аспекты стимулирования должны показать персоналу, что за серьезные проступки последует не менее серьезное наказание независимо от важности и ценности работника для учреждения;

3. Отрицательные элементы стимулирования обязательно должны быть, но в маленьких дозах, тогда они будут полезны. Если же в учреждении будет избыточное использование наказаний, это приведет к еще большей халатности сотрудников на работе в связи с мыслями о том, что «все равно накажут».

4. Применяя наказание, следует соотносить его со степенью провинности персонала, иначе в противном случае, обиженный сотрудник может вымещать свою обиду через распространение отрицательных отзывов и слухов об учреждении, его руководстве и условиях работы. Также многие авторы отмечают о снижении эффективности труда таких сотрудников и возможности их дальнейшего увольнения.

5. В системе стимулирования должен быть баланс, иначе в условиях жестких наказаний творческие и инициативные сотрудники будут покидать учреждения в связи с негативной атмосферой внутри коллектива [5].

У работников, которые знают, что их идеи услышаны и принесут им некий объем дополнительных материальных выгод, появляется желание раскрывать и дальше свой потенциал, творчески мыслить и увеличивать свою производительность.

Любые стимулирующие выплаты должны быть целевыми и гласными, то есть персоналу необходимо знать, что их труд не напрасен, а их слышат, оценивают и оплачивают справедливо.

Система стимулирования направлена на повышение эффективности деятельности учреждения. Таким образом, результатом действия системы стимулирования будет являться повышение эффективности деятельности дошкольного учреждения за счет увеличения эффективности труда каждого сотрудника

Использованные источники:

1. Веснин В.Р. Менеджмент для всех.- М.: Юрист, 2011.
2. Виханский О., Наумов А. Менеджмент: Человек, стратегия, организация, процесс.-М.,2013.
3. Кибанов А.Я., Баткаева И.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: Учебник /Под ред. А.Я.Кибанова.- М.: ИНФРА - М,2010
4. Петрович М.В. Управление организацией /Изд.: «Дикта», 2011 г.
5. Руженцев, Н.А. Удовлетворенность работников как показатель эффективности и конкурентоспособности компании /Н.А. Руженцев// Стандарты и качество.-2012.-№2.
6. Федорова Н.В., Минченкова О.Ю. Управление персоналом организации: учебник / М.:КНОРУС, 2011.

Замалетдинова Р.Э.
студент 4 курса
экономический факультет
Прохорова Л.М., к.э.н.
доцент
кафедра «Бухгалтерский учет и аудит»
Климушкина Н.Е., к.э.н.
доцент
кафедра «Бухгалтерский учет и аудит»
Ульяновская ГСХА
Россия, г. Ульяновск

МОШЕННИЧЕСТВО С ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТЬЮ КАК СПОСОБ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ НЕПРАВОМЕРНОГО БАНКРОТСТВА

Ключевые слова: *экономическая преступность, мошенничество, бухгалтерская (финансовая) отчетность, неправомерное банкротство*

В статье раскрыта сущность мошенничества с финансовой отчетностью, являющегося одним из основных способов осуществления неправомерного банкротства. Автором предложен путь снижения риска наступления данного экономического преступления.

Key words: *economic crime, fraud, accounting (financial) statements, improper bankruptcy*

The article reveals the essence of fraud with the financial statements, which is one of the main ways of the misuse of bankruptcy. The author suggests a way to reduce the risk of occurrence of economic crime.

Экономическая преступность и проблемы ее искоренения вызывают глубокий интерес у ученых в течение всей истории развития данного явления. В настоящее время около 70% всех ущербов, причиненных преступлениями, приходится на экономические. Это значит, что экономическая преступность оказывает сильное влияние на наше общество.

По данным Российского обзора экономических преступлений уровень преступности по-прежнему высок, несмотря на меры, принимаемые регулирующими органами, юридическими лицами и специалистами по борьбе с мошенничеством (рисунок 1).

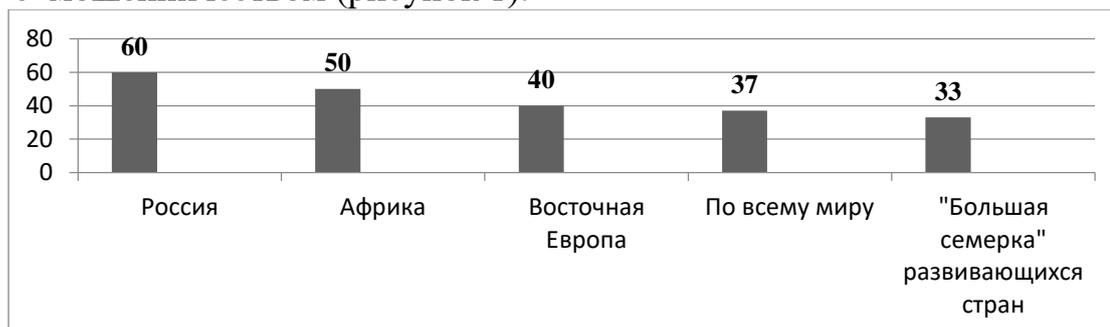


Рисунок 1 - Число экономических преступлений за 2013-2015 гг., %
 Основные категории экономических преступлений представлены на рисунке 2.

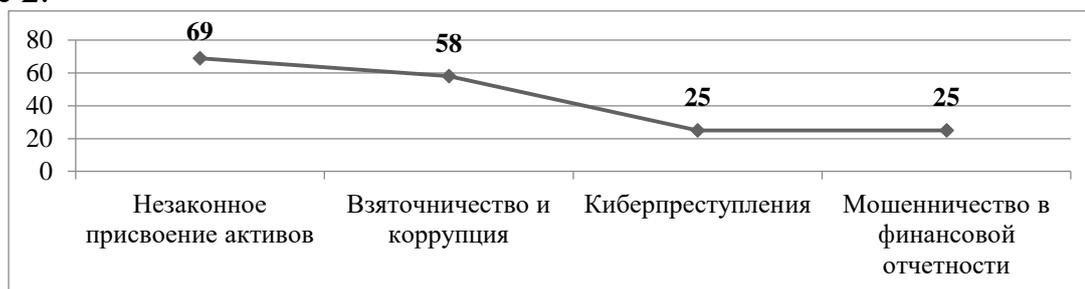


Рисунок 2 - Основные категории экономических преступлений, %

Внутри каждой категории существует несколько подкатегорий с определенными схемами неправомерных действий. Остановимся подробнее на мошенничестве с финансовой отчетностью.

Мошенничество с финансовой отчетностью предполагает целенаправленное искажение или неотражение существенных фактов хозяйственной жизни в бухгалтерском учете, которое может ввести в заблуждение пользователя и изменить его мнение или решение.

Инвесторов, потенциальных партнеров и других внешних пользователей отчетности, прежде всего, интересуют три основных показателя деятельности компании – это объем выручки, чистая прибыль и совокупные активы. В целях соответствия ожиданиям инвесторов, менеджмент часто фальсифицирует данные отчета о прибылях и убытках, баланса или не полностью отражает их в примечаниях к отчетности.

Необходимость выявления мошенничества в финансовой отчетности на сегодняшний день все более возрастает из-за увеличения количества компаний, привлекающих капитал посредством публичных размещений своих ценных бумаг, а также в условиях сокращения налогов на прибыль. Кроме того, растет потребность в получении на основании отчетных данных информации о вероятном банкротстве организации.

Компания может быть признана банкротом не только в результате неэффективной деятельности руководителя, но и в результате неправомерных действий партнеров или самого должника в личных интересах. Заинтересованность определенных лиц в преднамеренном банкротстве хозяйствующего субъекта признается экономическим преступлением и носит название планового (неправомерного) банкротства.

Неправомерное банкротство, согласно УК РФ, подразделяется на преднамеренное и фиктивное. Оба типа банкротств несут крупный ущерб и совершаются с умыслом (рисунок 3).

Существует множество способов совершения неправомерных действий при банкротстве, одним из которых, как раз таки и является фальсификация финансовой документации, с помощью которой организация может скрыть обязательства и расходы, занижить выручку, неправильно оценить активы.



Рисунок 3 - Неправомерное банкротство

В России, по официальным данным МВД, каждый год регистрируются преступления, связанные с неправомерными действиями при банкротстве. Так, в 2013г. выявлено 426 преступлений, связанных с неправомерными действиями при банкротстве, преднамеренном банкротстве, фиктивном банкротстве, что составляет 1,6% от общего числа преступлений в экономической деятельности. В 2014г. этот показатель составил 313 преступлений (1,2% от общего количества). В течение 2015г. зафиксировано 279 преступлений (1% от совокупного количества преступлений в экономической деятельности). [1]

Согласно представленным данным, в РФ отсутствует тенденция роста количества преступлений, связанных с неправомерными действиями при банкротстве, преднамеренном банкротстве, фиктивном банкротстве. Однако риск наступления неправомерного банкротства по-прежнему существует.

Для того чтобы снизить данный риск, целесообразно обязать организации проводить аналитические расчеты и отражать конкретные показатели в пояснительной записке к бухгалтерской (финансовой) отчетности. Основными экономическими показателями могут быть показатели, указанные в Постановлении Правительства РФ от 27.12.2004 №855 «Об утверждении Временных правил проверки арбитражным управляющим наличия признаков фиктивного и преднамеренного банкротства» и Постановлении Правительства РФ от 25.06.2003 № 367 «Об утверждении правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа». Вместе с этими показателями могут быть использованы коэффициенты, отражающие финансово-хозяйственную деятельность должника, а также показатели хозяйственной, инвестиционной и финансовой деятельности.

Использованные источники:

1. Информация по кредитным организациям, сайт Банка России. — [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: www.cbr.ru/credit

*Зарифуллин Л.В.
магистр 1 курса
факультет «Авиационно-технологических систем»
Галимова М.П., к.э.н.
доцент
кафедра «Экономика предпринимательства»
Уфимский государственный авиационный технический
университет
Россия, г. Уфа*

ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ НАНОТЕХНОЛОГИЙ В РОССИИ

Статья посвящена проблемам развития нанотехнологий в России. Роль нанотехнологий для России. Определение основных групп проблем.

Ключевые слова: Экономика, нанотехнологии, нанотехнологии в России, nanoиндустрия.

FIELD OF PROBLEM DEVELOPMENT OF NANOTECHNOLOGIES IN RUSSIA

The article is devoted to problems of development of nanotechnologies in Russia. The role of nanotechnology in Russia. Identification of the main groups of problems.

Keywords: economics, nanotechnology, nanotechnology in Russia, nano-industry .

Роль нанотехнологий для России трудно переоценить. В отличие от традиционных технологий металлургии, металлообработки и машиностроения, нанотехнологии позволяют собирать материальный мир с заданными свойствами из атомов практически без отходов, с минимальными затратами энергии. Так, в рамках долгосрочного Прогноза научно-технологического развития России на период до 2030 г. (ПНТР), задача развития нанотехнологий определяется как одно из приоритетных направлений стратегического развития страны[1].

В последние годы нанотехнологии становятся все более доступными, как с экономической, так и с технической стороны. Появилась возможность моделировать, осуществлять и контролировать процессы, происходящие на наноуровне. Это открывает возможности создания новых продуктов с принципиально новыми свойствами, соответственно, рождает новые потребности и новые рынки.

Сегодня nanoиндустрия – это самое перспективное направление в науке и технике. Россия, Япония, США, Китай и страны Европы на сегодняшний день формируют рынок в сфере nanoиндустрии, растущий с каждым днем. Но на российском рынке нанотехнологии относительно новый продукт, с точки зрения коммерциализации. Россия имеет достаточно богатый опыт фундаментальных, поисковых и прикладных исследований, но недостаточный опыт монетизации результатов. НИОКР. Поэтому он

реализован не достаточно тщательно, не настолько, насколько реализованы другие направления.

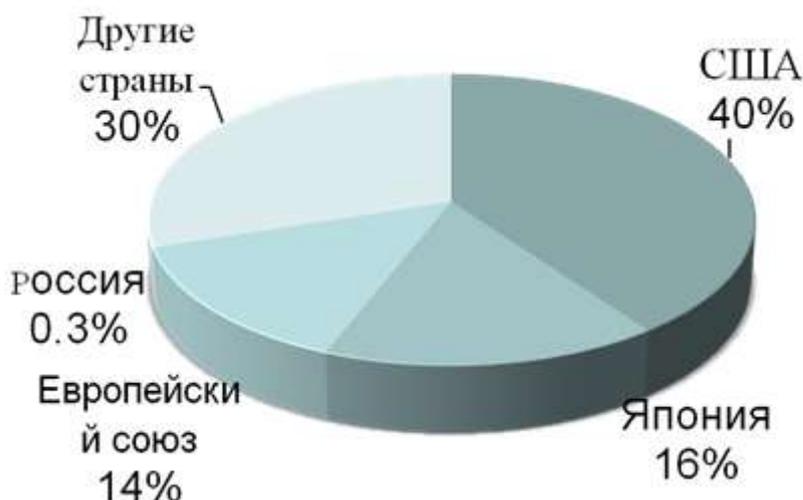


Рисунок 1. Доля стран на рынке нанотехнологий в % [2]

Исходя из данной диаграммы видно, что Россия занимает скромное место по развитию нанотехнологий.

Из данной диаграммы следует, что спрос на услуги рынка нанотехнологий в США (40-45%) значительно превышает, чем в других странах, а именно в Европе (15-20%), Японии (25-30%) и Азии (5-10%). России, чтобы преодолеть такой стратегический разрыв, необходимо развивать исследования в данной области опережающими темпами .совершить мощный технологический рывок. Нарастающее отставание ведет к тому , что при мощном научном потенциале , нам придется покупать лицензии и инжиниринговые услуги , то есть быть последователями, быть зависимыми от мировой конъюнктуры. Сбалансировать отставание на рынке продуктов, возможно за счет укрепления конкурентных позиций на рынке результатов НИОКР и интеллектуальных услуг. На этом рынке возможно формирование спроса на коммерческие продукты на основе использования российской интеллектуальной собственности .

Одной из ключевых отраслей, в которых используются нанотехнологии, как видно на рисунке 2, является отрасль – новые материалы. Структура рыночных и научных интересов соответствует мировым тенденциям и здесь для России открываются новые окна возможностей. Вот только некоторые из них. Например, особый интерес представляют такие группы инновационных продуктов и услуг, которые актуальны и востребованы в машиностроении: термостойкие наноструктурированные композиционные, керамические и металлические материалы; наноструктурированные композиционные и керамические материалы и термопроводящие и терморегулирующие покрытия; новые типы легких и высокопрочных материалов; наноструктурированные антифрикционные и адгезивные материалы; наноструктурированные гидрофобные материалы; наноструктурированные антикоррозионные покрытия; радиационностойкие и радиозащитные наноструктурированные композиционные материалы и покрытия;

наноструктурированные композиционные материалы с особыми оптическими свойствами наноструктурированные композиционные материалы с особыми электропроводящими свойствами, включая сверхпроводящие материалы; нано- и микроробототехнические системы; элементы электроники на основе графена, фуллеренов, углеродных нанотрубок, квантовых точек.

Еще одним интересным направлением для России может стать экологическое направление. Это соответствует современным мировым тенденциям. Экологическое направление включает: рациональное использование вторичных отходов за счёт внедрения нанотехнологических компонентов в химические и физические процессы, получения сверхчистых металлов и особенно редкоземельных элементов с использованием нанокатализаторов, развитие способов получения и производства наноплантов (введение нужных наночастиц в удобрения), внедрение нанотехнологий в пищевую промышленность, медицину и машиностроение [3].

По данным исследований, проведенных российской статистикой (Росстат), Россия так же, как и другие страны, имеет разработки в области нанотехнологий [3].

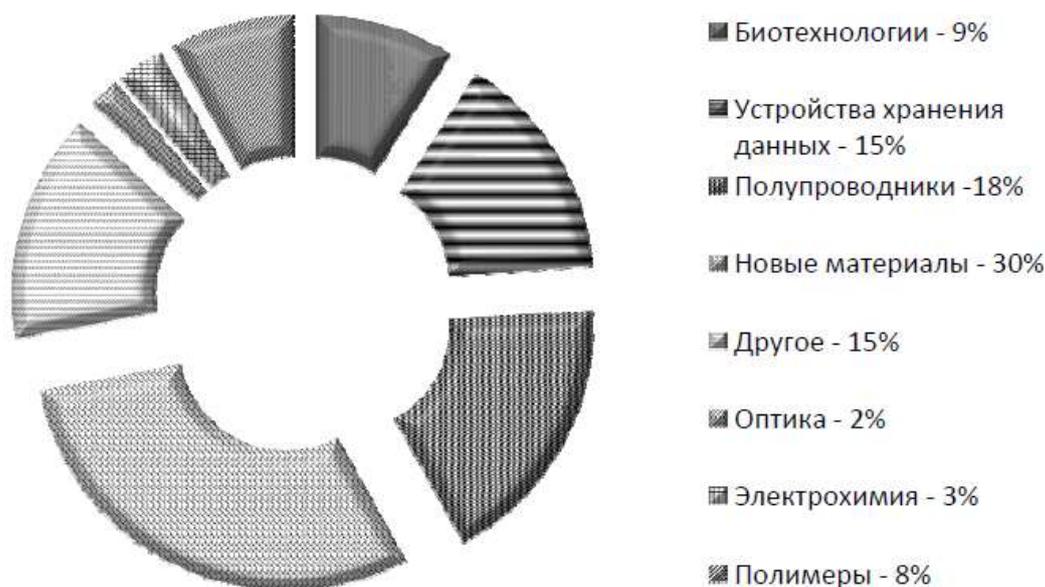


Рисунок 2. - Отрасли, в которых используются достижения нанотехнологии [3]

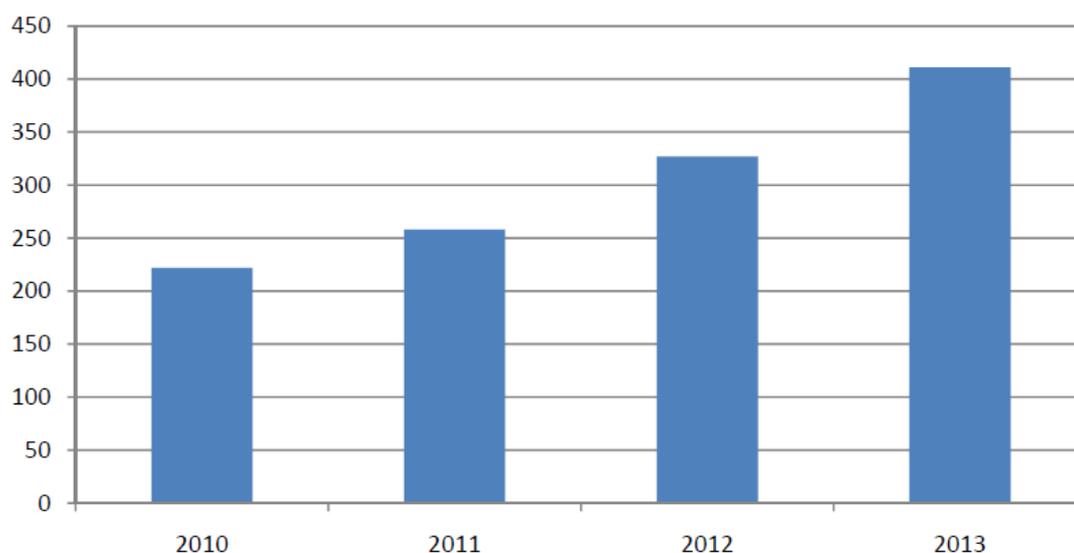


Рисунок 3 – Число разработанных нанотехнологий в целом по Российской Федерации (единиц)

Из данной диаграммы следует, что в РФ с течением времени возрастает разработка нанотехнологий. А именно, с 2010г. по 2013г. Темпы роста разработки нанотехнологий составили более 180% по сравнению с 2010 годом. На сегодняшний день тенденция сохраняется. Приращение составляет до 20% в год.

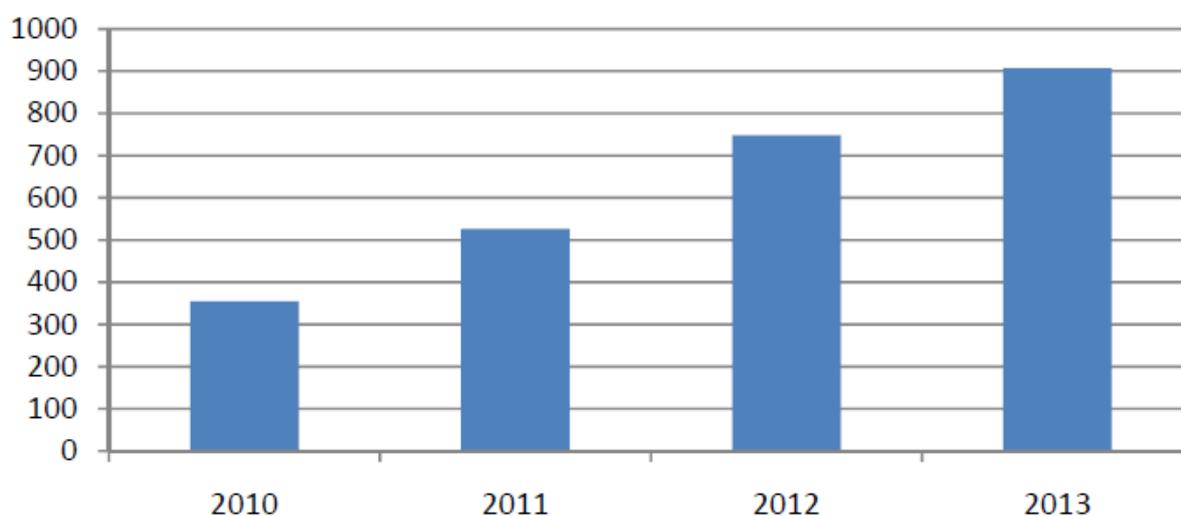


Рисунок 4 – Число используемых нанотехнологий в целом по Российской Федерации (единиц) [3].

Проанализировав представленную диаграмму, можно сказать, что число используемых нанотехнологий по РФ возрастает. Темпы роста внедрения значительно опережают темпы разработки и составляют 257% (рис.4). Это положительная тенденция. Но этого недостаточно для преодоления конкурентных барьеров. Это и является одной из причин, почему в международных рейтингах и статистических данных, Россия не представлена на рынке нанотехнологий.

Нужен мощный технологический рывок для признания России

серьезным игроком рынка нанотехнологий.

Сегодня научным сообществом ведется активное обсуждение проблем nanoиндустрии. Определены и сформулированы ближайшие задачи, которые направлены на ускорение внедрения нанопродуктов.

Следует отметить, что конкурентные позиции России в этой области невысокие, но конкурентный потенциал позволяет сделать оптимистичные прогнозы. Россия имеет существенный научно-технический задел, высокую публикационную активность.

Развитие нанотехнологий сопровождается рядом экономических конфликтов, которые в совокупности составляют проблемное поле :

-конфликт между темпами роста разработок и темпами роста использования;

-организационное отставание порождает технологическое отставание;

-конфликт между наукой и рынком - в науке действуют административные методы управления, что часто противоречит рыночным методам коммерциализации технологий;

-несоответствие российских темпов развития мировым по причине высоких административных и рыночных барьеров (зарубежные компании видят в российских разработках мощного конкурента и стремятся его либо, нейтрализовать, либо поглотить, либо перекупить);

-конфликт между предложением и спросом внутри страны -российские предприятия не готовы внедрять нанотехнологии.

Одним из серьезных барьеров внедрения нанотехнологий, является разрыв цепочки создания ценности и конфликты интересов участников этой цепочки. Носитель идеи, владелец прав на интеллектуальную собственность практически отстранен от результатов коммерциализации. Соответственно , у разработчиков нет прямого интереса в доведении разработки до рынка. Более того, разработчик не обладает компетенциями рыночного проводника и не способен оценить перспективы коммерциализации.

Таким образом, можно выделить следующие основные группы проблем (конфликтов).

Первая группа: « Разрыв между наукой и рынком».

С одной стороны – это малая доля государственного заказа. С другой стороны – отсутствие спроса со стороны частных заказчиков.

На этапе фундаментальных и поисковых исследований законы рынка практически не работают и преобладают административные механизмы регулирования направлений разработок. Поэтому на этом этапе важно формировать государственный заказ фундаментальной науке в соответствии с государственной научно-технической и инновационной политикой, а также основными направлениями социально-экономического развития и выработать объективный механизм оценки уровня приоритетности научных исследований. Но при этом, административное воздействие должно осуществляться на основе сочетания принципов саморегулирования субъектов научных исследований и государственного регулирования в

пределах, не нарушающих свободу научного творчества.

Отсутствие заказчика на научные исследования и разработки и спроса со стороны промышленности и бизнеса на инновационные технологии и инновационную продукцию ведет к тому, что, при высоком уровне публикационной активности, при высоком научно-техническом заделе, результаты коммерциализации составляют менее 10% от возможного.

С одной стороны, российские ученые пока еще не умеют работать на конкретный заказ, выполнять его в сжатые сроки, строго следуя техническому заданию. Они ориентированы, как правило, на процесс и научно-технический результат.

С другой стороны, потенциальные заказчики - предприятия, тоже не готовы внедрять новые технологии, которые требуют инвестиций, требуют масштабной перестройки материально-технической базы, кадрового передела. Все это нарушает их экономическую устойчивость и демотивирует к внедрению инноваций. Чаще бывает дешевле купить уже готовую, отработанную технологию, даже уже не мирового уровня новизны.

Вторая группа: «Разрыв между наукой и производством». Сегодня можно констатировать изолированность академических научных организаций от промышленных предприятий, с одной стороны, и инновационно и технологически невосприимчивую промышленность, с другой стороны.

В России сегодня развиваются параллельно две независимые системы – промышленный сектор, который, в большей степени ориентирован на импорт новых технологий и сектор науки и технологии, который, также ориентирован на зарубежные рынки наукоемкой продукции. Чаще всего, сектор науки и технологий выходит на рынки результатов НИОКР и прав на них, а не на рынки готовой продукции, что соответственно не позволяет получать высокие и устойчивые доходы.

Эти факторы являются мощными препятствиями на пути преобразования российской системы научных исследований и разработок в российскую систему инноваций. Необходимо более тесно связать сектор науки и технологий с промышленным сектором. Первый не может развиваться в условиях отсталого промышленного сектора, также как рост науки и технологий не будет происходить без спроса со стороны отечественных предприятий на инновационную продукцию. Сегодня стала популярной теория «тройной спирали», утверждающая, что только при взаимодействии науки, бизнеса и государства возможны успехи в инновационной сфере. Поэтому важно соединение интересов участников через систему институтов. Например, необходимо развитие центров трансфера технологий или государственного агентства трансфера, которые будут осуществлять коммуникации между этими секторами. Должны быть механизмы, увязывающие интересы всех участников цепочки создания ценности.

Третья группа: «Неэффективная организация коммерциализации».

Отсутствуют опыт и эффективные механизмы системной интеграции

результатов исследований и разработок и превращения их в законченный (кондиционный) общественно-полезный продукт. Научные работники часто не осознают или переоценивают промышленный потенциал и значимость своих разработок, не видят коммерческий потенциал и часто ограничивают доступ к своим технологиям со стороны промышленных заказчиков.

Чаще всего, отсутствие стратегического видения перспектив технологий у руководителей и научных сотрудников академических институтов ведет к тому, что ноу-хау и технологии, способные в перспективе приносить огромную прибыль, за бесценок продаются западным компаниям.

Практически не развиты механизмы трансфера технологий. Нет опыта работы в условиях «открытых инноваций». Нет положительного опыта монетизации технологий таким образом, чтобы все участники получили экономическую выгоду. Часто разработчик остается с наименьшей выгодой. Мало профессиональных менеджеров, способных продвинуть технологии. Связано это с низким уровнем инновационной культуры.

Четвертая группа: «Низкий уровень инновационной культуры»

Отсутствие инновационной культуры инновационного менеджмента, опыта взаимодействия с промышленным сектором и навыков внедрения результатов исследований и разработок в экономический оборот и их дальнейшей коммерциализации

До тех пор пока результаты исследований не будут вовлечены в экономический оборот, они не будут производить прибыль. Успешная стратегия развития науки и технологии должна быть интегрирована с общей стратегией развития частного бизнеса и промышленного сектора и должна оперативно реагировать на их потребности.

Необходимо создать действенную систему и экономические механизмы, стимулирующие вовлечение инноваций и новых технологий в экономический оборот с использованием коммерческого опыта частного бизнеса.

Нужна полномасштабная инновационная инфраструктура, обеспечивающая развитие и поддержку всех стадий инновационного процесса исследований и разработок в области нанотехнологий. Все объекты инновационной инфраструктуры должны согласовано работать, не создавая узких мест и препятствий во всем цикле: от проведения фундаментальных научных исследований и разработок до создания, освоения производства и выведения на рынок новых наукоемких продуктов нанотехнологий. Инфраструктура должна быть представлена финансовыми, инвестиционными институтами, научно-технологическими и бизнес-площадками, кадровыми инкубаторами, технопарками, центрами коллективного пользования, ресурсными центрами ит.п.

Таким образом, выявление проблем, осознание их масштаба позволит найти адекватные механизмы их разрешения и сделать нанотехнологии источником экономического роста России.

Использованные источники:

1. Прогноз научно-технологического развития России: 2030. Новые материалы и нанотехнологии/ под. ред. Л.М. Гохберга, А.Б. Ярославцева. – Москва: Министерство образования и науки Российской Федерации, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2014. – 52 с
2. Электронный ресурс: <http://www.luxresearchinc.com> – Официальный Интернет-сайт аналитической компании Lux Research.
3. Электронный ресурс: http://www.nanotech.ru/fr-2014/_private/report-conf.pdf

*Затонская Н.А.
студент*

Институт экономики и управления

Ловяникова В.В., к.э.н.

доцент

СКФУ

Россия, г. Ставрополь

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Трансфертная цена – цена, устанавливаемая на товар, продаваемый или покупаемый различными подразделениями однородной компании или участниками однородной группы компаний. Трансфертные цены позволяют перераспределять общую прибыль группы компаний в пользу тех, которые находятся в государствах с более низкими налогами. Это – самая простая и широко распространенная схема минимизации налогообложения.

Само понятие “трансфертное ценообразование” будет толковаться как – реализация взаимозависимыми лицами различных услуг или товаров, которая осуществляется по внутрифирменным ценам. Благодаря ему обеспечивается перераспределение общего дохода нескольких граждан в пользу лиц, проживающих в странах с гораздо более низким налогообложением. Данная схема является самой простой и популярной в международном налоговом планировании. Целью трансфертного ценообразования считается минимизация уплачиваемых налогов. Они контролируются фискальными органами.

Установленные требования по трансфертному ценообразованию применяются при проведении разнообразных сделок, которые заключаются с взаимозависимыми лицами с огромным оборотом, а также с иностранными взаимозависимыми лицами вне зависимости от размера оборота. По каждой сделке делается отчет по трансфертному ценообразованию, и подаются соответствующие уведомления в налоговую инстанцию.

С 1 января 2012 вступили в силу новые российские правила трансфертного ценообразования. Новый закон направлен на адаптацию российских правил трансфертного ценообразования к практике,

применяемой Рекомендациям Организации по экономическому сотрудничеству и развитию (ОЭСР). Новые российские условия дают налоговым органам больше информации о трансфертных ценах и методах, используемых во внутригрупповых сделках [1].

Согласно практике Министерства финансов Российской Федерации, в области трансфертного ценообразования это одна из самых трудных форм налогового контроля.

В этом отношении Федеральная налоговая служба России последовательно и систематически оказывает поддержку российским налогоплательщикам в объяснении новых правил контроля цен. К настоящему моменту ею были выпущены рекомендации по вопросам подготовки уведомления и сообщения о документах, заключению соглашений по оценке, некоторым регламентам. Активная объяснительная работа проводится также специалистами Министерства финансов Российской Федерации, в особенности в сфере управления трансфертным ценообразованием и международного сотрудничества Федеральной налоговой службы России.

Главными целями управления трансфертным ценообразованием относятся следующее:

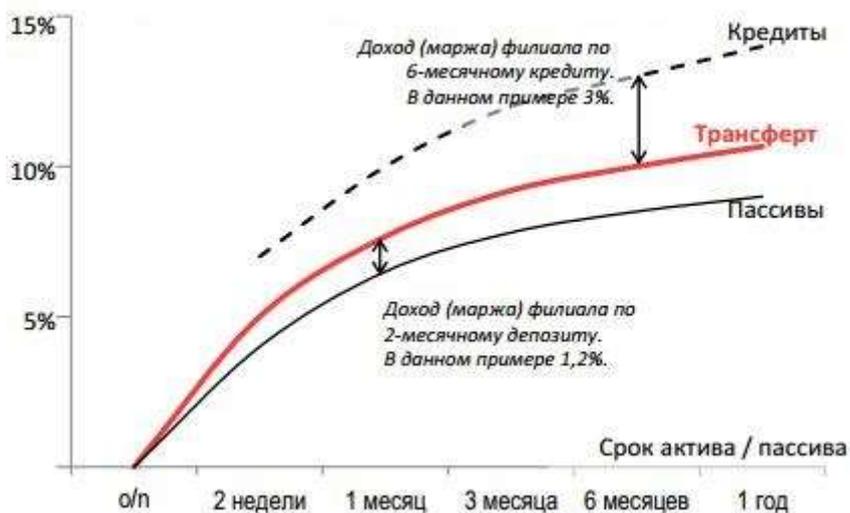
- Методологическая и организационная поддержка работы Службы и территориальных налоговых органов относительно контроля соблюдения цен в сделках к рыночным ценам [3].
- Анализ и оценка процессов на внешних и внутренних рынках российских товаров, налоговые последствия сделок между взаимозависимыми организациями и сделкам, приравненным к ним.
- Контроль соблюдения законодательства Российской Федерации о налогах и сборах, а также инструкций, принятых относительно контроля соблюдения цен в сделках [2].
- Рассмотрение заявлений для заключения соглашения об оценке для налогообложения и документов, приложенных им, подготовке решений. Результаты рассмотрения заявлений для заключения соглашения об оценке для налогообложения и документов, приложенных к ним.
- Разработка предложений для улучшения налогового законодательства, автоматизации методов управления соблюдением цен в сделках с рыночной ценой.

Трансфертное ценообразование происходит по нескольким методам, которые разделяются на несколько категорий. Наиболее распространенными считаются традиционные методы сделок: метод цены дальнейшей реализации и метод сопоставимых цен на рынке, а также метод затрат. Методы сделок на основе дохода используются только, если они соответствуют особенностям проводимой операции: распределения прибыли и сопоставимой рентабельности.

Трансфертные ставки рассчитываются на основе кривой рыночной доходности (рисунок 1). Кривая доходности строится на основе выбранных

рыночных индикаторов без рискованного вложения банка в определенной валюте на соответствующий срок.

Рисунок 1 - Кривая трансфертных ставок



Ставки регулярно задаются Головной организацией исходя из прогнозов изменения рынка, текущего уровня ставок, рейтинга банка и прочих факторов. Не предусмотрена торговля ресурсами между Головной организацией и филиалом (наподобие межбанковского рынка). Ставки к активам и пассивам применяются автоматически по утвержденным заранее таблицам (срок/валюта/продукт). Система позволяет регистрировать самостоятельные рассчитанные банком прогнозные значения трансфертных ставок. Если такой практики в банке нет, то на этот случай, в системе заложен механизм автоматического расчета таких таблиц.

Политика трансфертного ценообразования является одним из ключевых аспектов финансового управления в холдинговых структурах, будучи тесно связанной с кредитной, налоговой, инвестиционной и амортизационной политикой. Благодаря возможности проведения гибкой финансовой политики создание холдинговых структур является одним из наиболее распространенных способов реструктуризации компаний.

Использованные источники:

1. www.pwc.com/internationaltp
2. <http://minfin.ru/ru/>
3. <https://www.nalog.ru/rn26/>

СОДЕРЖАНИЕ И АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ»

Аннотация: В данной статье рассматривается понятие «инвестиционная привлекательность» как важный элемент экономической системы, требующий особого внимания и детального анализа.

Ключевые слова: экономика, капиталовложения, инвестиции, инвестиционная привлекательность.

Abstract: This article explores the concept of "investment attractiveness" as an important element of the economic system, which requires special attention and detailed analysis.

Keywords: economy, investment, investment, investment attractiveness.

Инвестиционная привлекательность в настоящее время является одной из главных вопросов в современной экономической теории и практики. Обычно понятие «инвестиционной привлекательности» означает наличие таких условий инвестирования, которые воздействуют на предпочтения инвестора в выборе такого же или другого объекта инвестирования [13]. Принятие оптимальных управленческих решений в сфере инвестиций требует тщательной их проработки, решения ряда правовых, организационных, информационных и аналитических задач. В этом смысле одной из приоритетных является задача сравнительного анализа показателей экономического и социального развития регионов [6].

Инвестиционная привлекательность регионов является неотъемлемой частью при планировании капиталовложений в отрасль. Поэтому существует острая необходимость в разъяснении понятия «Инвестиционная привлекательность».

Например, Бланк И.А. под инвестиционной привлекательностью понимает обобщающую характеристику преимуществ и недостатков инвестирования отдельных направлений и объектов с позиции конкретного инвестора [2].

По мнению Смирновой Н.В. инвестиционная привлекательность рассматривается как оценка объективных возможностей состояния объекта и направлений инвестирования, формируемая при подготовке принятия решения инвестором [11].

Для наиболее конкретного понимания понятия инвестиционной привлекательности в таблице представлены основные его определения.

Таблица 1 – Определения понятия «Инвестиционная привлекательность»

Автор	Трактовка понятия «Инвестиционная привлекательность»
Северюгин Ю.В.	Система количественных и качественных факторов, характеризующая платежеспособный спрос предприятия и

	инвестиций [12].
Валинурова Л.С. и Казакова О.Б.	Совокупность различных объективных признаков, свойств, средств, возможностей системы, обуславливающих потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции [4].
Плонская Н.И.	Обобщающая характеристика с точки зрения перспективности, выгоды, эффективности и минимизации риска вложения инвестиций в его развитие за счет собственных средств и средств других инвесторов [10].
Анищенко Ю.А.	Процесс всестороннего исследования всех сторон его деятельности с целью объективной оценки достигнутого уровня инвестиционной привлекательности, изменения его в динамике в сравнении с бизнес-планом и нормативными значениями, под воздействием различных факторов [1,].
Крейнина М.Н.	Обобщающая характеристика преимуществ и недостатков инвестирования отдельных направлений и объектов с позиции конкретного инвестора [8]
Бочаров В.В.	Наличие экономического эффекта (дохода) от вложения денег при минимальном уровне риска [3]
Крылов Э.И.	Инвестиционная привлекательность - это самостоятельная экономическая категория, характеризующаяся устойчивостью финансового состояния предприятия, доходностью капитала, курсом акций и уровнем выплачиваемых дивидендов [9].
Крадинов И.С.	Инвестиционная привлекательность - система экономических отношений между субъектами хозяйствования по поводу эффективности развития бизнеса и поддержания его конкурентоспособности на основе собственного и привлеченного капитала [7].
Станекова М.М.	Инвестиционная привлекательность - это наличие экономического эффекта (дохода) от вложений свободных денежных средств в корпоративные ценные бумаги при минимальном уровне риска [15].
Тарасов В.М.	Инвестиционная привлекательность — это объективная экономическая категория, характеризующая совокупность средств, обуславливающих поведение инвестора относительно отрасли [17].
Страмов А.А.	Инвестиционная привлекательность - это обобщающая характеристика преимуществ и недостатков отдельных объектов инвестирования с позиций конкретного инвестора по формируемым им критериям [16].
Волков И.М.	Инвестиционная привлекательность – совершенствование инвестиционного законодательства, стабилизация банковской системы, предоставление налоговых льгот, защита прав инвесторов, информационная открытость [5].
Смирнова Н.В.	Инвестиционная привлекательность - это оценка объективных возможностей состояния объекта и направлений инвестирования, формируемая при подготовке принятия решения инвестором [14].

Для формулировки собственного подхода к определению термина «инвестиционная привлекательность» авторами статьи выделены основные структурные элементы рассматриваемого понятия (таблица 2):

Таблица 2 – Основные структурные элементы к определению «инвестиционная привлекательность»

Автор \ Элемент	Северюгин Ю.В.	Валинурова Л.С.	Плонская Н.И.	Анищенко Ю.А.	Крейнина М.Н.	Бочаров В.В.	Крылов Э.И.	Крадинов И.С.	Станекова М.М.	Тарасов В.М.	Страмов А.А.	Волков И.М.	Смирнова Н.В.
Интересы инвестора					+					+	+		+
Совокупность факторов	+	+		+				+				+	
Соотношение доходов и риска			+			+	+		+				

Авторами статьи предложено следующее определение инвестиционной привлекательности, исходя из выделенных авторами структурных элементов. Инвестиционная привлекательность – это экономическая категория, характеризующаяся совокупностью количественных и качественных факторов, от влияния которых определяется желание инвесторов пойти на определенный риск с целью обеспечить приток инвестиций.

Таким образом, внесены уточнения в понятийный аппарат финансового менеджмента в части оценки инвестиционной привлекательности, учитывающие существующие подходы и авторские модели к ее определению.

Использованные источники:

1. Анищенко Ю.А., Логачева И.А. Сравнительный анализ подходов к оценке инвестиционной привлекательности предприятия // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М.Ф. Решетнева. – 2009. - №2. – С.422-427.
2. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента: Учебник. – М.: Омега-Л, 2012. – 1330 с.
3. Бочаров В.В. Инвестиции. СПб: Питер, 2009 – 384 с.
4. Валинурова Л.С., Казакова О.Б. Управление инвестиционной деятельностью: учебник – М.: КНОРУС, 2005. – 384 с.
5. Волков И.М. Оценка инвестиционной привлекательности регионов // Журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. - № 3. – С. 74-78.
6. Ершова И.Г. Оценка уровня социально-экономического развития региона // Актуальные вопросы развития современного общества. – 2011.
7. Крадинов И.С. Инвестиционная привлекательность: теоретический аспект // Экономика и экономические науки. – 2014. - № 5. – С. 89-92.
8. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент. М.: Дело, 2009. – 399 с.
9. Крылов Э.И. Коммерческая привлекательность инвестиционных проектов //

Экономика и экономические науки. – 2015. -№ 6. – С. 78-83.

10.Плонская Н.И. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия // Научный Вестник МГТУ. – 2006. - №110. – С. 73-77.

11.Ростиславов Р.А. Инвестиционная привлекательность предприятия и факторы, влияющие на нее // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2010. - №2. – С.54-57.

12.Севрюгин Ю.В. Оценка инвестиционной привлекательности промышленного предприятия: авторы. к.э.н. Ижевск, 2004. 27 с.

13.Ситникова Э.В. Повышение инвестиционной привлекательности региона в решении проблем его устойчивого сбалансированного развития // Регион: система, экономика, управление. – 2013. – №4. – С.145

14.Смирнова Н.В. Оценка инвестиционной привлекательности в условиях реструктуризации экономики // Финансовые менеджмент. – 2013. - №112. – С. 37-47.

15.Станекова М.М. Проблемы инвестиционной привлекательности // Экономика и экономические науки. – 2015. - №5. – С. 32-35.

16. Страмов А.А. Инновационно-инвестиционная привлекательность региона // Экономические и юридические науки. – 2015. - №2. – С.54-57.

17.Тарасов В.М. Моделирование инвестиционного процесса // Филология и культура. – 2010. -№ 8. – С. 25-30.

*Зверева А.С.
студент 4 курса
институт управления
НИУ «БелГУ»
Россия, г. Белгород*

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ДЕФИЦИТА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ РАБОЧИХ КАДРОВ

Аннотация: данная статья посвящена изучению профессиональной ориентации молодежи на рабочие профессии в условиях дефицита профессиональных рабочих кадров.

Ключевые слова: профессиональная ориентация, молодежь, рабочие профессии, дефицит, рынок труда.

Abstract: the article is devoted to the study of professional orientation of youth workers to the profession the shortage of professional staff.

Key words: professional orientation, young people, jobs, the deficit, the labour market.

Рынок труда молодежи является особым социально-демографическим сегментом российской экономики, подчиняющимся собственным закономерностям, которые необходимо учитывать в политике занятости.

Молодежь – особая группа трудовых ресурсов, которые характеризуются высокой социальной и трудовой мобильностью, имеет способность к постоянной смене трудовых функций, молодые люди готовы к

инновациям, характеризуются излишней эмоциональностью, неустойчивостью поведения, отсутствием производственного стажа и опыта работы, наличия низкого профессионального статуса.

Ситуация на молодежном рынке труда неблагоприятная. Ключевые социально-экономические проблемы молодых людей, связаны с приобретением профессии и выходом на рынок труда[1].

Актуальность изучения форм профессиональной ориентации молодежи в условиях дефицита профессиональных рабочих кадров заключается в том, что категория молодежь, как наиболее активная, мобильная и динамичная часть населения, является трудовым потенциалом страны и должна соответствовать современным потребностям рынка труда[2].

В условиях реформирования экономики России повышается спрос на квалифицированных рабочих, возрастает конкуренция в среде работодателей за лучшие кадры. Работник современного производства с его потребностями в саморазвитии и самореализации становится высшей ценностью. По этому поводу, определяя социальную политику для России, Президент РФ В.В. Путин отметил, что сегодняшний рабочий как становой хребет экономики – это ответственный исполнитель сложных и меняющихся технических регламентов. Квалификация рабочего, его профессиональная честь и гордость – решающий фактор конкурентоспособности. От качества подготовки кадров по рабочим профессиям для реализации новых производственных технологий, от политики государства в решении этой проблемы во многом зависят будущее нашего государства, его экономическая и политическая безопасность.

Однако за последние десятилетия престиж рабочих профессий резко упал, число желающих трудиться в этой сфере значительно сократилось. Соответственно на промышленных и сельскохозяйственных предприятиях возникла их острая недостаточность. Эта проблема, рассматриваемая как одна из главных в модернизации экономики государства, была озвучена на специальных заседаниях Правительства РФ, где подчеркивалось, что среди заявленных работодателями вакансий 71% (более чем 2/3) составляют именно рабочие профессии. Было отмечено, что в решении этого вопроса наблюдается рассогласованность действий системы образования и реального производства. Предпринимаемые меры не решают проблемы «кадрового голода»: сокращается численность учреждений профессионального образования по подготовке на рабочие специальности, наблюдается устойчивое снижение численности обучающихся в них. В этой связи «рынок труда квалифицированных рабочих нуждается в серьезных переменах».

Устранение данной диспропорции должна обеспечить комплексная модернизация системы профессионального образования. Для этого в рамках Федеральной целевой программы развития образования на 2016-2020 годы предусмотрена поддержка региональных комплексных программ развития профессионального образования, основное финансирование которых предусматривается из средств региональных и местных бюджетов,

внебюджетных источников, средств федеральной поддержки. Разрабатываемые регионами программы должны предусматривать реализацию комплекса мероприятий по увеличению числа обучающихся по рабочим профессиям и специальностям[3].

Важное значение в развитии профессионального образования молодежи должно уделяться профессиональной ориентации молодежи, предоставлению информации о востребованных престижных, высокооплачиваемых рабочих профессиях, о перспективах трудоустройства, подготовке кадров на производстве, организации производственных практик, оказанию финансовой поддержки модернизации учебного процесса, контрактной подготовке рабочих кадров, повышению их квалификации, обеспечению достойной зарплаты и решению социальных вопросов молодых работников предприятий.

Анализ практики общеобразовательных учреждений свидетельствует о недостаточном уровне оказания педагогической помощи и содействия выпускникам школ в их самоопределении в сфере рабочих профессий с учетом интересов школьников и реальных потребностей рынка труда. Профессиональное самоопределение осуществляется школьниками зачастую интуитивно и заранее не прогнозируется. Что касается влияния сложившейся культурно-образовательной среды, то и она недостаточно обеспечивает проявление склонностей и индивидуальных возможностей выпускников общеобразовательных школ в учебно-профессиональной деятельности. В то же время современная общеобразовательная школа осознает необходимость в помощи самоопределению старшеклассников.

Система среднего профессионального образования является основой подготовки квалифицированных кадров для предприятий городского и сельского хозяйства, в том числе для строительства, транспорта, связи, машиностроения, пищевой промышленности, потребительского рынка, и других сфер городского хозяйства и всей его инфраструктуры.

Комиссия при Президенте Российской Федерации по модернизации и технологическому развитию экономики России обозначила основные мероприятия, которые должны лечь в основу региональных комплексных программ развития профессионального образования: комплекс мероприятий, способствующих повышению престижа рабочих специальностей, включая использование возможностей социальной рекламы, ознакомление учащихся с перспективами трудоустройства по выбираемой специальности и условиям работы на предприятиях и в организациях, профориентационные мероприятия и меры дополнительной социальной поддержки выпускников учреждений начального и среднего профессионального образования, избравших работу по профильной специальности, обеспечений гарантий трудоустройства.

Следовательно, популяризация рабочих профессий и инженерных специальностей является важной задачей, как государства, так и каждого региона.

Использованные источники:

1. Долгова А. Полная и эффективная занятость молодежи – условие повышения конкурентоспособности страны // Человек и труд. 2013. №8. С. 38-41.
2. Руденко Г.Г, Савелов А.Р. Специфика положения молодежи на рынке труда // СОЦис. 2010. №3. С. 101-107.
3. Вайнштейн, М.Л. Информационное обеспечение процесса ориентации учащихся на рабочие профессии: автореф. дис. ... канд. пед. наук [Текст] / М.Л. Вайнштейн. – Казань : Добросвет, 2012. – 27 с.

Зверева Г.П., к.э.н.

доцент

кафедра экономики и менеджмента в АПК

Орловский государственный аграрный университет

Толкачева Д.С.

студент 2 курса

факультет «Экономический»

Россия, г. Орел

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА

Аннотация.

В работе рассмотрена сущность понятия «себестоимость продукции». Выявлены основные направления снижения затрат на сырье и материалы как основного элемента структуры себестоимости продукции, а также предложены пути снижения доли данной статьи затрат в структуре себестоимости продукции.

Ключевые слова: себестоимость, продукция, расходы, сырье и материалы, структура себестоимости.

Annotation.

The paper considers the essence of the "cost of production" concept. The basic direction of reducing the costs of raw materials and supplies as a key element of production cost structure, as well as the ways of reducing the share of the cost items in the structure of production costs.

Keywords: costs, production costs, raw materials, the cost structure.

В современных условиях хозяйствования одним из методов повышения эффективности производства является обоснованное снижение себестоимости производимой продукции.

Себестоимость продукции является одним из наиболее важных показателей экономической эффективности сельскохозяйственного производства. Она показывает, во что обходится производство сельскохозяйственной продукции конкретному предприятию. В себестоимости получает отражение качественная сторона хозяйственной деятельности предприятий: эффективность использования производственных ресурсов, состояние технологии и организации производства, внедрение

достижений науки и передового опыта, уровень управления хозяйством.

Показатель себестоимости продукции необходим для обоснования рационального размещения и специализации сельскохозяйственного производства, определения его экономической эффективности, установления уровня цен на сельскохозяйственную продукцию.

Прежде чем провести анализ основных направлений снижения себестоимости продукции следует рассмотреть сущность данного понятия.

Таблица 1 – Подходы различных авторов к определению сущности себестоимости.

Автор	Определение понятия «себестоимость»
Бухалков М.И.	себестоимость представляет собой суммированную стоимостную оценку используемых в процессе изготовления и сбыта товаров, природных, производственных, трудовых и других ресурсов [2].
Петренко С.Н.	себестоимость продукции – это выраженные в денежной форме затраты на производство и реализацию продукции[6].
Бакаев А.С. и Безруких П.С.	себестоимость продукции (работ, услуг) представляет собой стоимостную оценку использованных в процессе производства продукции (работ, услуг) материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятия [1].

Для установления направлений снижения себестоимости в животноводстве и выбора основных факторов, влияющих на главную цель животноводства, нами был проведен предварительный анализ факторов.

К внешним факторам относятся:

- экономическая среда, в которой функционирует предприятие (финансовая и инвестиционная политика государства, налоговая система, таможенная политика, мировой рынок, рыночный спрос и цены на продукцию, правовая форма хозяйствования, наличие перерабатывающих предприятий, наличие конкурентов);
- научно-техническая среда (появление новых научно-технических открытий и новых технологий);
- политическая обстановка (международное положение страны, аграрная политика страны);
- юридическая среда (изменения в законодательстве страны, решения областных, районных и местных органов власти);
- природно-климатические условия (климат, почвы, природные ресурсы);

- географические особенности (удаленность от городов, наличие и развитость транспортной сети).

Внешние факторы обладают подвижностью и неопределенностью. Подвижность внешних факторов - это скорость, с которой происходит изменение их влияния на предприятие и отдельные его отрасли. Скорость изменения влияния внешних факторов в последние годы увеличивается, что требует постоянного внимания и незамедлительной реакции на них со стороны предприятий [3].

К внутренним факторам, оказывающим влияние на экономическую эффективность молочного скотоводства, следует отнести:

- финансовое обеспечение (капитал, доходы, кредит, финансовая отчетность);
- технику (постройки, система машин, оборудование ферм, транспортные средства, уровень механизации производственных процессов, дороги);
- технологию (воспроизводство стада, племенная работа, система кормопроизводства и кормообеспечения, способы содержания скота, система ветеринарных мероприятий);
- трудовой потенциал (управление кадрами, численность трудоспособного населения, возрастной состав, образование и квалификация, организация труда, оплата труда, социальное обеспечение);
- организацию (планирование производства, размеры и размещение ферм, состав и структура стада, материально-техническое снабжение, маркетинг) [5].

Резервы сокращения затрат устанавливаются по каждой статье расходов за счет конкретных инновационных мероприятий, которые будут способствовать экономии заработной платы, сырья, материалов, энергии, сырья и прочих затрат [4].

Механизм минимизации себестоимости должен учитывать технологические, технические, экономические, социальные и биологические особенности отрасли скотоводства.

Рассмотрим структуру затрат в с/х организациях, занимающихся скотоводством на примере ООО «Коротыш» Ливенского района Орловской области (рис. 1).

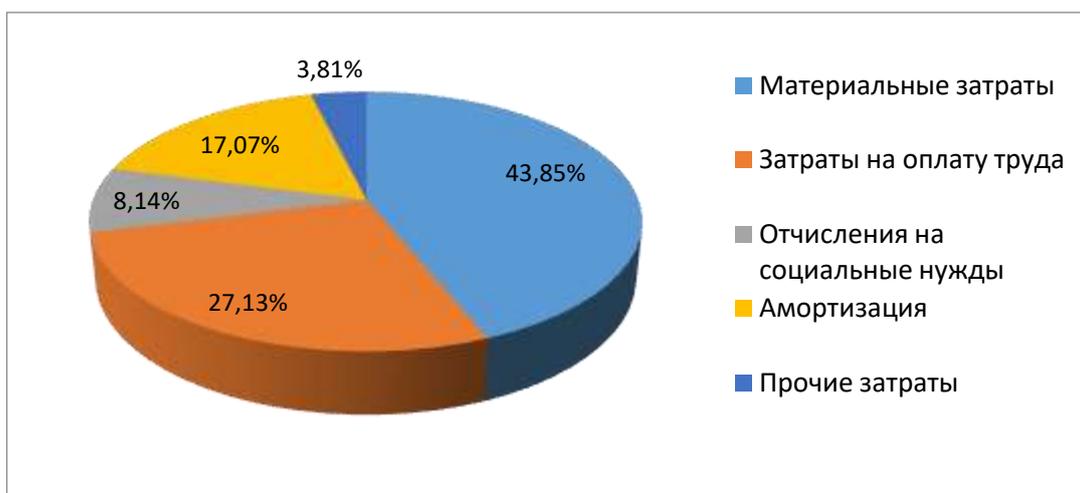


Рис. 1. Структура затрат на основное производство по отрасли животноводства в ООО «Коротыш»

Как видно из представленного рисунка в структуре затрат наибольший удельный вес приходится на материальные затраты (что впрочем характерно для большинства предприятий). Поэтому основные направления снижения себестоимости продукции животноводства, должны быть направлены на поиск резервов по сокращению материальных затрат.

Исходя из представленных факторов, основными путями сокращения материально-денежных затрат в процессе производства продукции животноводства являются следующие:

- повышение технического уровня и комплексной механизации производства, применение новых машин и оборудования;
- внедрение прогрессивных технологий производства;
- повышение качества производственных ресурсов (машин, оборудования, скота, семян, кормов, удобрений и т.д.);
- снижение фондоемкости производства (эффективное использование основных производственных средств, зданий и сооружений);
- снижение материалоемкости производства (эффективное использование материально-технических ресурсов);
- сокращение затрат по организации производства и управлению;
- внедрение ресурсо- и энергосберегающих технологий;
- совершенствование организации и материального стимулирования труда;
- развитие механизации и повышение концентрации производства;
- повышение продуктивности скота;
- внедрения лучших высокопродуктивных сортов и гибридов пород животных;
- улучшение качества и сокращение потерь продукции животноводства;
- изменения цен на материальные ресурсы и основные средства.

Снижение себестоимости продукции - один из основных источников накоплений, обеспечения расширенного производства на основе ускорения

научно-технического прогресса во всех отраслях сельскохозяйственного производства. Чем дешевле производство сельскохозяйственной продукции, тем большими возможностями будет располагать общество для снижения розничных цен на продовольственные товары, тем полнее будут удовлетворяться потребности людей, тем конкурентоспособнее будет продукция.

Использованные источники:

1. Бакаев А.С. Бухгалтерский учет: учебник. 4-е изд. перераб. и доп. / А.С. Бакаев, П.С. Безруких. – М.: Бухгалтерский учет, 2012. – 719 с.
2. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование: учебник. 2-е изд. испр. и доп. / М.И. Бухалков. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 264 с.
3. Обухова Т.Н. Основные направления снижения себестоимости производства молока // Экономические науки. - 2008. - №2. - С.228-232.
4. Ежкова И. В. Концепция управления себестоимостью продукции на предприятии // Молодой ученый. — 2011. — №5. Т.1. — С. 180-183.
5. Лютова И. И. Снижение себестоимости продукции, как результат оптимизации производственного процесса / И. И. Лютова // Бизнес в законе. – 2013. – №5. – С. 219–227.
6. Петренко С.Н. Контроллинг: учебное пособие / С.Н. Петренко. – К.: Нина-Центр, Эльга, 2014. – 328 с.

*Зеленская М. Ю.
студент 3 курса
факультет «Финансы и кредит»
Блохина И. М., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы»
Кубанский государственный аграрный университет
Россия, г. Краснодар*

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ВНЕШНИЙ ДОЛГ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье рассматривается проблема внешнего государственного долга России и его влияние на финансовое положение страны. Определены причины увеличения задолженности государства, а так же меры по ее сокращению.

Ключевые слова: государственный внешний долг, структура внешнего долга, дефицит бюджета, государственные заимствования, проблема задолженности.

EXTERNAL PUBLIC DEBT OF THE RUSSIAN FEDERATION

In article the problem of an external public debt of Russia and its influence on a financial position of the country is considered. The reasons of increase in debt of the state, and also measures for her reduction are defined.

Keywords: external public debt, the structure of external debt, budget deficit, government borrowing, debt problem.

Проблема высокого уровня государственного долга актуальна не только в России, но и в зарубежных странах. Темпы роста доходов бюджета не всегда соответствуют растущим расходам, что приводит к дефициту бюджета. Основным способом его финансирования являются государственные заимствования, вследствие чего образуется государственный долг.

Государственный долг подразделяется на внешний долг, т.е. обязательства перед нерезидентами в иностранной валюте, и внутренний долг - обязательства перед резидентами в рублях.

Долговые обязательства Российской Федерации существуют в форме кредитных соглашений, подписанных от имени Российской Федерации с кредитными организациями, иностранными государствами и международными финансовыми организациями; государственных ценных бумаг; договоров о предоставлении государственных гарантий; переоформления долговых обязательств третьих лиц в государственный долг. Государственный долг погашается в сроки, установленные условиями займов, но срок не может превышать 30 лет.

Государственный внешний долг РФ на 1 января 2016 год составил 50002,3 млн. долл. США [1].

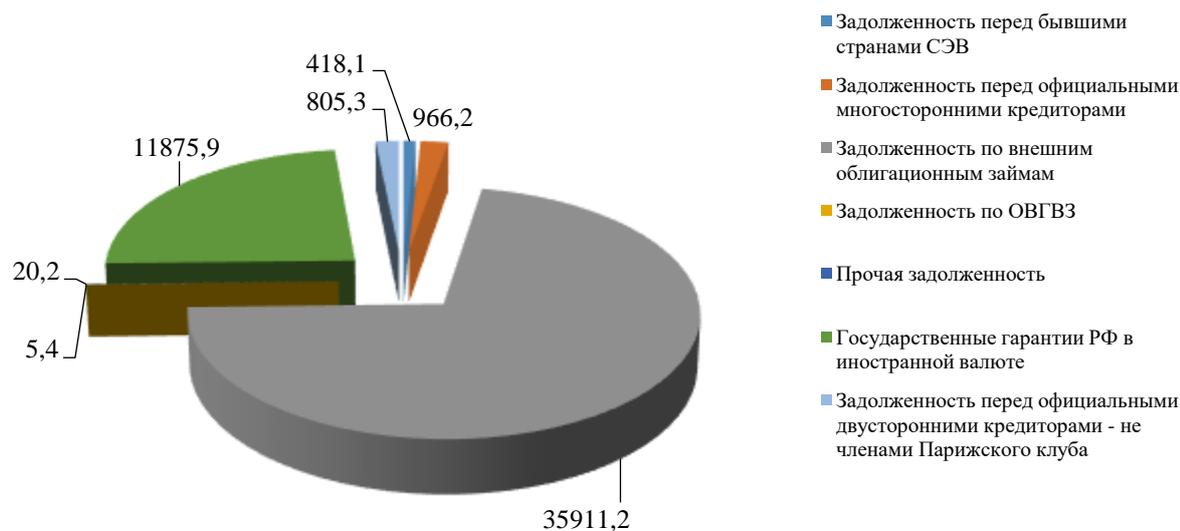


Рисунок 1 - Структура государственного внешнего долга Российской Федерации по состоянию на 1 января 2016 года, млн. долл. США

Из рисунка 1 видно, что наибольшую долю в структуре государственного внешнего долга РФ занимает задолженность по внешним облигационным займам 35 911,2 млн. долл. США или 78,8 %. Наименьшую долю составляет задолженность по ОВГВЗ (облигации внутреннего государственного валютного займа) 5,4 млн. долл. США или 0,01 %.

В январе 2015 г. государственный внешний долг РФ составлял 54,36 млрд. долл. США, это говорит о его уменьшении в 2016 г. на 8% по сравнению с 2015 г.

По сумме государственного внешнего долга Россия занимает далеко не первое место (таблица 1).

Таблица 1 - Рейтинг стран по уровню государственного внешнего долга

№	Страна	2015 г., % к ВВП
1	Япония	248
2	Греция	178
3	Ливан	139
4	Италия	132
5	Португалия	128
6	Эритрея	127
7	Ямайка	124
8	Кабо-Верде	119
9	Бутан	115
	...	
63	Россия	18

Из данных таблицы 1 видно, что наибольший государственный внешний долг у Японии, который составляет 248% от ВВП. После цунами и аварии на станции Фукусима Япония несет значительные издержки, которые покрывает в основном за счет внутренних заимствований. В основном в десятку попали страны кризисной Еврозоны.

Россия занимает 163 позицию по размеру государственного долга, выраженного в процентах от ВВП со значением 18%.

Основные причины увеличения задолженности:

- увеличение статей расходов на урегулирование социальных и военных вопросов;
- попытки стимулирования экономической ситуации в результате кризиса;
- финансирование бюджетного дефицита.

Таким образом, проблема государственного долга России является актуальной. Для ее решения необходимо применять ряд мер:

- стимулирование экономики;
- пересмотр самой структуры государственных займов, чтобы дефицит бюджета не представлял собой угрозу безопасности государства;
- своевременная выплата заимствованных средств для предотвращения наложения штрафных санкций и сохранения своей репутации;
- использование полученных средств исключительно с целью улучшения экономического положения внутри страны;
- улучшение системы контроля над распределением и расходованием заемных денег;

- организация международных саммитов для поиска оптимальных методов решения долговых вопросов;
- разработка новых способов управления долгом страны.

Однако если рассмотреть общую накопленную внешнюю задолженность Российской Федерации, то по оценке Банка России на 1 апреля 2016 года она составила 516,1 млрд. долларов США [2]. Это минимальный уровень задолженности за последние пять лет. Внешняя задолженность банков и прочих секторов сохранила доминирующую позицию, составив 92,1% в структуре внешнего долга России. За последние 20 лет внешний долг России, не переставая, повышался из-за большого объема займов со стороны банков и нефинансовых компаний. Высокий внешний долг банков и российских компаний привел к повышению зависимости внутренних процессов от внешней среды. Кроме того, это одна из причин вовлечения России в мировой кризис, который повлек за собой рост общих экономических диспропорций. Ситуация начала стабилизироваться лишь с начала 2014 года, когда совокупный долг впервые за последние годы стал понижаться.

Прогнозируется и дальнейшее рациональное погашение долга, что является необходимым для успешного функционирования и развития экономики страны.

Использованные источники:

1. Официальный сайт Министерства финансов РФ <http://minfin.ru/ru/>
2. Официальный сайт Центрального банка РФ <http://www.cbr.ru/>

*Зерчанинова Т.Е., к.с.н.
доцент, заведующий кафедрой
Тарбеева И.С.
магистрант*

*Российская академия народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской Федерации
Уральский институт управления – филиал
Россия, г. Екатеринбург*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ С МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТЬЮ

Сегодня все больше внимания уделяется вопросам взаимодействия муниципальной власти с населением и обществом в целом. Это взаимодействие является важным элементом системы социальных взаимодействий в рамках муниципального образования. В своем Послании президент В.В. Путин говорит о том, что «местная власть должна быть устроена так – а ведь это самая близкая власть к людям, – чтобы любой гражданин, образно говоря, мог дотянуться до неё рукой»[1]. Не стоит забывать, что в Конституции именно народ провозглашен носителем власти в нашем государстве. Органы власти являются ответственными за соблюдение общественных интересов граждан. Современные тенденции задают

прогрессивный ход развития взаимоотношений местных сообществ и муниципальной власти. Сегодня проводится множество реформ, направленных на совершенствование механизмов взаимодействия и способствующих формированию открытой власти на местах. Ожидаемым результатом всех перемен является согласование интересов всех сторон и обеспечение неразрывной связи управляющих структур с общественностью. Именно на местном уровне происходит наиболее интенсивное соприкосновение интересов общества и государства, и от того насколько оптимально будет выстроены их взаимоотношения зависит становление гражданского общества и эффективность деятельности государства.

Показателем зрелости демократического общества в странах Европы и США считается уровень развития местных сообществ. Россия пока что находится на отдаленных позициях, но постепенно создаются условия для успешного развития самоинициативы и самоорганизации внутри местных сообществ. Местное сообщество – жители одного места (но не государства), которые могут быть организованы, структурированы, могут иметь общие цели, интересы, действовать сообща для достижения общего результата. Исходя из практического опыта можно утверждать, что наиболее оперативно и результативно добиваться решения вопросов местного значения способно население муниципального образования, которое объединено общими целями, задачами и интересами.

Исследование проблем повышения эффективности взаимодействия местных сообществ и муниципальной власти показывает, что развитие деятельности сообществ продолжается и носит перспективный характер. Местные сообщества представляют важный и эффективный механизм развития муниципального образования, на территории которого они образуются. Этот механизм должен работать сообща с органами местного самоуправления ради общего блага. Процессы, которые протекают внутри сообщества должны осуществляться и на уровне внешнего взаимодействия для достижения общественно-полезной цели.

Формы коллективного участия в решении вопросов местного значения являются наиболее эффективными. Органы ТОС практически стали единственной и наиболее массовой формой самоуправления граждан, деятельность которых направлена на удовлетворение насущных потребностей в интересах жителей на своих территориях.

Важнейшим фактором развития общественной активности является диверсифицированность, многообразие и массовость институтов гражданского общества. К настоящему времени при многообразии общественных организаций и их интересов в Свердловской области обеспечен прочный социальный мир. Свердловская область по праву считается образцовым регионом гражданского согласия и позитивного социального сотрудничества.

Существенными проблемами взаимоотношений членов местных сообществ с муниципальной властью являются: низкий уровень доверия к

властными структурами; увеличение доли ситуативной, протестной активности как в форме объединений, так и в форме отдельных мероприятий: акции, пикеты, митинги; низкий уровень мотивации, проблемы, стоящие перед муниципальным образованием не являются важными и актуальными для местного сообщества; отсутствие практик применения форм взаимодействия власти с населением; обратная связь с местными сообществами со стороны административных структур не является эффективной.

Местным органам власти очень важно воспитывать единомышленников среди представителей общественных организаций, НКО, - советов микрорайонов и домовых комитетов, советов ветеранов, молодежных, экологических, женских движений и многих других. Как правило, муниципалитеты тесно взаимодействуют с общественными организациями и здесь накоплен немалый опыт. Развитие территориального общественного самоуправления (ТОС) является важнейшим аспектом развития системы местного самоуправления, которое осуществляется непосредственно на территории муниципального образования. Важную роль играет финансовая, моральная, организационная помощь активным гражданам со стороны властей всех уровней, в первую очередь – органов местного самоуправления. Партнерские, конструктивные, взаимоотношения властей и общественности, открытость и доступность местных властей, учёт властью мнения населения – важные факторы, способные оказать влияние на уровень самоинициативы и самоорганизации граждан.

В каждом муниципальном образовании должны быть две формы осуществления общественного контроля: открытая и закрытая. «Открытая» форма предполагает участие местных жителей или их групп в осуществлении общественного контроля при отсутствии каких-либо критериев отбора, кроме собственного желания. «Закрытая» форма предполагает, что субъекты общественного контроля объединяются в саморегулирующуюся организацию с официальным статусом, а их полномочия определяются законом.

Так, общность интересов в обеспечении благоприятной окружающей среды на конкретной территории, как, впрочем, и общность интересов, затрагивающих другие сферы жизни на локальном уровне, способствует налаживанию более тесных и прочных связей между жителями и органами местного самоуправления, тем самым способствует развитию местного сообщества в муниципальном образовании.

Использованные источники:

1. Послание Президента Федеральному Собранию. 12 декабря 2013 года. URL: <http://www.kremlin.ru/transcripts/19825> (дата обращения: 28.04.2014).

*Зерчанинова Т.Е., к.с.н.
доцент, заведующий кафедрой
Тарбеева И.С.
магистрант*

*Российская академия народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской Федерации
Уральский институт управления – филиал
Россия, г. Екатеринбург*

ИНФОРМИРОВАННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ О ФОРМАХ УЧАСТИЯ В МЕСТНОМ САМОУПРАВЛЕНИИ

Местное самоуправление является одним из основополагающих принципов осуществления власти в обществе. Согласно действующему законодательству Российской Федерации граждане имеют право участвовать в управлении своим муниципальным образованием. На федеральном уровне определен перечень форм участия населения в местном самоуправлении [1], на муниципальном уровне приняты нормативные документы, закрепляющие порядок участия жителей города в решении вопросов местного значения через конкретные формы.

Информированность населения о формах участия в местном самоуправлении выступает ключевым фактором, оказывающим влияние на взаимоотношения населения с местной властью, гражданскую активность на местах. Однако, как показывает практика, население не знает о своих правах и возможностях участия в осуществлении местного самоуправления [2]. Исследования доказывают, что уровень информированности о существующих и возможных формах участия в местном самоуправлении у населения крайне низкий [3, с. 9]. Около 50% населения не представляет, что значит «внести свои предложения на рассмотрение администрации» [4].

Целью данной статьи является исследование уровня информированности населения города Екатеринбурга о формах участия в местном самоуправлении.

В конце мая 2016 года нами было проведено анкетирование взрослого населения Екатеринбурга на тему «Информированность населения города Екатеринбурга о формах участия в местном самоуправлении». Мы спросили жителей города о том, что такое местное самоуправление. Только 33,1% респондентов сказали, что «местное самоуправление - форма народовластия, обеспечивающая самостоятельное и под свою ответственность решение населением непосредственно и (или) через органы местного самоуправления вопросов местного значения», некоторые (33,7%) уверены, что «местное самоуправление - деятельность органов местного самоуправления по решению вопросов местного значения». 17,2% ответили, что «местное самоуправление - деятельность по управлению муниципальной собственностью, принятию и исполнению местного бюджета самостоятельное решение населением вопросов местного значения, определяемых на местном референдуме». Таким образом, местное

самоуправление ассоциируется у респондентов преимущественно с органами местного самоуправления, с их полномочиями, граждане не идентифицируют себя с участниками и главными субъектами управления муниципалитетом.

Мы задали респондентам ряд вопросов, связанными с организационно-процедурными моментами участия в местном самоуправлении через конкретную форму. На вопрос «Где размещается объявление о проведении публичных слушаний?» респонденты указали газету «Вечерний Екатеринбург» (21,8%), Официальный портал Екатеринбурга (39%), Официальный сайт Екатеринбургской городской Думы (26,5%). Разница в процентах доказывает, что даже несмотря на наличие правильных ответов, респонденты не знают обо всех местах, где публикуется объявление о проведении публичных слушаний. 25% и вовсе затруднились ответить на данный вопрос, среди ответов также прозвучали: официальная группа Вконтакте «Екатеринбург» (5,3%), Вестник Екатеринбургской городской Думы (6,6%) и Информационные стенды в здании Администрации города (15,9%).

Сроки рассмотрения обращения граждан в органы местного самоуправления не знают 56,3% респондентов. Вопрос «Какова минимальная численность инициативной группы, выступающей с правотворческой инициативой, в Екатеринбурге?» вызвал трудности. В Федеральном законе № 131 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» установлено, что «минимальная численность инициативной группы граждан устанавливается нормативным правовым актом представительного органа муниципального образования и не может превышать 3 процента от числа жителей муниципального образования, обладающих избирательным правом» [1]. В Екатеринбурге установлена численность инициативной группы – 300 человек [5, п. 8]. Только 9,3% респондентов смогли указать цифру верно, 48,3% затруднились с ответом. А ведь в случае, если гражданин решит выступить с правотворческой инициативой, знать минимальное количество инициативной группы ему просто необходимо, чтобы реализовать свое правовое предложение.

О процедуре проведения опроса граждан по вопросам местного значения в Екатеринбурге не знает 85,3% респондентов, из них 35,8% полагают, что опрос проходит советующим образом: «На информационном портале города размещается вопрос, и все зарегистрированные пользователи, имеют право ответить». Некоторые вопросы на сайте, конечно, касаются вопросов местного значения, однако, большинство из них направлены на формирование статистики об общем кругозоре жителей муниципалитета (например, перед празднованием Дня Победы на сайте был размещен вопрос: «Рассказываете ли своим детям о Великой Отечественной Войне?»). В Положении «О порядке проведения опроса граждан в муниципальном образовании «город Екатеринбург» вполне конкретно указано, что опрос проводится путем поименного голосования по месту жительства участников опроса в течение одного или нескольких дней путем сбора подписей в

опросном листе. Стоит отметить, что население имеет представление о том, для чего нужны собрания и конференции в Екатеринбурге, главное их предназначение – «обсуждение вопросов местного значения» назвали 68,5% респондентов.

Мы предложили респондентам оценить свой уровень информированности о формах участия в местном самоуправлении. Почти половина (48,3%) респондентов оценивают свой уровень информированности как «низкий» и признают, что не знают о формах и алгоритме участия в местном самоуправлении.

Среди удобных источников информации о формах участия в местном самоуправлении несомненным лидером является Интернет, его выбрали 73,5% респондентов. Телевидение и радио (46,4%) также не теряет своей актуальности среди жителей Екатеринбурга. В тройку попали Официальный и Информационный порталы города, это лишний раз доказывает, что население все-таки пользуется этими городскими ресурсами.

Таким образом, по результатам опроса населения мы выяснили, что больше половины жителей не знает, что такое местное самоуправление, тем самым сознательно лишая себя права быть субъектом принятия управленческих решений. Больше половины жителей не знает сроков рассмотрения обращения граждан, минимальной численности инициативной группы, выступающей с правотворческой инициативой, как проводится опрос граждан по вопросам местного значения. В целом, мы наблюдаем низкий уровень информированности населения о формах участия в местном самоуправлении. Повышению уровня информированности будет способствовать освещение в СМИ результатов участия населения в решении вопросов местного значения. Интернет является наиболее удобным источником информации о формах участия в местном самоуправлении для жителей города, именно поэтому размещать информацию в первую очередь нужно на Информационном и Официальном порталах города. Также на Информационном портале города можно запустить работу Онлайн-консультанта, который будет оказывать информационно-консультационные услуги населению.

Использованные источники:

1. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ (в ред. от 15 февраля 2016 г.). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Цирельникова Л.Г. Значение и направления повышения информирования граждан о местном самоуправлении // *Apriori*. Серия: гуманитарные науки. 2014. № 2. URL: <http://elibrary.ru/download/90323464.pdf> (дата обращения 12.05.2016).
3. Уржа О.А. Социальная активность населения муниципальных образований: факторы и условия // *Социальная политика и социология*. 2013. № 2. Том 1. С. 7-22.
4. Гражданская активность (инициатива) и общественный контроль на

местном уровне. [Электронный ресурс] URL: <http://www.vsmsinfo.ru/proekty-i-programmy/grazhdanskaya-aktivnost-initsiativa-i-obshchestvennyj-kontrol-na-mestnom-urovne> (дата обращения 21.03.2015).

5. Об утверждении Положения «О порядке осуществления правотворческой инициативы граждан в муниципальном образовании «город Екатеринбург»: Решение Екатеринбургской городской Думы от 14 февраля 2006 г. № 9/19 (в ред. от 25 января 2011 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс».

*Зерчанинова Т.Е., к.с.н.
доцент, заведующий кафедрой
Тарбеева И.С.
магистрант*

*Российская академия народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской Федерации
Уральский институт управления – филиал
Россия, г. Екатеринбург*

СОЦИАЛЬНЫЙ АУДИТ УЧАСТИЯ НАСЕЛЕНИЯ В МЕСТНОМ САМОУПРАВЛЕНИИ

Дальнейшее демократическое развитие нашей страны во многом зависит от степени активности участия населения в жизни местного сообщества, в решении вопросов местного значения. Участие населения в осуществлении местного самоуправления – это деятельность местного сообщества по решению вопросов местного значения на конкретной территории, осуществляемая с помощью форм, установленных федеральными законами, законами субъектов РФ и муниципальными нормативно-правовыми актами в соответствии с Конституцией РФ, результат которой носит рекомендательный характер для органов местного самоуправления. Согласно официальным документам, население города Екатеринбурга принимает участие в местном самоуправлении через такие формы как: обращения граждан, публичные слушания, ТОС, опросы граждан по вопросам местного значения.

В статье представлены результаты эмпирического социологического исследования, проведенного по технологии социального аудита. Проблема исследования заключается в противоречии между разнообразием форм участия населения в осуществлении местного самоуправления и пассивностью участия населения в осуществлении местного самоуправления.

Социальный аудит участия населения в местном самоуправлении – это разновидность диагностического исследования, которое включает социальную диагностику участия населения в местном самоуправлении методами социологического исследования, социальную экспертизу проблем участия населения в местном самоуправлении и разработку практических рекомендаций по решению выявленных проблем.

Ранее нами была разработана концептуальная модель социального

аудита, которая «представлена взаимосвязанными элементами: 1) субъекты социального аудита, 2) объекты социального аудита, 3) принципы социального аудита, 4) цель социального аудита, 5) функции социального аудита, 6) система действий, из которых состоит процесс социального аудита (процедура), 7) средства и методы социального аудита, 8) условия, в которых осуществляется социальный аудит, 9) результаты социального аудита» [1, с. 982].

Авторами статьи была проведена апробация данной модели социального аудита для социальной диагностики и социальной экспертизы проблем участия населения города Екатеринбурга в осуществлении местного самоуправления.

1. Субъектом социального аудита в данном случае был временный научно-исследовательский коллектив, состоящий из авторов статьи.

2. Объектом социального аудита было взрослое население города Екатеринбурга.

3. Принципы социального аудита: инициативность, независимость и компетентность социальных аудиторов, достоверность результатов социального аудита, практическая значимость рекомендаций.

4. Цель социального аудита – выявить проблемы, связанные с участием населения в осуществлении местного самоуправления, и разработать практические рекомендации по их решению.

5. Функции социального аудита: социальная диагностика, социальная экспертиза, оценка, практическая функция.

6. В процедуру социального аудита входит 4 этапа:

1) предметно-содержательный анализ официальных документов о формах участия населения в осуществлении местного самоуправления, а также официальных и информационных сайтов в сети Интернет;

2) диагностический – социологическая диагностика информированности населения города Екатеринбурга и практики участия в осуществлении местного самоуправления;

3) оценочный – оценка экспертами проблем участия населения в осуществлении местного самоуправления;

4) консультационный – разработка мероприятий, практических рекомендаций по стимулированию населения к участию в осуществлении местного самоуправления, по повышению его информированности о возможности, способах и формах такого участия.

7. Методы социального аудита: анализ официальных документов, социологический опрос населения (анкетирование), фокус-группа, экспертное интервью, анализ Интернет-сайтов, анализ статистических данных.

8. Условия проведения социального аудита: исследование было инициативным, независимым и проводилось на безвозмездной основе.

9. Результаты социального аудита включают: результаты социальной диагностики и социальной экспертизы, а также практические

рекомендации.

Рассмотрим основные результаты социального аудита участия населения г. Екатеринбурга в осуществлении местного самоуправления.

Анкетный опрос среди жителей Екатеринбурга показал, что население не принимает активного участия в осуществлении местного самоуправления. В основном это связано с тем, что граждане не имеют времени в виду занятости на работе и дома, в городе отсутствует организация участия граждан и население не информируется органами местного самоуправления о возможностях участия в решении местных вопросов.

Как показали заседания фокус-групп основными факторами, которые оказывают влияние на активность граждан в осуществлении местного самоуправления, являются: наличие личной заинтересованности в решении какого-либо вопроса; предыдущий опыт участия в местном самоуправлении; информационная обеспеченность участия населения; наличие сведений о результатах участия населения.

По оценкам экспертов проблемы участия населения в осуществлении местного самоуправления, в первую очередь, связаны с тем, что у населения отсутствует интерес к вопросам местного значения; кроме того, решения, принятые населением по вопросам местного значения в рамках возможных форм участия, имеют рекомендательный характер для органов местного самоуправления; отсутствует заинтересованность органов власти в расширении участия населения в осуществлении местного самоуправления.

Таким образом, основными проблемами участия населения в осуществлении местного самоуправления являются: пассивность населения при участии в осуществлении местного самоуправления; плохая информированность населения о возможных формах участия в осуществлении местного самоуправления; отсутствие организации деятельности ТОС; проблема организации участия населения в публичных слушаниях; отсутствия информации о юридической силе решения, принятого населением во время голосования по вопросам изменения границ муниципального образования и преобразования муниципального образования.

Для решения проблем участия населения в осуществлении местного самоуправления были разработаны следующие практические рекомендации: необходимо повышение уровня активности населения через социальное взаимодействие с органами местного самоуправления; повышение уровня информированности населения о возможных способах его участия в осуществлении местного самоуправления через официальные и информационные ресурсы в сети Интернет; изменение времени и места проведения публичных слушаний по некоторым вопросам, которые вызывают наибольший интерес у населения; создать Местный центр поддержки территориального общественного самоуправления с целью оказания содействия в создании и развитии территориального общественного самоуправления на территории города Екатеринбурга; признать решение принятое населением по итогам голосования по вопросам изменения границ

муниципального образования, преобразования муниципального образования обязательным для органов муниципальной, региональной и федеральной власти.

Использованные источники:

1. Зерчанинова Т.Е. Концептуальная модель социального аудита государственного и муниципального управления. Седьмые Ковалевские чтения / Материалы научно-практической конференции 15-16 ноября 2012 года / Отв. редактор: Ю.В. Асочаков. СПб., 2012. С. 981-984. URL: <http://soc.spbu.ru/nauka/publications/7k.pdf#51> (дата обращения: 01.06.2016).

Зерчанинова Т.Е., к.с.н.

доцент

Самошкина А.В.

студент 1го курса

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте российской федерации»

Россия, г. Екатеринбург

СОДЕРЖАНИЕ И ПУТИ РАЗРЕШЕНИЯ НАУЧНОЙ ДИСКУССИИ О ЗАКРЫТОМ ХАРАКТЕРЕ ПЕРЕЧНЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ИМУЩЕСТВА: К ДЕСЯТИЛЕТНЕМУ ЮБИЛЕЮ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНСТИТУЦИОННОГО СУДА РФ ОТ 02.11.2006 N 540-О

Научные споры и дискуссии о различных аспектах режима муниципальной собственности не утихают с самого момента принятия Федерального закона от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" [1], законодательно оформившего один из ключевых принципов муниципальной реформы - так называемого, «функционального характера» муниципального имущества.

Муниципальное имущество именуется в специальной литературе "функциональным" имуществом ввиду того обстоятельства, что перечень объектов, которые могут находиться в собственности муниципальных образований, носит исчерпывающий характер, поскольку исчерпывающий характер носит и перечень функций муниципальных образований [2, С. 87].

В рамках данного подхода считается, что все объекты, находящиеся в муниципальной собственности, должны служить определенным целям, а именно решению вопросов местного значения.

В отечественной науке сформировалась целая школа исследователей - приверженцев узкого толкования положений статьи 50 Федерального закона от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", указывающих, что в «отличие от ранее действовавшего законодательства в Федеральном законе N 131-ФЗ установлены *исчерпывающие виды имущества*, которое может находиться в муниципальной собственности. В случае возникновения у муниципальных

образований права собственности на имущество, не относящееся ни к одной из указанных категорий, данное муниципальное имущество до 1 января 2009 г. подлежит репрофилированию либо отчуждению» [3, С. 9].

Аналогичная точка зрения представлена и мнением М.В. Жабреев, считающего, что «Новый Закон дает закрытый перечень муниципального имущества, в соответствии с которым в собственность муниципальных образований входит имущество, предназначенное для решения вопросов местного значения, для осуществления переданных государственных полномочий и для обеспечения деятельности органов и должностных лиц местного самоуправления, работников муниципальных предприятий и учреждений» [4, С. 57.].

В противовес позициям вышеназванных исследователей сформировалась альтернативная группа ученых и практиков, не единожды выступавших с трибун различного рода круглых столов, конференций и страниц периодических научных изданий, и указывающих на то, что закрытый перечень муниципального имущества ограничивает возможности муниципальных образований по разработке и реализации стратегических планов социально-экономического развития территорий, увеличению доли неналоговых доходов местных бюджетов, а также созданию эффективных условий для развития малого и среднего бизнеса [5].

Существенная группа муниципалов-практиков в течение всех последних пятнадцати лет поддерживали мнение о том, что принцип закрытого перечня муниципального имущества не только порождает сложность с определением состава имущества, которое может находиться в муниципальной собственности, но и существенно ограничивает возможности развития социальных услуг на уровне муниципальных образований. По их мнению, реализация этого принципа и неверно по сути своего толкования, и реально существенным образом сокращает экономическую основу местного самоуправления [6, С. 35].

На практике узкое толкование положений статьи 50 Федерального закона от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ напрямую негативно сказывалось на возможностях муниципалитетов использовать муниципальное имущество в целях стимулирования экономической активности на их территории.

Достаточно консолидированной оказалась и позиция депутатского корпуса муниципалитетов, суть которой, можно свести к тому, что установленный 50-й статьей 131-го Закона закрытый перечень муниципального имущества Федерального закона от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ содержит ограничения, которые не учитывают всего многообразия местных условий и создает дополнительную острейшую проблему формирования имущественной базы муниципалитетов в ситуации и без того сложного хода реализации реформы местного самоуправления [7].

Казалось бы, все вопросы в отношении проблемы толкования рассматриваемой нормы было призвано снять вынесенное 2 ноября 2006 года Определение Конституционного Суда РФ от 02.11.2006 № 540-О [8] в

резолютивной части которого **прямо указано**, что «статья 50 Федерального закона "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" в части, устанавливающей перечень видов муниципального имущества, которое может находиться в собственности муниципальных образований, **не может рассматриваться как формирующая закрытый перечень видов имущества**, могущего находиться в собственности муниципальных образований, и не допускающая наличия иного имущества, необходимого для осуществления полномочий муниципальных образований, и препятствующая использованию установленных законом способов привлечения денежных средств и иного имущества для формирования собственных доходов бюджетов муниципальных образований».

Отдельно определено, что вышеназванная статья в узком ее прочтении и толковании является нарушающей конституционные правомочия муниципальных образований и гарантии муниципальной собственности.

Вместе с тем, несмотря на достаточно определенную и твердую позицию Конституционного Суда РФ, научное сообщество до настоящего момента не считает данный вопрос до конца и исчерпывающим образом решенным, а дискуссию завершённой.

В частности, проведенное автором настоящей статьи в ходе ее подготовки теоретическое исследование показывает наличие массы научных публикаций, датированных более поздней чем ноябрь 2006 года датой, в которых ученые продолжают не соглашаться и дискутировать рассмотренный вопрос.

К числу принципиально несогласных ученых следует отнести В.И. Глинку [9], О.А. Дементьеву [10], Л.А. Чердакову [11], А.И. Галкина, С.Г. Еремина, Г.М. Кадырову, С.Е. Прокофьеву, О.В. Панину, С.Г. Еремина [12] и др.

В заключение статьи, констатируя окончательную неразрешенность рассматриваемого вопроса, автор считает возможным указать *на три пути возможного его разрешения*.

Первый вариант предлагается депутатским корпусом и заключается в позиции, согласно которой, предметом законодательного регулирования могло бы стать ограничение на отдельные виды хозяйственной деятельности органов местного самоуправления, но не на состав имущества [7].

Второй путь был предложен еще в 2006 году участниками "Круглого стола" "О проблемах законодательного регулирования имущественных отношений в соответствии с полномочиями органов местного самоуправления" и заключается в том, что «необходима разработка усилиями Минрегиона России и Минэкономразвития России с участием заинтересованных министерств и ведомств методических рекомендаций (отраслевых нормативно-правовых актов) для отнесения объектов имущества, с учетом их целевого назначения и на основании установления определенного комплекса критериев (признаков), к тому или иному виду публичной

собственности, а также собственности муниципальных образований разного типа» [6].

Идея *третьего варианта* принадлежит В. С. Мокрому и заключается в том, что «положения Федерального закона № 131-ФЗ диктуют необходимость принятия специального федерального закона, устанавливающего особенности возникновения, осуществления и прекращения права муниципальной собственности, а также порядок учета, формирования и состава муниципального имущества» [13].

По мнению автора настоящей статьи последний вариант заслуживает наибольшего внимания и ошибочно не был учтен законодателем, так как по настоящий момент подобный федеральный закон разработан не был.

Использованные источники:

1. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Право муниципальной собственности (цивилистические и социальные аспекты): Монография / Ю.Е. Попов, В.А. Рыбаков, В.Н. Соловьев и др. М.: Юрист, 2009. 166 с.
3. Томилова Л.Н. Правовые формы и способы участия муниципального образования в предпринимательской деятельности. Саратов, 2003. С. 9.
4. Жабреев М.В. Публичные образования и их органы: гражданско-правовой статус и участие в гражданских правоотношениях // Цивилист. зап.: Межвуз. сб. науч. тр. М., 2004. 190 с.
5. Проблемы формирования муниципальной собственности в свете реформы местного самоуправления: Аналитическая записка Института экономики города // Фонд "Институт экономики города". М., 2007. 95 с.
6. О проблемах законодательного регулирования имущественных отношений в соответствии с полномочиями органов местного самоуправления: Резолюция Круглого стола // Государственная власть и местное самоуправление. 2006. № 8. С. 35.
7. Стенографический отчет об Общероссийском собрании советов муниципальных образований субъектов Российской Федерации // Государственная власть и местное самоуправление, 2007. № 12. 23 октября.
8. По запросу Правительства Самарской области о проверке конституционности статьи 1, частей шестой и восьмой статьи 2 Федерального закона "О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон "Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации" и статьи 50 Федерального закона "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации": Определение Конституционного Суда РФ от 02.11.2006 № 540-О // Вестник Конституционного Суда РФ. № 2. 2007.
9. Глинка В.И. К вопросу о муниципальной собственности // Конституционное и муниципальное право. 2009. № 17. С. 34 - 36.

10. Дементьева О.А. Регулирование экономической деятельности в муниципальных образованиях // Российская юстиция. 2012. № 2. С. 8 - 11.
11. Чердакова Л.А. О субъектах права муниципальной собственности: дискуссии продолжаются // Государственная власть и местное самоуправление. 2013. № 5. С. 25 - 27.
12. Управление государственной и муниципальной собственностью: право, экономика, недвижимость и природопользование: монография / А.И. Галкин, С.Г. Еремин, Г.М. Кадырова и др.; под ред. С.Е. Прокофьева, О.В. Паниной, С.Г. Еремина. М.: Юстицинформ, 2014. 336 с.
13. Мокрый В.С. Социально-экономическое развитие муниципальных образований в условиях реформы местного самоуправления // Государственная власть и местное самоуправление. 2006. № 4. С. 18

Зимин А. Ю.
магистрант

**кафедра информационных технологий предпринимательства
Санкт-Петербургский государственный университет
аэрокосмического приборостроения
Россия, г. Санкт-Петербург**

ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: Статья посвящена вопросам применения систем электронного документооборота в деятельности промышленных предприятий. В ней рассмотрено для чего именно организуются системы электронного документооборота, их преимущества. Составлено дерево целей внедрения системы. и показаны основные обязательные функции необходимые для достижения поставленных целей на предприятии.

Ключевые слова: Информационные технологии, документооборот, электронный документ, системы электронного документооборота, ЕСМ.

Abstract: The article is devoted to the use of electronic document management systems in industrial activities. It examines what is being organized electronic document management systems, their advantages. Compiled tree system implementation purposes. and the basic mandatory functions required to achieve the goals of the enterprise.

Keywords: Information technology, workflow, electronic document, electronic document management, ЕСМ.

Электронный документ (ЭД) – документ, информация которого представлена в электронной форме. Электронный документооборот – документооборот с использованием автоматизированной информационной системы (СЭД) [1].

На предприятиях, не использующих в своей деятельности СЭД, основная масса документов составляется в электронном виде, несмотря на это, большая их часть распечатывается для подписания и запуска в работу. Внедрение СЭД является необходимостью повышения эффективности

бизнес-процессов в подобных организациях.

Главной целью внедрения СЭД на любом предприятии является повышение качества управления, способствующее повышению экономической эффективности компании в целом. Рисунок показывает дерево целей внедрения СЭД на производственном предприятии. Выделим основные функции необходимые для достижения поставленных целей.

Система отчётности по статусам и атрибутам документов, позволяющая контролировать движение документов и принимать управленческие решения.

Непрерывность движения документа, позволяющая идентифицировать ответственного в любой момент времени жизни документа повышает исполнительскую дисциплину.

Оперативное получение информации экономит рабочее время сотрудников: на ручную обработку данных, передачу, копирование; поиск нужных документов. Что позволит сотрудникам использовать сэкономленное время на более тщательное выполнение должностных обязанностей, сконцентрировать внимание на профессиональных проблемах.

Однократная регистрация документа, позволяет однозначно идентифицировать документ, исключить дублирование, вносить требующиеся правки единожды, без исправления всех пользовательских экземпляров, что актуально для технической документации, чертежей в производственных и проектных организациях [2].

ЭД обладает преимуществом перед бумажным документом – возможностью параллельного выполнения операций [3]. Это позволяет проводить параллельное рассмотрение, распределение проекта документа по компетенциям производственных подразделений.

Единое корпоративное хранилище документов решает проблему географической удаленности людей (сотрудников филиалов или удаленных производственных площадок, командированных сотрудников) и обеспечивает возможность их совместной работы.

Протоколирование изменений и отслеживание версий документа. При совместной работе нескольких пользователей над одним документом, много сил отнимает проблема «версий» и проблема «копий и оригиналов».

Маршрутизация движения документа может быть жестко заданной или задаваться пользователем. Путь прохождения документа с момента создания до момента списания фиксируется.

Справочник шаблонов позволяет быстро создавать документы, отвечающие не только стандартам предприятия, но и будучи проверенными юристами шаблоны гарантируют исполнение законодательства.

Учтенной должна быть проблема разграничения доступа, например, инженерно-технический работник не имеет права редактировать или читать финансовые документы бухгалтерии.

Постановка системы менеджмента качества является актуальной задачей производителей, требования рынка и заказчиков предполагают работу только с сертифицированными предприятиями. Одно из требований

менеджмента качества – это прозрачно поставленный документооборот [4].

Благодаря системе оповещения можно быстро довести новые правила работы до всех сотрудников. Сокращаются сроки обучения новых сотрудников за счет возможности быстрого поиска необходимых положений и инструкций.

Экономия средств при использовании более дешевой технологии обработки документов в электронной форме: на бумагу, на копировально-множительную технику, на доставку информации в бумажном виде, на хранение бумажных документов.

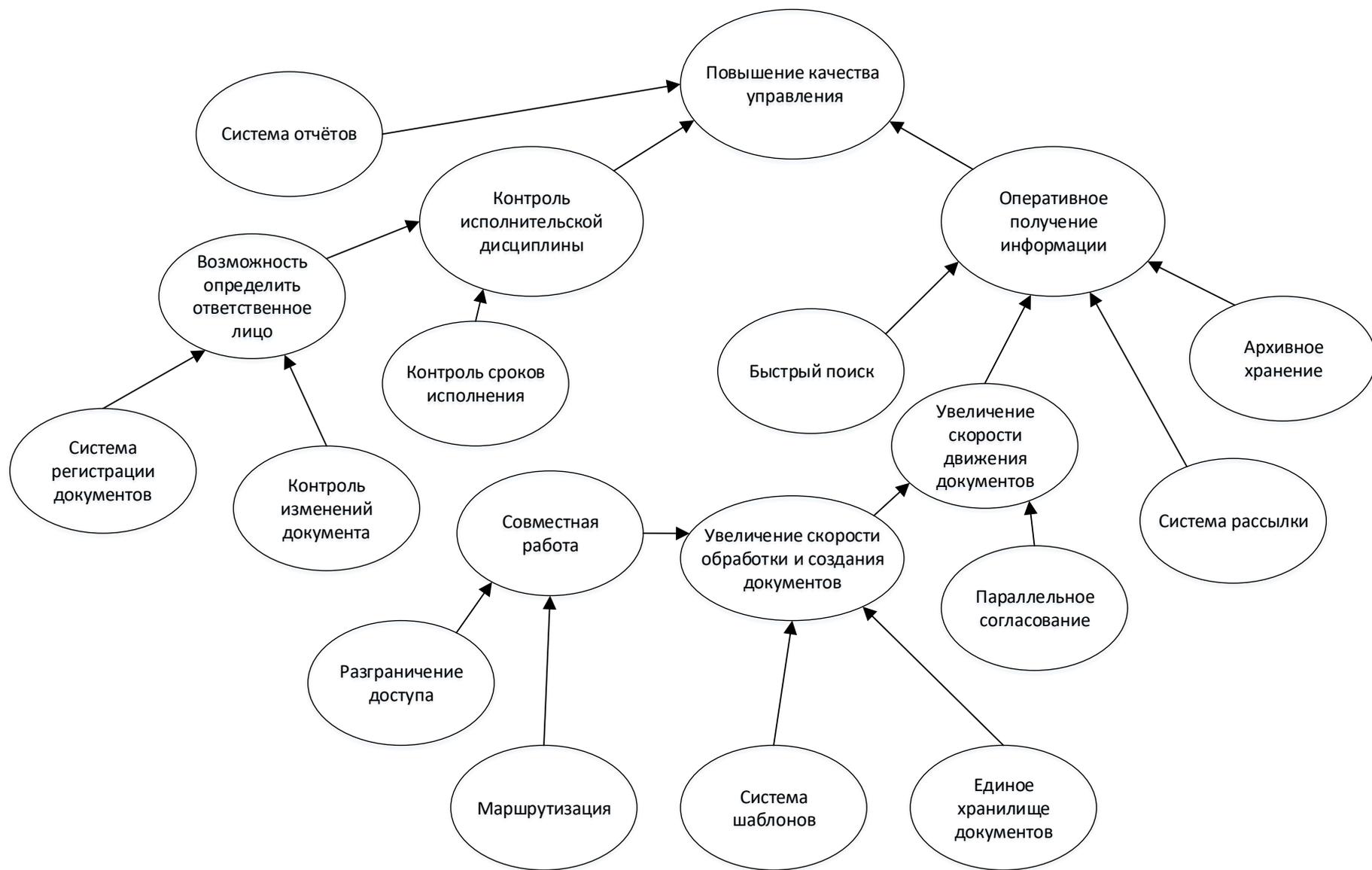


Рисунок 1 – Дерево целей внедрения СЭД на производственном предприятии

В итоге, для лучшего понимания были рассмотрены понятия электронного документа и СЭД. В результате для достижения целей внедрения СЭД были выделены основные функциональные и технологические требования. Используя основополагающие принципы – однократную регистрацию документа, единое корпоративное хранилище документов, контроль исполнения, делегирования полномочий, развитую систему поиска документов организации, механизмы оповещения сотрудников по событиям, соблюдение принципов защиты и разграничения доступа к информации технология электронного документооборота позволяет сформировать и успешно использовать единую базу знаний, повышая продуктивность сотрудников, наиболее оперативно полно удовлетворять информационные потребности руководства и подчиненных в работе производственного предприятия.

Использованные источники:

ГОСТ Р 7.0.8-2013. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения, Москва: Стандартинформ. 2015, 21 с.

Федяинова В. И. Электронный документооборот: технология внедрения и способ оптимизации бизнес-процедур. / В. И. Федяинова, Т. Н. Сысо // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2012. Вып 4. С. 36-44.

Пакеева В. В. Система электронного документооборота / В. В. Пакеева // Реальность - сумма информационных технологий. Сборник научных трудов. 2015. С.129-133.

Одудалова М. В. Средний и малый бизнес внедряют электронный документооборот / М. В. Одудалова // Экономика и управление в XXI веке: Тенденции развития. 2013. С. 257-261.

Зиниша О. С., к.э.н.

доцент

кафедра денежного обращения и кредита

Есипова Е.С.

студент 3-го курса

экономический факультет

*ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный
аграрный университет»*

Россия, г. Краснодар

РЕАЛИЗАЦИЯ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К РЕШЕНИЮ ВОПРОСА ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ (ОТМЫВАНИЮ) ДОХОДОВ, ПОЛУЧЕННЫХ ПРЕСТУПНЫМ ПУТЁМ

Аннотация: Данная статья посвящена рассмотрению проблемы противодействия отмыванию доходов, полученных преступным путём. В ней рассматривается сущность процесса отмывания доходов, а также международные системы борьбы с отмыванием доходов – ФАТФ и группы

ЭГМОНТ. Приведены примеры финансового мониторинга крупных зарубежных стран, а также проанализировано правовое регулирование ПОД/ФТ в Российской Федерации.

Ключевые слова: противодействие отмыванию доходов, легализация, ФАТФ, финансовый мониторинг, правовое регулирование.

*Zinisha O. S. Cand. of Econ. Sci.,
associate professor of chair of Money circulation and credit*

Esipova E. S.

*Student of the 3 course faculty of
Federal State-Funded Educational Institutional
of Higher Professional Education
«Kuban State Agrarian University»
Russia, Krasnodar*

REALIZATION OF THE INTEGRATED APPROACH TO THE SOLUTION OF THE QUESTION OF COUNTERACTION OF LEGALIZATION (WASHING) OF INCOME GAINED IN THE CRIMINAL WAY

Abstract: This article is devoted to consideration of a problem of counteraction to laundering of income gained in the criminal way. In her the essence of laundering of the income, and also the international systems of fight against laundering of the income – FATF and groups EGMONT is considered. Examples of financial monitoring of large foreign countries are given, and legal regulation of POD/FT in the Russian Federation is also analysed.

Key words: counteraction to laundering of the income, legalization, FATF, financial monitoring, legal regulation.

В современных условиях в мировом банковском сообществе достаточно остро стоит проблема противодействия отмыванию денег, которая является одной из самых обсуждаемых на многих международных встречах, посвящённых развитию современной экономики. Данная тема приобрела актуальность в связи со значительным объемом криминальных инвестиций, которые проникают в экономику нашей страны. Приблизительная сумма ежегодно легализуемых денежных средств составляет 1000-1750 млрд. долл. США [8].

Отмывание доходов - это бизнес, который устойчиво занял по своим размерам третье место в мире, на фоне того, что первое место принадлежит нефтяному бизнесу, а второе – валютным операциям [8]. Но прежде чем рассматривать данную проблему более детально изучим её сущность и исторические особенности.

Существует множество теорий о появлении термина «отмывание доходов», но наиболее известная теория принадлежит преступнику Аль Капоне, который для придания правомерного характера денежным средствам,

полученным от незаконного производства и продажи спиртного, смешивал их с наличным оборотом американских прачечных. В российском законодательстве, в настоящее время, определение данного термина зафиксировано в законе №115-ФЗ. Согласно данному закону, легализация(отмывание) доходов, полученных преступным путем, - придание правомерного вида владению, пользованию или распоряжению денежными средствами или иным имуществом, полученными в результате совершения преступления [5].

Для решения проблемы отмывания доходов, полученных преступным путем (ПОД/ФТ), в мировом сообществе были созданы две основные организации противодействия указанным процессам - ФАТФ и группа «Эгмонт» [10].

ФАТФ была создана в 1989 г. на саммите по инициативе глав стран «Большой семёрки». Основная задача ФАТФ – изучение способов и каналов легализации доходов, полученных преступным путем, контроль за исполнением уже принятых мер по противодействию легализации и принятие новых мер по организации противодействия отмывания доходов. Рассмотрим рекомендации ФАТФ, которые созданы для противодействия легализации доходов в таблице 1.

Следует отметить, что до 2002 г. Российская Федерация была включена в черный список ФАТФ. И только после приведения многих российских законодательных актов в соответствие с международными нормами и принятию в 2002 г. Федерального закона №115-ФЗ, в июне 2003 г. Россия стала полноправным членом ФАТФ [10].

Таблица 1 - Основные рекомендации ФАТФ, направленные на противодействие легализации доходов, полученных преступным путем [9]

Название раздела	Наименование рекомендации	Характеристика рекомендации
Политика ПОД/ФТ и координация	Оценка рисков и применение риск-ориентированного подхода	Странам следует определить и оценить риски отмывания денег и финансирования терроризма для страны и следует предпринять шаги, в том числе определив орган или механизм по координации мер по оценке рисков, а также распределить ресурсы с целью эффективного снижения этих рисков
	Национальное сотрудничество и координация	Странам следует иметь национальную политику в сфере ПОД/ФТ, основанную на выявленных рисках, которая должна регулярно пересматриваться, а также следует определить орган или иметь координационный или иной механизм, который отвечал бы за выработку такой политики
Отмывание денег и конфискация	Преступление отмывания денег	Странам следует рассматривать отмывание доходов как преступление на основании Венской конвенции и Палермской конвенции
	Конфискация и обеспечительные меры	Странам следует принять меры, позволяющие их компетентным органам замораживать или арестовывать и конфисковать без ущерба для прав

		добросовестных третьих сторон доходы и имущество, полученное от преступной деятельности
Превентивные меры	Надлежащая проверка клиентов и хранение данных	Финансовым учреждениям должно быть запрещено вести анонимные счета или счета, открытые на явно вымышленные имена. Финансовые учреждения должны быть обязаны принимать меры по надлежащей проверке клиентов. Финансовые учреждения должны быть обязаны хранить по меньшей мере в течение пяти лет все необходимые записи об операциях (сделках), как внутренних, так и международных, с тем чтобы иметь возможность оперативно реагировать на запросы компетентных органов о предоставлении информации
	Сообщения о подозрительных операциях	Если финансовое учреждение подозревает или имеет разумные основания подозревать, что средства являются доходом от преступной деятельности или связаны с финансированием терроризма, оно должно быть обязано законом незамедлительно сообщать о своих подозрениях в подразделение финансовой разведки
Прозрачность и бенефициарная собственность юр. лиц и образований	Прозрачность и бенефициарные владельцы юридических лиц	Страны должны обеспечить наличие достаточной, точной и своевременной информации о трастах, учрежденных по соглашению сторон, включая информацию о доверителях, доверительных собственниках и бенефициарах, которую или доступ к которой могут оперативно получить компетентные органы
Полномочия и ответственность компетентных органов	Регулирование и надзор финансовых учреждений	Странам следует обеспечить, чтобы финансовые учреждения подпадали под действие адекватных мер регулирования и надзора и чтобы они эффективно выполняли Рекомендации ФАТФ

Следующая международная организация, занимающаяся решением проблемы по отмыванию доходов, полученных от преступной деятельности, группа «Эгмонт», в которую входит и Российская Федерация. Вхождение нашей страны в данную группу имеет большое значение для улучшения в России ПОД/ФТ, т. к. мы получили большие возможности для обмена информацией с другими членами данной организации. Кроме того, Россия получила возможность заключать соглашения о сотрудничестве по вопросам противодействия легализации преступных доходов. Рассмотрим, какие меры принимают зарубежные страны для борьбы с отмыванием денег. Для этого обратимся к следующей таблице.

Таким образом, как видно из таблицы, каждая страна имеет свои уполномоченные органы для ПОД/ФТ, свои меры наказания и свою систему финансового мониторинга. Но какая же система правового регулирования по ПОД/ФТ в России?

Главным уполномоченным органом финансового мониторинга в Российской Федерации является Центральный банк Российской Федерации (Банк России) и Федеральная служба по финансовому мониторингу.

Основной закон, регулирующий ПОД/ФТ в России, – федеральный закон №115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путём, и финансированию терроризма». Именно в данном законе находят своё отражение рекомендации ФАТФ.

На основании закона №115-ФЗ к основным методам по противодействию отмыванию доходов, полученных преступным путем, относятся:

- организация и осуществление внутреннего контроля;
- обязательный контроль;
- идентификация клиентов кредитных и не кредитных организаций;
- блокирование (замораживание) безналичных денежных средств и имущества;
- иные методы [5].

Таблица 2 – Финансовые меры по борьбе с отмыванием денег, применяемые в зарубежных странах [1]

Название страны	Наказание за отмывание доходов	Уполномоченный орган фин. мониторинга
Аргентина	Лишение свободы от 6 мес. до 6 лет.	Финансовый информационный центр.
Бразилия	Лишение свободы 3-10 лет.	Комитет контроля за финансовой деятельностью, ЦБ Бразилии, Комиссия по ценным бумагам и биржам.
Великобритания	Штраф или лишение свободы на срок до 14 лет.	Агентство по преступлениям, связанным с организованной преступностью, Агентство по финансовым услугам.
Испания	Лишение свободы от 6 мес. до 6 лет.	Комиссия по противодействию отмыванию денежных средств
Канада	Штраф до 2 млн. долл. США и лишение свободы до 5 лет	Канадский аналитический центр по финансовым операциям и сообщениям
США	Лишение свободы на срок до 20 лет или штраф в размере 500 тыс. долл. (для юр. лиц) и 250 тыс. долл. (для физ. лиц).	Федеральная резервная система, Комитет по валютному контролю, Комиссия по ценным бумагам и биржам, Ассоциация по регулированию финансового сектора экономики, Управление по контролю за иностранными активами, Управление по противодействию финансовым преступлениям
Япония	Лишение свободы на срок до 5	Министерство Финансов, Японский

	лет и штраф до 300 млн. японских йен	центр финансовой разведки
--	--------------------------------------	---------------------------

На основании Федерального закона №115-ФЗ созданы другие положения и нормативы, способствующие реализации комплексного подхода в ПОД/ФТ. К ним можно отнести: №321-П «О порядке представления кредитными организациями в уполномоченный орган сведений, предусмотренных Федеральным законом №115-ФЗ», №1486-У «О квалификационных требованиях к специальным должностным лицам, ответственным за соблюдение правил внутреннего контроля в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма и программ его осуществления в кредитных организациях», №445-П «О требованиях к правилам внутреннего контроля некредитных финансовых организаций в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» и другие положения [3, 4, 5, 6].

Таким образом, в Российской Федерации осуществляется активный контроль по противодействию в легализации (отмывании) доходов, полученных преступных путём. Однако нельзя не указать некоторые недостатки.

В российском законодательстве существуют пробелы в области ПОД/ФТ некредитных организаций. Так, например, в положении №445-П содержатся правила внутреннего контроля для некредитных организаций. Однако данные правила носят обобщающий характер. В них не описываются конкретные указания для каждого вида некредитных организаций: ломбардов, негосударственных пенсионных фондов, страховых компаний, потребительских кооперативов и т. д. Вследствие этого возникают затруднения в определении бенефициарного владельца, имущества и денежных средств, подлежащих «заморозке». Кроме того, соблюдение всех правил внутреннего контроля в кредитной и некредитной организации требует значительных затрат времени, специально обученных и подготовленных сотрудников и постоянных изменений внутренних правил. Поэтому очень часто в правилах внутреннего контроля организации наблюдаются ошибки, которые могут повлечь за собой выплату штрафов и отзыв лицензии в кредитной организации.

В заключение хотелось бы отметить, что на международной арене Российская Федерация играет важную роль при модернизации международной системы финансового мониторинга. Наша страна является примером создания эффективной системы ПОД/ФТ за сравнительно короткий срок. Однако в отечественном законодательстве необходимо внести изменения, которые бы заполнили пробелы в регулировании ПОД/ФТ, указанные выше. Кроме того, необходимо постоянно сотрудничать с другими

странами для решения данной проблемы, так как преступные группировки постоянно находят новые инструменты для отмывания доходов, поэтому законодательство должно быть в состоянии вовремя реагировать на такие изменения.

Использованные источники:

1. Жубрин, Р.В. Борьба с легализацией преступных доходов: теоретические и практические аспекты: учеб. пособие / Р. В. Жубрин. –М.: ВолтерсКлувер, 2011. – 339 с.
2. О банках и банковской деятельности: федеральный закон Российской Федерации № 17-ФЗ от 02 декабря 1990 г. (в ред. федерального закона от 8 июля 1999 г. № 137-ФЗ, от 28 июля 2004 г. № 84-ФЗ, от 29 декабря 2006 г. № 246-ФЗ) с изм., внесенными Федеральным законом от 5 апреля 2016 г. № 395-1) [принят Гос.Думой 07 июля 1995 г.: по сост. на 30 декабря 2005 г.] // КонсультантПлюс: Версия Проф. – Справ.-прав. система.
3. О квалификационных требованиях к специальным должностным лицам, ответственным за соблюдение правил внутреннего контроля в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма и программ его осуществления в кредитных организациях: Указание Банка России № 1486-У от 09.08.2014 г. (в ред. от 31.10.2011 г.) [Зарегистрировано в Минюсте РФ 03.09.2004] // КонсультантПлюс: Версия Проф. – Справ.-прав. система.
4. О порядке представления кредитными организациями в уполномоченный орган сведений, предусмотренных Федеральным законом «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»: Положение Центрального Банка Российской Федерации (Банка России) №321-П от 29 августа 2008 г. (ред. от 15.10.2015) [Зарегистрировано в Минюсте России 16.09.2008] // КонсультантПлюс: Версия Проф. – Справ.-прав. система.
5. О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путём, и финансированию терроризма: федеральный закон Российской Федерации №115-ФЗ от 20 июля 2001 г. (в ред. Федерального закона от 28.06.2013 N 134-ФЗ, от 02.11.2013 N 302-ФЗ) [Принят Гос.Думой 13 июля 2001 г.] // КонсультантПлюс: Версия Проф. – Справ.-прав. система.
6. О требованиях к правилам внутреннего контроля некредитных финансовых организаций в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма: положение Банка России №445-П от 15 декабря 2014 г. [Зарегистрировано в Минюсте РФ 9 февраля 2015 г.] // КонсультантПлюс: Версия Проф. – Справ.-прав. система.
7. О Центральном банке Российской Федерации (Банке России): федеральный закон Российской Федерации № 86-ФЗ от 10.07.2002 г. (в ред. федерального закона от 10.01.2003 № 5-ФЗ, от 25.11.2009 г. № 281-ФЗ, с изм., внесенными Федеральным законом от 09.02.2016 г. № 86-ФЗ) [принят Гос. Думой 12 июня 2002 г.] // КонсультантПлюс: Версия Проф. – Справ.-прав. система.

8. Ревенков, П. В. Финансовый мониторинг: управление рисками отмывания денег в банках: исследование / А. Б. Дудка, А. Н. Воронин, М. В. Каратаев, П. В. Ревенков. – М.: Центр Исследований Платежных Систем и Расчетов, 2012. – 360 с.
9. Рекомендации ФАТФ / Международные стандарты по противодействию отмыванию денег, финансированию терроризма и финансированию распространения оружия массового уничтожения - [Текст]. - Пер. с англ. — М.: Вече, 2012. — 176 с.
10. Роль международных организаций в регулировании движения капитала [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.jourclub.ru/3/1037/2/03.01.2011>

*Зиниша О.С., к.э.н.
доцент
кафедра денежного обращения и кредита
Кобыленко М.И.
студент 3-го курса
экономический факультет
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»
Россия, г. Краснодар*

АЛТЫНА КАК ЕДИНАЯ ВАЛЮТЫ ДЛЯ ЕАЭС: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ВВЕДЕНИЯ ДЛЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению инициативы введения в оборот единой валюты для ЕАЭС – алтына, а также нами проанализированы причины подобного новаторского решения и последствия для экономик стран-участниц ЕАЭС и Российской Федерации в частности.

Ключевые слова: национальная валюта, экономика, алтын, Евразийский союз, валютный рынок.

*Zinisha O.S., Cand. Econ.Sci.,
associate professor of Money circulation and credit
Kobylenko M.I.
student of the 3 course faculty of Economics
Federal State-Funded Educational Institution of Higher Professional
Education «Kuban State Agrarian University»
Russia, Krasnodar*

ALTYN AS A SINGLE CURRENCY FOR THE EAEC: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF ADMINISTRATION TO THE RUSSIAN ECONOMY

Abstract: The article considers the initiatives introduction into circulation of the single currency for the EAEC - altyn, and we analyzed the reasons for such innovative solutions and the consequences for the economies of the participating countries EAEC and the Russian Federation in particular.

Keywords: the national currency, economy, altyn, the Eurasian Union, the

currency market.

Евразийский экономический союз (ЕАЭС) — экономический союз, который в рамках евразийской интеграции был создан 1 января 2015 года на базе Таможенного союза России, Казахстана и Белоруссии и является неким аналогом Европейского экономического и валютного союза. Сотрудничество в сфере межгосударственной интеграции в области экономики на постсоветском пространстве ведется с конца 1990-х годов. 26 февраля 1999 года Белоруссия, Казахстан, Киргизия, Россия и Таджикистан подписали Договор о Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве [1].

Соответственно, можно предположить, что рано или поздно для усиления экономических связей между странами были бы предприняты попытки создания некой валюты, которая стала бы единой для стран-членов ЕАЭС, и могла бы использоваться на территории всех стран-участниц.

Однако просто взять и ввести единую валюту нельзя. Необходим достаточно долгий период настройки, которая предполагает координацию валютных и монетарных политик, взаимную увязку курсов национальных валют, и др.

Важным условием успешного функционирования монетарного союза, как показывает практика, является фискальная координация (в части налогового законодательства). Только после этого возможно введение единой валюты и единого эмиссионного центра [2].

Еще в 2014 году в Казахстане были подписаны документы, которые предполагают создание к 2025 году Евразийского ЦБ и появление единой валюты для Белоруссии, Российской Федерации и Казахстана. Но внешнеполитическая ситуация, вероятно, повлияла на экономические решения, и Президент России решил ускорить данный процесс.

Рабочее название единой евразийской валюты — алтын. Но, по данным ряда СМИ, есть и другое обсуждаемое название — евраз [2]. Центробанк ЕАЭС, который будет курировать единую монетарную политику, должен располагаться в Алма-Ате. Только, по замыслу идейных вдохновителей проекта, он не будет аналогом Европейского ЦБ. Вероятно, решения там будут приниматься единогласно премьер-министрами или руководителями нацбанков стран [3].

По сути, введение единой валюты — вполне логичный шаг для экономической координации. Создание валютного союза может положительно сказаться на развитии общего рынка в рамках ЕАЭС как с точки зрения ухода от влияния колебаний курсов валют государств-участников, так и с точки зрения упрощения внутренних расчетов.

Как считают эксперты, корректировать денежную политику важно и необходимо, но сначала нужно создать единый рынок, а потом уж говорить о единой валюте [4].

Что же касается конкретно нашей страны, и что произойдет с

российским рублём и национальной экономикой после того, как алтын войдёт в оборот, то здесь следует отметить, что рубль как национальная валюта, в перспективе исчезнет, уступив место алтыну. Поэтому многим россиянам потеря его как неотъемлемой части суверенитета страны, покажется весьма сложным и болезненным процессом. Поэтому здесь возникнут сложности с психологическим аспектом восприятия новой валюты. Однако, для всей экономики нашей страны в целом это будет весьма благоприятно, так как снизится зависимость от доллара в расчётах, помимо этого будут ликвидироваться межстрановые валютные риски, налаживаться более тесная интеграция между рынками стран-участниц, что позволит российской продукции получать потребителей на стабильном внутреннем рынке ЕАЭС [4].

Но большинство экономистов, несмотря на все преимущества, считают идею создания алтына скорее фантастической. К примеру, такого мнения придерживается Мадина Абаева, аналитик инвестиционной компании QV Finance, говоря, что в ближайшие 30 лет введение единой валюты маловероятно. Валютный союз будет работать только в том случае, если все его участники равноправны и взаимозависимы плюс экономики должны находиться на одном уровне развития. А в случае Евразийского союза каждый участник, скорее всего, будет "тянуть одеяло на себя". Европейское экономическое сообщество было образовано в 1957 году, евро ввели только в 1999 году. Поэтому сама идея звучит неправдоподобно [5].

Есть и другие мнения. Например, Дмитрий Белов, начальник управления торговли на международных рынках СБ Банка, который утверждает, что введение единой валюты расширит экономическое пространство России и других государств, входящих в ЕАЭС. Это, безусловно, шаг вперед в интеграции и объединении экономик наших стран. Единая валюта будет определенно сильнее, чем валюты отдельных стран нового союза. Ее введение считается абсолютно реальным делом. Зависит это, прежде всего, от политической воли глав государств. В случае введения такой единой валюты увеличится количество банковских счетов и банковских операций. Российские финансово-кредитные организации смогут обслуживать клиентов на всем пространстве союза, что расширит географию и спектр банковских услуг. В целом это должно положительно повлиять на российский банковский сектор [5].

Подводя итог всему вышесказанному, можно отметить, что введение новой валюты может оказать как негативное влияние на российскую экономику, выводя из оборота рубль как часть суверенитета нации, однако повлечет и ряд преимуществ, создавая предпосылки к усилению интеграционных процессов по другим направлениям взаимодействия, усиливая связь между странами и создавая единый рынок как глобальное экономическое пространство. В данном случае будут выигрывать как торговые секторы, так и банковские.

Если говорить об опыте ЕС, на основе которого и был создан ЕАЭС, то ведь и там не сразу появилось евро, и многие также встречали его в штывы (а Великобритания и Дания, заметим, это и продолжают делать до сих пор), но всё же эта валюта принесла больше положительного в экономики стран-участниц, чем отрицательного.

На основании всего вышеизложенного можно сделать вывод, что создание и введение единой валюты для Евразийского союза – это важный и необходимый шаг, что должен обязательно быть. Ибо это упростит процедуры товарооборота в странах-участницах, сблизит их экономики и усилит интеграционные связи. Помимо этого, есть надежда и на то, что взаиморасчеты в товарообороте стран союза могут постепенно перейти на национальные валюты, миновав создание алтына, как единой валюты. Сначала для этого необходимо скоординировать систему межбанковских платежей, разработать единую систему банковских карт, проработать вопросы кредитной политики. Создание самого валютного союза никак не повлияет на укрепление курса рубля. Но нельзя отрицать тот факт, что он будет выгоден ему.

Что касается негативной стороны, то, так как Российская федерация является страной, экспортно-ориентированной более на сырьё, то это значит, что курс алтына будет колебаться вместе с ценами на нефть, что уже говорит о его нестабильном положении по сравнению с евро.

Для успешного функционирования алтына необходимо наличие в структуре союзного государства некоего объединённого финансового ведомства, проводящего единую бюджетную и налоговую политику и выпускающего единые для общего валютного пространства долговые ценные бумаги. Такого финансового ведомства в структуре ЕАЭС нет интеграционное объединение обречено на разноречивость в проведении макроэкономической и бюджетной политики.

Российской Федерации необходима взаимная интеграция экономической деятельности, а без координации валютной политики это затруднительно. Создание валютного союза ускорит и укрепит ЕАЭС, позволяя странам стать сплочённые в периоды кризиса и сохранить уровень экономики на прежнем уровне. По расчётам экспертов, появление этой валюты должно ускориться и произойти в ближайшие 3-4 года.

Использованные источники:

1. Винокуров, Е. Алтын вместо рубля / Е. Винокуров // Российская газета. – 2015. - №997(18) – С.10-11
2. Зиниша, О.С. Становление рубля как международной валюты / О.С. Зиниша, О.И. Михневич, И.А. Гольдтакер // Научный журнал КубГАУ. – 2014. - №101(07) – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2014/07/pdf/64.pdf>. - 11.04.2016
3. Климентьев, М. Разуваев: алтын может заменить рубль уже в 2016 году/ М. Климентьев // РИАНовости. – 2015. - №3 – [Электронный ресурс] – Режим

доступа: - <http://ria.ru/east/20150311/1052071450.html>. – 19.04.2016

4. Титова, Ю. Алтын вместо рубля: нужна ли российским банкам новая валюта? / Ю. Титова // Banki.ru. – 2014. – № 6 - [Электронный ресурс] – Режим доступа: - <http://www.banki.ru/news/daytheme/?id=6694665>. – 19.04.2016

5. Официальный сайт ЕАЭС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: - <http://www.eaeunion.org/> - 11.04.2016

Зиниша О.С., к.э.н.

доцент

кафедра денежного обращения и кредита

Шаталова Е.Н.

студент 3-го курса

экономический факультет

ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»

Россия, г. Краснодар

КРАУДФАЙДИНГ КАК ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация: В статье рассматривается новый источник финансирования инновационной деятельности такой как краудфандинг. Рассмотрены характеристики краудфандинга, его преимущества и недостатки. Приведены примеры действительного использования данного инструмента финансирования. Описаны перспективы развития нового источника финансирования на рынке.

Ключевые слова: финансирование, инвестиции, краудфандинг, инновации, малые предприятия, жизненный цикл.

Zinisha O.S., Cand. Econ. Sci.,

associate professor of Money circulation and credit

Shatalova E.N.

student of the third course faculty of Economics

Federal State-Funded Educational Institution of Higher Professional

Education «KubanStateAgrarianUniversity»

Russia, Krasnodar

CROWDFUNDING AS A FUNDING SOURCE OF FINANCING INNOVATIVE ACTIVITIES

Annotation: The article deals with a new source of financing of innovative activity such as crowdfunding. The characteristics of crowdfunding, its advantages and disadvantages. Examples of real use of this financing instrument. We describe the prospects for the development of a new source of financing in the market.

Keywords: financing, investment, crowdfunding, innovation, small businesses, the life cycle.

Одним из приоритетных направлений развития российских

предприятий является внедрение инновационных продуктов в производственную и непроизводственную сферу. При реализации данной задачи бизнес сталкивается с проблемой нехватки собственных средств и недоступностью внешних финансовых ресурсов. При этом доля самофинансирования (чистая прибыль и амортизационные отчисления) в структуре затрат на инновации составляет 63,4%, средств бюджетов различных уровней (гранты, субсидии, государственные венчурные фонды) – 6,6%, коммерческих и инновационных кредитов – 3,5%, иностранных инвестиций – 0,5%, венчурных частных фондов – 0,1%, бизнес-ангелов – 3,2% и прочих средств – 22,7% [2].

В начале 2015 года в России прослеживается тенденция ухудшения финансовых показателей бизнеса, что существенно тормозит инновационную активность предприятий. Для решения этой проблемы необходимо развивать нетрадиционные финансовые подходы и способы активизации инновационной деятельности.

Инновационный продукт – это результат инновационной деятельности, в виде нового или значительно усовершенствованного товара или услуги. Преимущественно они создаются в бизнес-инкубаторах, технопарках и технико-внедренческих зонах. Доступность и актуальность использования того или иного источника финансирования инноваций напрямую зависит от этапов формирования организации. Различают предпосевную стадию (pre-seed), посевную (seed), стартап (startup), роста (growth) и расширения (expansion) (см. таблицу) [3].

Таблица - Характеристики жизненного цикла инновационных компаний [3]

Этапы формирования организации	Привлекаемая сумма	Характеристика этапа
Предпосевная стадия	250 тыс. – 2 млн рублей	<ol style="list-style-type: none"> 1. Создание команды единомышленников 2. Изучение потребности/ проблемы 3. Разработка идеи и подготовка её презентации
Посевная стадия	750 тыс. – 3 млн рублей	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предварительное маркетинговое исследование 2. Оценка преимуществ инновационного продукта, его практическая значимость
Стартап стадия	10 млн – 75 млн рублей	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка бизнес-плана 2. Последний этап маркетинговых исследований

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Создание прототипа 4. Пробные продажи 5. Создание производства
Стадия роста	50 млн – 300 млн рублей	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка ценовой политики 2. Разработка стратегии продвижения 3. Массовые продажи 4. Завоевание устойчивого положения на рынке
Стадия расширения	Более 100 млн рублей	<ol style="list-style-type: none"> 1. Увеличение объёмов сбыта и доли рынка 2. Снижение издержек

Критерием для разделения периодов развития компании на стадии является динамика и знак суммарного (накопленного) денежного потока компании. При этом на каждом этапе изменяется уровень необходимых средств для развития бизнеса.

Краудфандинг используется на каждой стадии развития компании. Это обусловлено тем, что данный способ получения заемных средств концентрирует в себя практически все источники инвестирования. Краудфандинг предполагает привлечение денежных средств от онлайн-инвесторов или спонсоров для финансирования коммерческих и некоммерческих инициатив и предприятий. Данный способ использует веб-технологии и платёжные онлайн-системы, предоставляя удобные и эффективные механизмы взаимодействия лица-получателя финансирования (краудфандера) с лицами, предоставляющими денежные средства (спонсором/инвестором). Посредником, обеспечивающим данное взаимодействие, выступает краудфандинговая платформа, которая выполняет ограниченную роль, в части передачи информации между сторонами и заканчивая предоставлением средств расчетов и учета финансирования и обязательств сторон, при этом, как правило, не выступая стороной по сделке [3].

Всего на сегодняшний день насчитывается больше 450 краудфандинг-платформ различной направленности, большинство из которых находятся в США – 41%, во Франции – 9%, в Германии – 7%, в России – 1% [5].

По способу финансирования различают следующие модели краудфандинга: предзаказ (покупка будущего продукта), роялти (получение процента от прибыли), акционерный (покупка акций компании) и кредитование [7].

Темпы роста краудфандинга в 2014 году составили в Северной Америке –145% (9,46 млрд. долл.), в Азии – 320% (3,4 млрд. долл.), в Европе –141%

(3,26 млрд. долл.) [5]. Лидером индустрии по количеству инвестиций является крауд-кредитование, сборы которого достигли 11,08 млрд. долл.

С помощью акционерного краудфандинга проекты получили финансирование на общую сумму 1,1 млрд. долл.; по предзаказу – 487 млн. долл., по модели роялти – 273 млн. долл. Необходимо отметить, что бизнес является самой востребованной категорией финансирования: подобные проекты привлекли 6,7 млрд. долл., что составляет 41,3% от общего объема рынка [3].

Объем российского рынка краудфандинга по итогам 2014 года составил всего 640-700 млн. рублей. Большая часть оборота средств (66%), как и на зарубежном рынке приходится на кредитование, 26% занимает модель предзаказа, и 8% акционерный и роялти краудфандинг. В России действует 7 площадок краудфандинга, и только 3 из них подходят для финансирования инновационных продуктов [6].

В 2014 году 39% от общего числа заявок на участие в краудфандинге относятся к категории «технологии», а средний объем привлекаемого инновационным проектом финансирования составил 1,7 млн. руб. Данные показатели говорят, что разработчики и ученые нуждаются в быстрых краудфандинговых финансах без дополнительных условий взамен старых способов получения средств, которые осложнены долгой процедурой получения и ограничениями [3].

С первого взгляда краудфандинг легко ассоциировать с благотворительностью. Действительно, между ними много общего, но есть серьезные отличия. В краудфандинге, как правило, деньги собираются в течение определенного времени, а автор получает средства, только если собирает определенную минимальную часть. Эта часть может варьироваться от 50 до 100%, в зависимости от сайта, где запущен сбор денег.

Еще одно важное отличие от благотворительности — каждый инвестор получает определенное вознаграждение от автора. Это может быть продукт, на который собираются деньги (классический краудфандинг) или определенный процент акций компании (краудинвестинг).

Крупнейшим сайтом для коллективного финансирования является Kickstarter. За 2014 год площадка привлекла более \$500 млн., а общая сумма средств, вложенных в успешные проекты, превысила \$1,5 млрд. долларов [6].

На самом деле, на западном рынке, краудфандинг давно стал мастхэв-инструментом практически для любого стартапа. Это подтверждают истории успешных краудфандинговых проектов. Так, например, проект шлема виртуальной реальности OculusRift после завершения успешной кампании на Kickstarter был куплен основателем Facebook Марком Цукербергом за 2 млрд. долл. [6].

Лихорадка краудфандинга не обошла стороной и крупные международные компании. Появлялись сообщения, что к коллективному финансированию присматривается Sony [7].

В итоге, краудфандинг сегодня — один из самых привлекательных способов получения финансирования для авторов творческих идей и бизнес-проектов. Однако, несмотря на сотни голливудских историй успеха, собрать нужную сумму денег получается далеко не у всех.

Как и все в этом мире, краудфандинг имеет свои недостатки. Большинство краудфандинговых платформ взимают комиссию с успешных проектов; кроме того, существуют и процессинговые сборы платежных систем (суммарно около 7-10%). Это значит, что, чем более успешен ваш проект, тем больше вы, в конечном итоге, будете платить по счетам. Например, если ваша цель составляет \$10 000, а платежи за услуги процессинга и платформы равны 10%, вы заплатите \$1 000. Если проект привлек \$100 000, сумма отчислений достигнет \$10 000 [4].

Другим возможным недостатком краудфандинга является недостаток ценного руководства и наставничества.

Но как бы там ни было, такие краудфандинговые платформы, как Indiegogo и Kickstarter (Кикстартер), предоставляют много справочной информации, советов и поддержки авторам проекта, что помогает предпринимателям во многих отношениях. Отчасти это связано с тем, что, чем больше доля успешных проектов платформы, тем привлекательнее она становится как для бекеров, так и для авторов проектов [4].

Таким образом, краудфандинг - уникальная форма привлечения денег для финансирования бизнеса, идей, проектов во всём мире.

В то же время российский рынок краудфандинга не развит абсолютно, находится в зачаточном состоянии. Одна из проблем торможения краудфандинга – историческая – кроется в коллективных инвестициях 90-х, в «пирамидах» и ПИФах, которые появлялись на заре рыночной экономики в нашей стране. Многие в них ошиблись, т.к. не все проекты коллективных инвестиций 90-х, и начала 2000-х были успешны, а некоторые изначально создавались мошенниками.

Прямое регулирование краудфандинга в действующем законодательстве РФ отсутствует. Ряд сайтов (Сервисов), ссылаясь на положения о публичной оферте, предлагает регулировать отношения, основываясь на нормах законодательства о защите прав потребителей, в т.ч. о продаже товаров дистанционным способом, что на наш взгляд, некорректно, так как далеко не всегда денежный взнос пользователя связан с получением им материальной выгоды. Исходя из этого, можно ли считать, что данные правоотношения регулируются нормами ГК о договоре дарения или пожертвования? Аргументом против этого является то, что средства, отправленные пользователем, сначала получает Сервис, и Организатору он их передает, только если собран весь объем средств, необходимый для реализации проекта Организатора. В противном случае средства возвращаются пользователю [1].

По-нашему мнению, следует, опираясь на зарубежный опыт, разделить

отечественный краудфандинг на категории, тем самым обеспечив четкое понимание прав и обязанностей сторон, участвующих в каждом конкретном виде краудфандинга, будь то вариант долевого участия пользователей в проектах, получение вознаграждения пользователями за денежный взнос в пользу проекта Организатора или, вовсе, безвозмездное пожертвование.

Также имеет смысл ввести в действующее законодательство термин «народное финансирование». Следует дать законодательное определение для каждой из сторон-участников. Возможно, стоит внести изменения и в налоговое законодательство, а именно: ввести налоговые льготы для проектов в области здравоохранения, социального обеспечения, в духовной сфере, т.к. они, безусловно, имеют большое значение для граждан нашего государства.

Каковы предпосылки роста рынка краудфандинга в России? На наш взгляд, их три:

- во-первых, деньги частных инвесторов очень нужны экономике. Банковские кредиты слишком дороги, и, если экономическая ситуация в стране не начнет резко улучшаться, компании будут стремиться привлекать средства физических лиц. Сегмент кредитования при помощи краудфандинга будет расти. Сейчас подобные модели кредитования в России пока редкость;

- во-вторых, на рынке краудфандинга появляются проекты, связанные с недвижимостью и другими сферами. Чтобы поверить в идею, приносящую прибыль, инвесторам нужен позитивный опыт. Современным качественным проектам нужно сначала поработать на рынке хотя бы год-два, показать инвесторам доходность, и тогда, возможно, в краудфандинг поверит больше людей;

- в-третьих, финансовая грамотность в России в ближайшем будущем будет расти. В отдаленной перспективе будут появляться качественно новые инвесторы. Молодое активное поколение гораздо лучше понимает, что накопления можно и нужно инвестировать, а в мире существуют не только банковские депозиты. Кроме того, это поколение мечтает о финансовой свободе и верит в ее возможность.

На плечах первопроходцев рынка как всегда серьезный груз. Тем командам, которые займутся краудфандингом, через пару-тройку лет работать будет проще. Прекрасной иллюстрацией к этому мнению могут стать слова Стива Джобса: «Не нужно быть лучшим, нужно быть первым».

Использованные источники:

1. Государство приходит в краудфандинг — хорошо или плохо? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <http://crowdhunters.ru/crowdgover/> - 20.02.2016
2. Дыкусова, А. Венчурное инвестирование инновационной деятельности: монография / А. Дыкусова. - М.: LAP LambertAcademicPublishing, 2012. - 192 с.
3. Индикаторы инновационной деятельности: 2015 г.: статистический

сборник. - М.: НИУ ВШЭ, 2015. - 472 с.

4. Краудфандинг vs ангельские инвестиции [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

URL:http://crowdsourcing.ru/article/kraudfanding_vs_angelskie_investicii - 20.02.2016

5. Конец венчурной индустрии: осталось 15 лет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://slon.ru/biz/1123647/> - 20.02.2016

6. С миру по нитке: как из коллективных инвестиций рождается бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://m.forbes.ru/article.php?id=234567> – 20.02.2016

7. Что такое краудфандинг? Известные примеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://1bizz.ru/2012/05/15/crowdfunding/> - 20.02.2016

Зиниша О.С., к.э.н.

доцент

кафедра денежного обращения и кредита

Татаринцева А.В.

студент 3-го курса

экономический факультет

ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»

Россия, г. Краснодар

СОВРЕМЕННАЯ ВАЛЮТНАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЁ РЕАЛИЗАЦИИ

Аннотация: В статье авторами проанализирована валютная политика, реализуемая в современной России, в историческом аспекте. Рассмотрена зависимость валютного курса от внешнеполитических факторов, а также от проводимой политики Банка России: его интервенций, изменений ключевой ставки, изменения валютного режима.

Ключевые слова: валютная политика, курс, Центральный Банк, интервенции, ключевая ставка.

Zinisha O.S., Cand. of Econ. Sci.

associate professor of the Department of monetary circulation and credit

Tatarinceva A.V.

3rd course of the Faculty of Economics

FSBEI HPE «Kuban State Agrarian University»

Russia, Krasnodar

MODERN MONETARY POLICY OF RUSSIA AND ITS IMPLEMENTATION

Abstract: In the article the authors analyzed monetary policy, which is operates in Russian Federation, in historical aspect. Considerate dependence of the exchange rate from foreign factors and policy conducted by the Central Bank of Russia: its intervention, key rate changes, exchange rate arrangement changes.

Key words: monetary policy, exchange rate, Central Bank of Russia, analysis, intervention, key rate.

Развитие международных экономических отношений на межгосударственном уровне, а также развитие торговли, стали причиной становления мировой валютно-финансовой системы. Посредством валютных отношений осуществляются расчетные, денежно-кредитные и торговые сделки между различными странами. Вместе с тем развитие внешнеэкономической деятельности и либерализация экономики создают угрозу для функционирования национальных субъектов хозяйствования и устойчивости национальной валюты. Таким образом, возникает необходимость в развитии системы валютного регулирования и валютного контроля.

Система валютного регулирования и валютного контроля представляет собой комплекс законодательных, административных и нормативных ограничений на проведение валютных операций [5].

В России можно проследить несколько периодов, в которых государство корректировало валютную политику, исходя из внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на курс национальной валюты. Проанализируем основные этапы реализации российской валютной политики, представив ее периодизацию в таблице.

Таблица - Этапы эволюции валютной политики России [2]

Период	Характеристика этапа
1	2
1992-1994 гг.	Жёсткий контроль движения капитала и валютных операций. Формирование режима внутренней конвертируемости рубля по текущим операциям. 1992 год - введение свободного курса рубля, создание Московской межбанковской валютной биржи; создание региональных валютных бирж. 1991-1993 г.г. - функционирование и дезинтеграция рублёвой зоны бывшего СССР. Девальвация национальной валюты - контроль операций нерезидентов и резидентов и использование набора валютных ограничений.
1995-1997 гг.	Переход к режиму валютного таргетирования из-за обесценения курса рубля по отношению к основным валютам: установление валютного коридора и проведение интервенций при отклонениях курса доллара на 5-6% от официального курса. Развитие срочного валютного рынка. Отток капитала из страны под влиянием Азиатского финансового кризиса. Повышение спроса на иностранную валюту со стороны коммерческих иностранных банков и вывод средств нерезидентами - повышение ставок рефинансирования, ставок по ломбардным кредитам Банка России и норм резервирования по обязательствам в иностранной валюте. Сокращение резервов Банка России: попытка увеличить валютные резервы посредством снижения цен на государственные ценные бумаги, расширения спреда колебаний

	обменного курса рубля на межбанковском рынке и поднятия цены рублевых ресурсов. Рост масштабов лицензирования валютных операций, связанных с движением капитала.
1998-1999 гг.	1998 г. - отказ от режима таргетирования валютного курса, использование режима фиксированного валютного курса в форме привязки к доллару США. Деноминация рубля. Дестабилизация ситуации на финансовых рынках, обусловленная падением цен на корпоративные бумаги, рост напряженности на форвардном сегменте внутреннего валютного рынка из-за роста темпов девальвации рубля. Поднятие ставок рефинансирования и ломбардного кредитования до 42%. 17 августа 1998 г. - технический дефолт по государственным долговым обязательствам. Девальвация валюты как результат отмены валютного коридора. 1999 г. - рост цен на нефть, установлен режим управляемого плавающего курса.
2000-2004 гг.	Укрепление курса рубля за счет расширения экспорта и притока иностранной валюты. Основной целью стало накопление золотовалютных резервов и предотвращение чрезмерного укрепления национальной валюты. Рост объемов платежей, связанных с обслуживанием и погашением государственного внешнего долга. 2000 г. - снижение ставки рефинансирования с 60% до 25%. 2002 г. - установление стабильного курса рубля в 31,86 рубля. 2003 г. - снижение ставки рефинансирования до 16%. 2004 г. - прирост денежной массы за счет роста чистых иностранных активов денежных властей и кредитных организаций. Снижение инфляции и реальное укрепление рубля. Снятие ограничений на операции с портфельными инвестициями и разрешение на открытие резидентами счетов в иностранных банках. Снижение норм резервирования резидентов и нерезидентов и ослабление мер контроля за иностранными счетами резидентов.
1	2
2005-2013 гг.	2005 г. - интервенции на внутреннем валютном рынке с целью сглаживания колебаний курса рубля к корзине валют. Установлен операционный интервал, на границах которого проводились валютные интервенции. Рост спроса на иностранную валюту. 2006 г. - введение полной конвертируемости рубля по текущим и капитальным операциям. Увеличение масштабов финансовых потоков. 2008 г. - сохранение режима управляемого плавающего курса рубля., свободное трансграничное движение капитала. Отток капитала - вывоз банками иностранной валюты. Снижение номинального курса рубля по отношению к доллару. 2009 г. - использование механизма автоматической корректировки границ интервала допустимых значений стоимости бивалютной корзины. Ширина плавающего операционного интервала - 2 рубля. Интервенции Центрального Банка. 2010 г. приводят к расширению границы коридора колебаний курса рубля по отношению к доллару и евро. 2013 г. - переход к режиму инфляционного таргетирования, который заключается в оказании влияния на валютный курс рубля посредством изменения процентных ставок и процентных инструментов регулирования ликвидности.

Анализируя данные таблицы, можно прийти к выводу, что на государственное регулирование валютной политики в различные периоды оказывали влияние процесс перехода от командно-административной системы к рыночной модели экономического развития, либерализация в деятельности банковского сектора и движения капитала.

В период между азиатским финансовым кризисом 1997-1998 гг. и мировым экономическим кризисом 2008 г. за счет укрепления цен на нефть на мировом рынке удалось укрепить курс рубля во внутренней валютной системе России. Среди приоритетных задач выступило наращивание золотовалютных резервов. Снижение уровня инфляции и укрепление курса национальной валюты позволило погасить задолженность страны Парижскому клубу кредиторов, МВФ, США по сельхозкредиту [6].

Однако финансово - экономический кризис 2008 г. привел к рецессии экономики. Золотовалютные резервы сократились на 25%, снизилась капитализация российских компаний, укрепилось недоверие населения к банкам [1]. Бегство капитала, которое выразилось в снижении остатков на счетах физических лиц в крупнейших банках, привело к банкротству нескольких крупных банков, и финансовой дестабилизации банковской системы страны в целом. Кроме того, кризис спровоцировал падение мировых цен на нефть, что повлекло за собой сокращение темпов роста экономики и обесценение рубля. Правительство страны объявило о плавной девальвации рубля по отношению к бивалютной корзине. Центральный Банк Российской Федерации был вынужден расширять валютный коридор из-за нехватки наличности, поскольку к концу 2008 года курс рубля снизился по отношению к доллару на 11% [8]. Тем не менее, принятые меры позволили уже к концу 2009 г. восстановить резервы до уровня 2008 г. Основной задачей курсовой политики, в условиях притока средств от внешнеторговых операций, стало сокращение прямого вмешательства Банка России в механизмы валютного рынка и переход к плавающему валютному курсу. Доля интервенций в объеме денежной массы заметно снизилась с 2009 г., что можно наблюдать на рисунке 1.

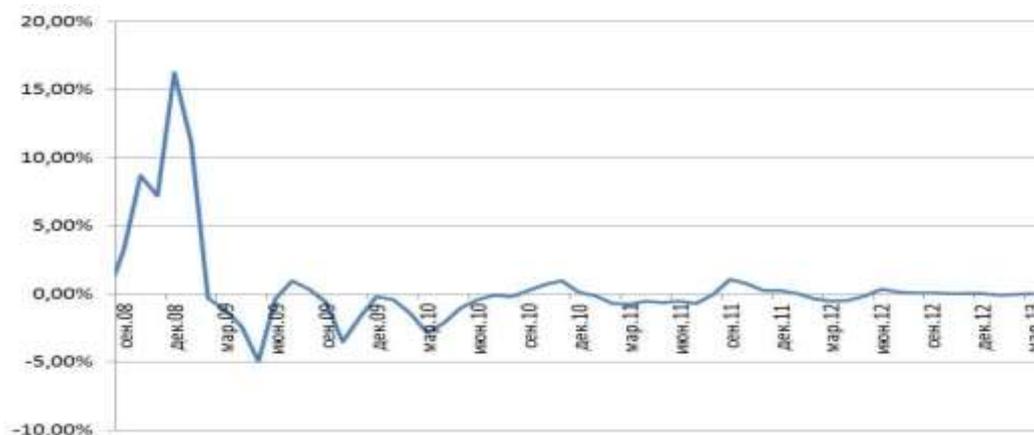


Рисунок 1 - Доля объема интервенций Банка России на внутреннем валютном рынке в объеме денежной массы 2008-2013 гг., % [4]

С этой же целью в 2013 г. Банк России объявляет о начале реализации мер по переходу к режиму инфляционного таргетирования. Особенность данного режима заключается в том, что Банк России может объявлять возможные пределы колебания инфляции и активно действовать на валютном рынке посредством корректировки процентных ставок.

Изучив обзор курса рубля аналитика отдела рыночного анализа и консультаций КИТ Финанс Д. Шагардина, можно прийти к выводу, что колебания курса рубля и национальной валюты наблюдались с марта 2014 г. [9]. В качестве причин, повлиявших на изменение курса валют в 2014 г. Президент РФ Владимир Путин во время Большой пресс-конференции, проходившей в Центре Международной торговли 18 декабря 2014 года, назвал внешние факторы [3].

Ключевыми факторами, обусловившими валютные колебания в 2014-2015 гг., являлись: геополитический кризис, внешние санкции, динамика цен на нефть, монетарная политика Банка России, отток капитала (в т.ч. выплаты по внешнему долгу). Повышение курса мировых валют, негативное сальдо торгового баланса Российской Федерации в связи с удешевлением экспортируемого сырья, отток национальной валюты из страны и ухудшение политической ситуации, привели к снижению курса рубля и к возникновению кризисных явлений.

Стоит отметить, что в 2014 году Центральным банком Российской Федерации были приняты следующие меры для удержания курса рубля: увеличение потенциального объема обеспечения по своим кредитам, принятие законодательных решений, направленных на реализацию мер докапитализации российских банков в целях поддержания необходимого уровня кредитования приоритетных отраслей экономики, введение режима плавающего валютного курса, таргетирование инфляции, повышение ключевой ставки.

Проанализируем данные мониторинга «О текущей ситуации в экономике Российской Федерации» за 2014-2015 гг. [7]. Изучив данные указанного мониторинга, стоит отметить, что индекс реального укрепления рубля к доллару снизился с 98,1 в 2013 году до 65,5 на конец 2014 года, индекс реального эффективного курса рубля снизился на 24,4. В связи с закрытием для российского корпоративного сектора западных рынков дешевого фондирования, объем кредитов нефинансовым организациям увеличился на 31,3%. Потребительская инфляция за годовой период составила 11,4%, на 4,9 п.п. превысив значение 2013 года. За 2014 год валовой кредит Банка России кредитным организациям вырос на 3,48 трлн. руб. В связи со стремительным ростом курса рубля, ключевая ставка была экстренно повышена на 6,5 п.п. до 17%. В условиях структурного дефицита ликвидности наблюдался рост спроса на операции рефинансирования со стороны кредитных организаций. Действия ЦБ позволили замедлить падение курса рубля в краткосрочной перспективе, однако для того, что оценить последствия принятых решений,

необходимо оценить состояние денежно-кредитной системы и экономики в 2015 г.

По данным мониторинга за 2015 год, ВВП составил 96,3% по отношению к предыдущему году, что характеризует его снижение на 4,4%, в 2016 году снижение ВВП оценивается на 1,4% к соответствующему периоду прошлого года. Индекс потребительских цен увеличился на 10,3%, что свидетельствует об усилении темпов роста потребительской инфляции. В среднем за 2015 год инфляция составила 15,5% после 7,8% в 2014 году. В 2015 году реальный эффективный курс укрепился на 1%. Стоит отметить, что для реального сектора экономики характерно обострение проблем в силу усиления долгового бремени выплат валютных долгов компаниям и снижения страновых кредитных рейтингов. В связи с этим в первом полугодии, ЦБ снизил уровень ключевой ставки до 11,5% годовых, а затем до 11,0% годовых во втором полугодии.

Таким образом можно сделать вывод, что стремительные темпы роста рубля и повышение ключевой ставки привели к снижению уровня ВВП, увеличению роста инфляции, торможению реального сектора, значительному снижению индекса реального эффективного курса рубля и росту цен.

В соответствии с волновой теорией Н.Д. Кондратьева, экономический рост и социально-экономический прогресс носит неравномерный характер и сопровождается колебаниями экономики. Отразим структурные колебания развития экономики в России на рисунке 2.

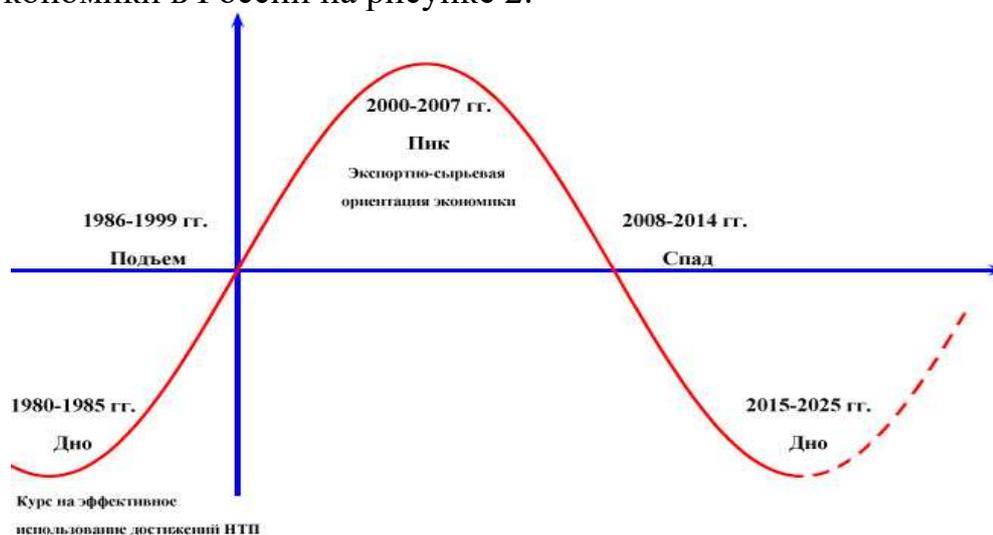


Рисунок 2 - Цикличность экономического развития России в период 1985-2025 гг. согласно теории длинных волн в экономике Н. Д. Кондратьева (составлено автором)

Проанализировав данные рисунка 2, можно прийти к выводу, что в настоящее время Россия находится в низшей точке экономического развития. Переходу к подъему экономики может способствовать её переориентация, которая будет заключаться в отходе от экспортно-сырьевой

акцентированности экономики и развитии обрабатывающих отраслей, поскольку изменения геополитической обстановки и негативные внутренние факторы привели к колебаниям и падению цен на сырьевые ресурсы, что в свою очередь повлекло за собой падение курса рубля и стагнацию экономики.

Резкое и значительное повышение ключевой ставки позволило стабилизировать курс валют, однако данная стратегия негативно сказывается на экономике в долгосрочном периоде. Поскольку в настоящее время ценообразование на продукцию обрабатывающей промышленности определяется на внутреннем рынке в зависимости от дохода или внутреннего спроса с учетом цен на импортные аналоги, данная отрасль нуждается в политике, направленной на укрепление курса национальной валюты, что приведет к повышению покупательной способности граждан и снизит инфляцию.

В связи с этим необходимо расширение использования инструментов денежно-кредитного регулирования со стороны Банка России и Правительства страны, которое будет заключаться в эмиссии и размещении государственных ценных бумаг, организации стабилизационного фонда, понижении ключевой ставки и снижении инфляционных ожиданий, что будет способствовать укреплению доверия населения за счет повышения платежеспособности, укреплению курса национальной валюты и развитию отраслей обрабатывающей промышленности.

Использованные источники:

1. Вальц, О.В. Влияние мирового финансового кризиса на ВВП России / О.В. Вальц, К.В. Бейкова // Труды X Международной научно-практической конференции студентов, молодых ученых и предпринимателей в сфере экономики, менеджмента и инноваций. - Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. - 445 с.
2. Годовой отчет Центрального банка Российской Федерации (Банка России) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.cbr.ru>. - 03.03.2016.
3. Казакова, М. Кризисные явления в российской экономике обусловлены как внешними, так и внутренними факторами / М. Казакова [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://iep.ru/ru/krizisnye-iavleniia-v-rossiiskoi-ekonomike-obuslovleny-kak-vneshnimi-tak-i-vnutrennimi-faktorami>. - 18.12.2014.
4. Картухин, А. В. Современная валютная политика Банка России / А. В. Картухин [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2013/05/24576>. - 31.03.2016.
5. Кушлин, В. И. Государственное регулирование рыночной экономики: учебник / В. И. Кушлин. - М.: Изд-во РАГС, 2005. - 834 с.
6. Макеева, Л. Россия ускорила час расплаты перед Всемирным Банком / Л. Макеева [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.finam.ru/analysis/forecasts/rossiya-uskorila-chas-rasplaty-pered-vsemirnym-bankom-20080414-18430>. - 14.04.2008.

7. Мониторинг и анализ социально-экономического развития Российской Федерации и отдельных секторов экономики [Электронный ресурс]. - Режим доступа:

http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/macro/monitoring?WCM_Page.556a41804309ce5898fbbb1aee474279=2. - 15.05.2016.

8. Рубль перешел все границы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://izvestia.ru/news/343047>. - 25.11.2008.

9. Шагардин, Д. Про экономику и рубль / Д. Шагардин [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://tradersroom.ru/review/avtorskie-obzory/51735-2015-06-03-07-50-14>. - 03.06.2015.

Зиниша О.С., к.э.н.

доцент

кафедра денежного обращения и кредита

Ханжиян А.Э.

студент 3-го курса

экономический факультет

ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»

Россия, г. Краснодар

К ВОПРОСУ О ЗАКОНОДАТЕЛЬНОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ДЕОФШОРИЗАЦИИ В РОССИИ

Аннотация: В статье рассмотрены основные направления реализации политики деофшоризации в России, предпосылки ее формирования, и факторы, обусловившие ее необходимость. Проанализированы достигнутые эффекты реализации антиофшорной политики и проблемы ее законодательного регулирования.

Ключевые слова: антиофшорная политика, офшоры, амнистия капитала.

Zinisha O.S., Cand. Econ. Sci.,

associate professor of the Department of monetary circulation and credit

Khanzhiyan A.E.

3rd year student of the Faculty of Economics

Federal State-Funded Educational Institution of Higher Professional

Education «Kuban State Agrarian University»

Russia, Krasnodar

REGARDING TO THE ISSUE ABOUT LEGISLATIVE REGULATION OF DEOFFSHORIZATION IN RUSSIA

Abstract: This article describes main directions of the deoffshorization policy implementations in Russia, preconditions of its formation and factors determining its necessity. Analyzed achieved effects of anti offshore policy realization and problems of its legislative control.

Key words: anti-offshore policy, offshore, capital amnesty.

С каждым годом вопрос о деофшоризации экономики России становится все более актуальным. На сегодняшний день главным приоритетом страны является остановка и дальнейшее предотвращение оттока капитала из страны, поскольку высокая степень офшоризации экономики неминуемо ведет к значительным экономическим издержкам для страны [7].

На сегодняшний день необходимость проведения антиофшорной политики обусловлена целым рядом факторов, которые можно подразделить на внутренние и внешние (таблица) [8].

Таблица – Факторы, обуславливающие необходимость антиофшорной политики [8]

Внутренние факторы	Внешние факторы
1. Угроза финансовой, экономической и общей национальной безопасности России при дальнейшем развитии национальной экономики в условиях негативного влияния офшорной зависимости.	1. Активизация антиофшорной политики в глобальном масштабе, т.е. на сегодняшний день мировое сообщество признает проблему офшоров, как одну из главных экономических проблем современности.
2. Повышение финансовой дефицитности бюджетов всей бюджетной системы РФ, ввиду снижения бюджетных доходов по причине чрезмерной офшоризации экономики.	2. Общее стремление подавляющего большинства государств мира установить принцип «справедливого налогообложения» и предотвратить повышение криминализации мировой экономики.
3. Офшорные олигархи и прочие бизнес-структуры, которые оптимизируют свою деятельность, тем самым нанося вред национальной экономике.	

Не стоит забывать, что основополагающей причиной «офшорного бегства» капитала из России является сложность ведения бизнеса в стране. Офшоры подкупают возможностью осуществления ряда структурно сложных сделок, не предоставленных российской юрисдикцией, и более лояльным по отношению к бизнесу законодательством [4].

Потребность антиофшорной политики в России вызвана также тем фактом, что значительная часть частного капитала РФ контролируется холдинговыми центрами, инкорпорированными в юрисдикциях, входящих в офшорные финансовые сети. Из 50 крупнейших российских компаний рейтинга «Эксперт-400» с совокупной выручкой 16 трлн. руб., принадлежащих частному капиталу, и не являющихся дочерними структурами иностранных корпораций, 46 % либо зарегистрированы в офшорных юрисдикциях, откуда контролируется от 40 % до 90 % акций таких компаний, либо там находится центр прибыли или центр принятия решений [6].

Кроме того, по словам Александра Недошивина, руководителя Центра

системного анализа, многие указывают на коррупцию, несостоятельность судебной системы, слабый инвестиционный климат и многие другие причины. По его мнению, основным критерием является дополнительное конкурентное преимущество, которое получают российские компании, выходя в офшоры. И предоставление таких опций станет первым шагом для возвращения компаний на российский рынок [9].

На сегодняшний день можно сказать, что российская экономика испытывает на себе весь комплекс негативного влияния чрезмерной офшоризации. По подсчетам экономистов, в период с 1990 по 2010 гг. было вывезено порядка 800 млрд. долл., а в период с 2010 г. по I квартал 2016 г. - 450 млрд. долл. , что представлено на рисунке.

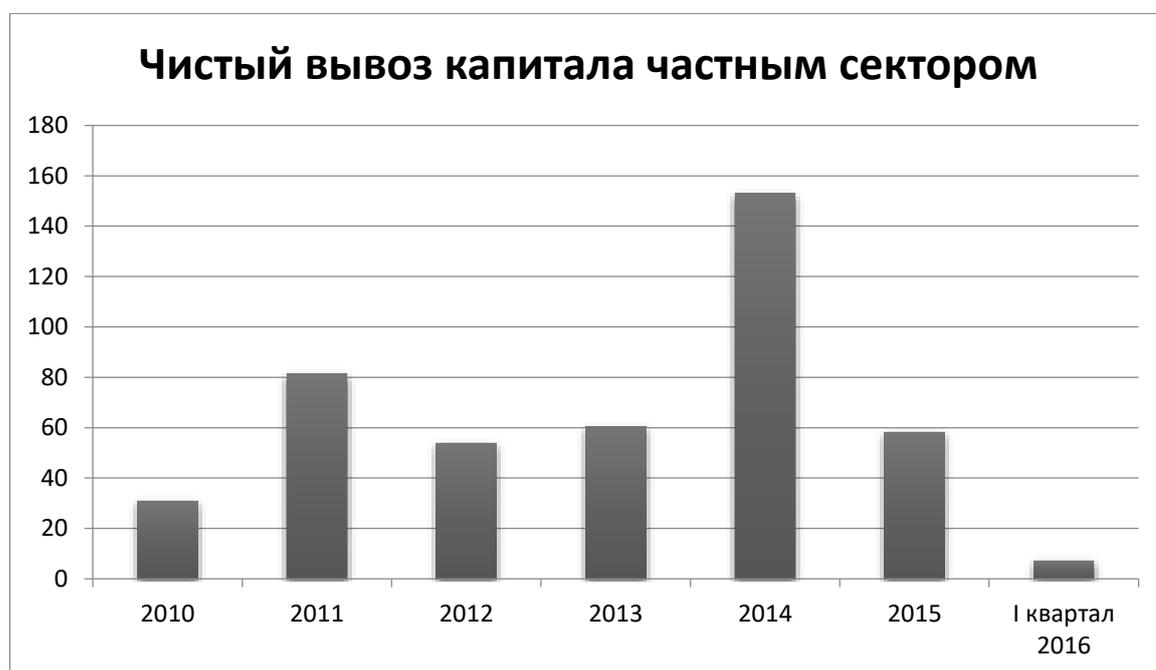


Рисунок – Чистый вывоз капитала частным сектором в 2010 - I квартале 2016 г. (по данным платежного баланса Российской Федерации, по методологии РПБб), млрд. долл. США [10]

Данная динамика лишь подтверждает необходимость проведения жесткой антиофшорной политики, способной вывести страну на новый уровень развития. Необходимо отметить, что в течение последних нескольких лет данные намерения стали подкрепляться и конкретными действиями со стороны государственных структур [5].

На сегодняшний день в офшорных юрисдикциях находится примерно 36 трлн. долл. США разных активов, что равно общей сумме ВВП США и Китая. Это объясняет тенденцию ведущих держав к объединению, с целью противодействия отрицательным проявлениям офшоризации, прежде всего, формируя глобальный механизм обмена налоговой информацией [4].

Первым шагом в такой борьбе явилось создание в 1988 г. Конвенции ОЭСР «О взаимной административной помощи по налоговым делам». Однако

в 80-е гг. прошлого века данная конвенция была не слишком актуальна, а потому практически не работала, но кризис 2008 г. в значительной степени обострил проблему эффективного пополнения государственных бюджетов, и соответственно, ужесточил борьбу государств с налоговыми неплательщиками [4].

На данный момент времени, данную конвенцию подписали 64 государства. Российская Федерация также подписала и ратифицировала ее, но с определенными оговорками и заявлениями, что допускается Конвенцией. Все это прописано в ФЗ от 4.11.2014 г. № 325 «О ратификации конвенции о взаимной административной помощи по налоговым делам» [3].

Кроме того, с 1 января 2015 г. вступил в силу «антиофшорный закон», который еще в середине ноября 2014 г. был практически единодушно принят Госдумой и подписан Президентом страны, В.В.Путиным [2].

Суть данного закона сводится к следующему:

- в случае, если иностранная компания более, чем на 25% принадлежит гражданину России или российскому юридическому лицу, то она обязана отчислять налоги в российский бюджет, вне зависимости от ее местонахождения;

- сроком на ближайшие 3 года устанавливается переходный период, в течение которого минимальный размер нераспределенной прибыли, подлежащей налогообложению, будет уменьшаться. Так, в 2015 г. она составит 50 млн. руб., в 2016 г. - 30 млн. руб., а после 2017 г. - 10 млн. руб.;

- предпринимателям, действующим в офшорах, придется уплатить штраф в размере 20% от суммы неуплаченного налога, но не менее 100 тыс. руб. (уголовная ответственность за уклонение от уплаты налогов сохраняется) [5].

По оценке Минфина России, благодаря введению данных норм в бюджет России будет поступать до 20 млрд. руб. дополнительного дохода. Кроме того, в 2014 г. чистый отток капитала составлял 153 млрд. долл., а в 2015 г. данный показатель составил всего 56,9 млрд. долл., таким образом можно проследить сокращение оттока капитала из страны в 2,7 раза [10].

На текущий период главной целью Правительство страны ставит полное возвращение капитала на родину или хотя бы подавляющей его части. Однако реализация данной цели возможна лишь при формировании специальной стратегии, урегулированной законодательно на самом высоком уровне. Антиофшорная политика должна быть ориентирована на безболезненный для национальной экономики переход от офшорного бизнеса к чистому [9].

Также необходимо отметить, что в начале декабря 2014 г. в ходе обсуждения Послания Президента РФ к Федеральному собранию В.В. Путин предложил провести полную амнистию офшорных капиталов при условии их возвращения в Россию. На данный момент в законопроект вносятся изменения, с целью упрощения возвращения декларированных зарубежных активов. Поправки призваны устранить целый ряд противоречий, ранее

мешающих декларировать имущество. Кроме того, заявлено предложение репатриировать активы лишь из тех стран, которые занесены в «черный» список Минфина, в котором находится порядка 40 стран [7]. На данный момент уже ведется активная работа по данному вопросу, однако решение его должно быть осуществлено с учетом требований FATF (Financial Action Task Force on Money Laundering), членом которой Россия является с 2003 г. [6].

Подводя итог вышесказанному, можно с уверенностью сказать, что процесс деофшоризации в нашей стране запущен, а законодательная база для него основательная. Корпорации уже сейчас начинают реструктуризировать активы и избавляться от существующих офшоров. Кроме того, многие компании в составе структур будут ликвидироваться, особенно до 1 января 2017 г., т.е. до срока истечения льгот, предусмотренных новым законом. Также можно предположить, что количество новых офшоров будет снижаться, как и отток капитала из страны.

На сегодняшний день, говоря об общемировых тенденциях в сфере деофшоризации экономики, можно отметить, что все страны стремятся к унификации и максимальной прозрачности налоговой системы, к этому стремится и наша страна.

Использованные источники:

1. Конвенция о взаимной административной помощи по налоговым делам от 25.11.1988 г.: Конвенция ОЭСР [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://zakon.ru/blog/2016/1/28/konvenciya_o_vzaimnoj_administrativnoj_pomos_hhi_po_nalogovym_delam_ot_25_noyabrya_1988_goda - 15.05.16
2. О внесении изменений в части первую и вторую налогового кодекса Российской Федерации (в части налогообложения прибыли контролируемых иностранных компаний и доходов иностранных организаций): Федеральный закон Российской Федерации №376-ФЗ от 24.11.2014 г. (в ред. от 15.02.2016 г.) [принят Гос. Думой 18 ноября 2014 г.; одобрен Советом Федерации 19 ноября 2014 г.] // КонсультантПлюс: Версия Проф. – Справ.-прав. система.
3. О ратификации конвенции о взаимной административной помощи по налоговым делам: Федеральный закон Российской Федерации №325-ФЗ от 04.11.2014 г. [принят Гос. Думой 17 октября 2014 г.; одобрен Советом Федерации 29 октября 2014 г.] // КонсультантПлюс: Версия Проф. – Справ.-прав. система.
4. Барановская, Е.А. Актуальные проблемы создания системы правового регулирования деофшоризации российской экономики / Е.А. Барановская, Ю.Н. Аксенова-Сорохтей // Единая редакция научных журналов БФУ им. И. Канта. – 2015. – №3. – С. 124-131.
5. Деофшоризация России: власти замахнулись на святое – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.bbc.com/russian/business/2014/11/141125_russia_offshores_law - 25.11.14
6. Деофшоризация российской экономики – [Электронный ресурс] – Режим

доступа: <http://www.moluch.ru/archive/94/21085/> - 10.11.15

7. Минфин упростит условия амнистии капитала – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://rg.ru/2016/02/02/minfin-uprostit-usloviia-annistii-kapitala.html> - 02.02.16

8. Новый антиофшорный закон 2015. Ответственность за уклонение от уплаты налогов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gdeadvocat.ru/webapp/Posts/antiofshorny-zakon-2015> - 28.11.14

9. Что такое «деофшоризация»? – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://business-swiss.ch/2013/07/deofshorizatsiya/> - 05.07.14

10. Центральный банк РФ: Статистика внешнего сектора – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/?Prtid=svs> - 15.05.16

*Зубова Т. И.
студент*

ИЭП ННГУ им. Лобачевского

СИСТЕМА НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. Деятельность организации в хозяйственном обороте невозможна без соблюдения многочисленных норм и правил. В настоящей статье рассмотрены четыре уровня нормативно-правового регулирования бухгалтерского учета. Бухгалтерский учет, который является источником для финансовой отчетности, должен быть предметом постоянного и тщательного регулирования со стороны государства.

Ключевые слова. Бухгалтерский учет, бухгалтерская (финансовая) отчетность, нормативно-правовой акт, нормативно-правовое регулирование.

Знание соответствующих правовых норм играет важную роль в предпринимательской и хозяйственной деятельности, т.к. деятельность организации в хозяйственном обороте невозможна без соблюдения многочисленных норм и правил. Для того чтобы обеспечить нормальную работу любого предприятия, бухгалтер обязан владеть правовой терминологией, знать, как применяются и действуют нормативные акты, кто может быть субъектом хозяйственных отношений, как совершаются сделки и заключаются договоры, что такое имущество и интеллектуальная собственность, как регулируются трудовые отношения в организации и многое другое.

Система нормативно-правового регулирования бухгалтерского учета устанавливает на законодательном уровне единые правовые и методологические основы организации и ведения бухгалтерского учета в Российской Федерации.

Действующие правовые нормы предназначены для установления единых требований к бухгалтерскому учету, в том числе бухгалтерской (финансовой) отчетности, а также создание правового механизма

регулирования бухгалтерского учета. Совокупность действующих правил и норм в учете, обязательных к применению, позволяет рассматривать бухгалтерский учет как систему, организуемую в каждом хозяйствующем субъекте и выполняющие определенные функции. [1]

На сегодняшний день в российской практике сложилась четырехуровневая система регулирования бухгалтерского учета. Такая система обусловлена назначением и статусом нормативных правовых актов.

Первый уровень нормативно-правового регулирования бухгалтерского учета является законодательным и включает законодательные акты, указы Президента РФ, а также постановления Правительства. Все эти акты устанавливают единые правовые основы организации и ведения бухгалтерского учета.

Основополагающим актом первого уровня является Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 04.11.2014) «О бухгалтерском учете». Основной целью этого закона выступает установление общих требований к бухгалтерскому учету и бухгалтерской отчетности и создание механизма правового регулирования бухгалтерского учета. Он определяет правовые основы, содержание, принципы, организацию, общие требования к бухгалтерской (финансовой) отчетности, состав хозяйствующих субъектов, которые обязаны вести бухгалтерский учет и предоставлять финансовую отчетность, а также принципы правового регулирования бухгалтерского учета. [2]

Кроме вышеуказанного закона к законодательным актам первого уровня также можно отнести Федеральный закон от 14.06.1995 №88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации», Федеральный закон от 26.12.95 №208-ФЗ «Об акционерных обществах» и др.

Так же к первому уровню нормативно-правового регулирования бухгалтерского учета относят Гражданский кодекс, который закрепляет многие вопросы учета и отчетности. К актам первого уровня относится и Налоговый кодекс Российской Федерации.

Второй уровень содержит стандарты (положения) по бухгалтерскому учету и отчетности, утвержденные Минфином России. Они представляют собой свод основных правил, которые определяют порядок учета и оценки конкретного объекта или объектов. Они содержат основные особенности российской системы бухгалтерского учета и обладают обязательным характером. Эти положения существуют для конкретизации Федерального закона «О бухгалтерском учете и отчетности».

На сегодняшний день существуют следующие положения по бухгалтерскому учету:

- «Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации» от 29.07.1998 N 34н, которое определяет порядок организации и ведения бухгалтерского учета,

составления и предоставления бухгалтерской отчетности юридическими лицами. Оно является основным нормативно-правовым документом второго уровня, конкретизирует Федеральный закон «О бухгалтерском учете» и занимает второе место по своей значимости;

- «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008) от 06.10.2008 N 106н;
- «Учет договоров строительного подряда» (ПБУ 2/2008) от 24.10.2008 N 116н;
- «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» (ПБУ 3/2006) от 27.11.2006 N 154н;
- «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99) от 06.07.1999 N 43н;
- «Учет материально-производственных запасов» (ПБУ 5/01) от 09.06.2001 N 44н;
- «Учет основных средств» (ПБУ 6/01) от 30.03.2001 N 26н;
- «События после отчетной даты» (ПБУ 7/98) от 25.11.1998 N 56н;
- «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы» (ПБУ 8/2010) от 13.12.2010 N 167н;
- «Доходы организации» (ПБУ 9/99) от 06.05.1999 г. N 32н;
- «Расходы организации» (ПБУ 10/99) от 06.05.1999 N 33н;
- «Информация о связанных сторонах» (ПБУ 11/2008) от 29.04.2008 N 48н;
- «Информации по сегментам» (ПБУ 12/2010) от 08.11.2010 N 143н;
- «Учет государственной помощи» (ПБУ 13/2000) от 16.10.2000 N 92н;
- «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007) от 27.12.2007 N 153н;
- «Учет расходов по займам и кредитам» (ПБУ 15/01) от 06.10.2008 N 107н;
- «Информация по прекращаемой деятельности» (ПБУ 16/02) от 02.07.2002 N 66н;
- «Учет расходов на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы» (ПБУ 17/02) от 19.11.2002 N 115н;
- «Учет расчетов по налогу на прибыль» (ПБУ 18/02) от 19.11.2002 N 114н;
- «Учет финансовых вложений» (ПБУ 19/02) от 10.12.2002 N 126н;
- «Информация об участии в совместной деятельности» (ПБУ 20/03) от 24.11.2003 N 105н;
- «Изменения оценочных значений» (ПБУ 21/2008) от 06.10.2008 N 106н;
- «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности» (ПБУ 22/2010) от 28.06.2010 N 63н;
- «Отчет о движении денежных средств» (ПБУ 23/2011) от 02.02.2011 N 11н;
- «Учет затрат на освоение природных ресурсов» (ПБУ 24/2011) от

06.10.2011 N 125н;

- «Положение по бухгалтерскому учету долгосрочных инвестиций» от 30.12.1993 N 160.

Третий уровень содержит методические рекомендации (указания), инструкции, комментарии, рекомендации в системе нормативного регулирования бухгалтерского учета, письма Министерства финансов РФ и других ведомств. Они обеспечивают конкретизацию основных положений, которые содержатся в нормативных правовых документах первого и второго уровней. Акты третьего уровня разрабатывает Министерство финансов Российской Федерации и различные ведомства. К основным актам третьего уровня можно отнести следующие:

- Приказ Минфина России от 13 июня 1995 г. N 49 «Об утверждении методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств»;

- Приказ Минфина России от 13.10.2003 N 91н (ред. от 24.12.2010) «Об утверждении Методических указаний по бухгалтерскому учету основных средств»;

- Приказ Минфина России от 26.12.2002 N 135н (ред. от 24.12.2010) «Об утверждении Методических указаний по бухгалтерскому учету специального инструмента, специальных приспособлений, специального оборудования и специальной одежды»;

- Приказ Минфина России от 28.12.2001 г. N 119н «Об утверждении методических указаний по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов».

Четвертый уровень содержит документы по организации и ведению бухгалтерского учета самого предприятия по отдельным видам имущества, обязательствам и хозяйственным операциям. Они обладают обязательным характером для конкретных организаций. Это рабочие документы организаций, предназначенные для внутреннего пользования. Их содержание, статус, основные принципы построения и взаимодействия между собой, а также порядок подготовки и утверждения определяются руководителем организации в рамках принятой учетной политики.

Таким образом, нормативно-правовое регулирование бухгалтерского учета, который является одной из основных сторон деятельности предприятия, одна из важнейших задач финансовых властей. Бухгалтерский учет, который является источником для финансовой отчетности, должен быть предметом постоянного и тщательного регулирования со стороны государства.

Использованные источники:

1. Концепция развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу, одобренная приказом Минфина России от 01.07.2004 N 180. // Международный бухгалтерский учет, 2004. N 9(69). С. 3- 17.

2. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 04.11.2014) «О бухгалтерском учете»
3. <http://www.consultant.ru>

*Зуева М.С.
студент 3 курса
факультет Экономики и управления
Ярыгина А.А.
студент 3 курса
факультет Экономики и управления
Самарский национальный исследовательский университет
Россия, г. Самара*

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН: УГРОЗЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Статья посвящена состоянию интернет-рынка в России. Выявлены основные угрозы развития интернет-торговли. Рассмотрено развитие интернет-магазинов в России. Выявлены основные перспективы развития.

Ключевые слова: *развитие, интернет-рынок, интернет-торговля, интернет-магазин, интернет-продажи, торговля.*

The article is devoted to the state of the Internet market in Russia. The basic threat to the development of e-commerce. We consider the development of online stores in Russia

Keywords *development, Internet market, online trading, online store, online sales, trade.*

Сегодня покупками в Интернете никого не удивишь. И с каждым днем количество товаров, покупаемых через Интернет, лавинообразно увеличивается. Об этом свидетельствуют и цифры аналитиков.

Обратимся к данным Рунета. По данным аналитиков РБК и Data Insight ежегодный прирост российских интернет-продаж составляет 25%. В наступившем году прогнозируется объем порядка \$20 млрд.

Итак, интернет-магазин (англ. online shop или e-shop) — сайт, торгующий товарами посредством сети Интернет. Позволяет пользователям онлайн, в своём браузере или через мобильное приложение, сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа, оплатить заказ.

Интернет-магазины можно разделить на две группы:

1) реально существующие торговые предприятия, которые для увеличения продаж создают собственный сайт, где можно ознакомиться с предлагаемым ассортиментом товаров;

2) интернет-магазины, торгующие только онлайн.

Наиболее успешные товары в Интернете сегодня:

- 1) бытовая и электронная техника;
- 2) компьютеры и все сопутствующие к ним товары;
- 3) одежда и обувь.

Если раньше сложно было представить, как можно покупать одежду в

Интернете, то сегодня мы видим, что именно одежда, покупаемая через Интернет, на третьем месте по популярности среди всех товаров.

Тот факт, что все больше и больше покупок совершаются в Интернете, подтверждает и то, что в 2010 году доля интернет-продаж в общем товарообороте страны составляла менее 1%. В 2014 году этот показатель составлял уже 2% в 2015 году – 5%, в текущем году рост продолжился.

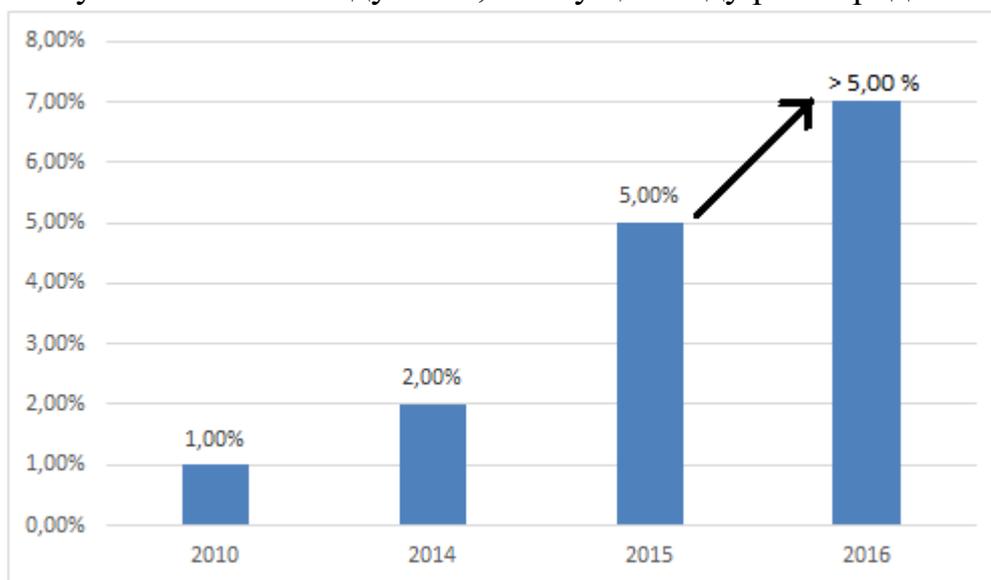


Рисунок 1 – доля интернет-продаж в общем товарообороте страны

Для сравнения, доля интернет-продаж в общем товарообороте стран Европы и США сегодня около 15%. Связано это, прежде всего, с тем, что в этих странах достаточно хорошо развит Интернет. Однако и в России зона интернет-покрытия активно расширяется.

По данным опросов, 36% респондентов-потребителей сказали, что в онлайн-магазинах покупать дешевле, чем в офлайн; 21% заявили, что онлайн-покупки экономят время; а 19% – что в обычных магазинах нет интересующих их товаров. Кроме того, в регионах СЗФО 50% потребителей заказывают товар из других городов [1].

Хотя почти 70% покупателей оплачивают покупки наличными, одной из основных проблем онлайн-торговли остается безопасность платежей. Утечка может случиться непосредственно на компьютере или смартфоне пользователя, где устанавливается зловредное ПО, перехватывающее вводимые данные карт и отправляющее их злоумышленникам. Известны также атаки на уровне клиентского сетевого оборудования, например подмена DNS-серверов, осуществляемая на установленном у клиента роутере, в результате чего клиент вместо сайта интернет-магазина попадает на фишинговые (поддельные) сайты злоумышленников и вводит там номера карт.

Для безопасности платежей в октябре 2013 года сервис «Яндекс.Деньги» стал предлагать интернет-магазинам платежи с карт, через терминалы, мобильный телефон, получив PCI DSS (сертификат Visa и

MasterCard).

В России работают более 30 тыс. интернет-магазинов, но около 80% из них не платят НДС и социальные взносы. По данным Ассоциации компаний интернет-торговли, опубликованным в СМИ, в 2013 году государство недополучило 15-20 млрд рублей от незаконного ввоза товаров и 8-10 млрд – из-за уклонения от уплаты НДС.

Как это ни странно, одним из препятствий в развитии интернет магазинов является отсутствие серьезных инвестиций в данный сегмент рынка. Существующие торговые сети пока не видят особых перспектив в развитии онлайн направлений своего бизнеса. Они гораздо охотнее вкладывают средства в строительство новых торговых или логистических центров.

Из всего вышесказанного вывод напрашивается сам собой: не смотря на все угрозы развития интернет-магазинов, в ближайшие годы гарантированно будут расти продажи, совершаемые в Интернете. Основные слагаемые успеха интернет-магазина – постоянное расширение ассортимента, предложение новых услуг, наиболее оптимального уровня цен. Чтобы стать успешным, интернет-магазину требуются солидные капиталовложения, основными источниками которых являются сторонние инвестиции [2]. И интернет-торговля будет являться одним из самых перспективных направлений развития бизнеса в России.

Использованные источники:

1. Официальный сайт журнала ЭКСПЕРТ-ONLINE [Электронный ресурс]. - <http://expert.ru/northwest/2014/19/ugrozyi-i-perspektivy-internet-torgovli/>
2. Официальный сайт iTrade24 [Электронный ресурс]. - <https://itrade24.ru/articles/the-russian-market-of-internet-stores-trends-problems-prospects-of-development/>

Зуева М.С.

студент 3 курса

факультет Экономики и управления

Ярыгина А.А.

студент 3 курса

факультет Экономики и управления

Самарский национальный исследовательский университет

Россия, г. Самара

АНАЛИЗ ВВП РОССИИ. ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

Статья посвящена статистическому анализу динамики ВВП России. Выявлены основные факторы, влияющие на ВВП России. Рассмотрена динамика производства основных видов импортозамещающих пищевых продуктов. Оценено влияние импортозамещение на рост ВВП.

Ключевые слова: ВВП, импортозамещение, статистика, корреляция, курс валют.

The article is devoted to the statistical analysis of the dynamics of Russia's GDP. The main factors affecting the Russian GDP are identified. The dynamics of import-substituting production of basic foodstuffs are reviewed. The influence of import substitution on the growth of GDP is rated.

Keywords: *GDP, import substitution, statistics, correlation, currency exchange rate.*

Внутренний валовый продукт - это один из важнейших показателей системы национальных счетов, характеризующий конечный результат производственной деятельности резидентов. В 2015 году ВВП России сократился на 3,7%, при этом в 2014 он вырос на 0,7%. На рисунке 1 представлена динамика ВВП в ценах 2011 года. Максимальный уровень ВВП наблюдается в 2014 году.

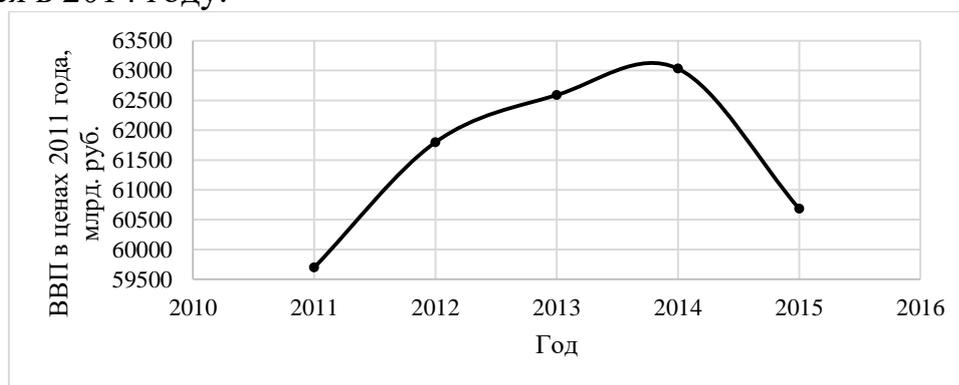


Рисунок 1. Динамика ВВП в ценах 2011 года

Уровень ВВП тесно взаимосвязан с курсами доллара США и евро, которые соответственно равны $r_{\text{€}} = 0,69$ и $r_{\text{€}} = 0,74$. В 2016 году курс рубля в целом поднимается, поэтому в этом году ВВП сильно упасть не должен.

Санкции в отношении России вызвали рост импортозамещения. Рассмотрим динамику производства основных видов импортозамещающих пищевых продуктов в Российской Федерации.

Таблица 1. Динамика производства основных видов импортозамещающих пищевых продуктов в Российской Федерации

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Мясо крупного рогатого скота	262,9	228,9	213,7	240,2	224,6	246,7
Свинина	812,1	876,7	1000,4	1299,1	1525,9	1730,7
Мясо и субпродукты пищевые домашней птицы	2774	3028	3405	3610	3979	4320
Изделия колбасные	2439	2486	2533	2502	2476	2443
Рыба живая, свежая или охлажденная	1151	1395	1399	1461	1167	930
Ракообразные немороженые; устрицы; водные беспозвоночные прочие	39,8	42,8	44,5	52,7	55,3	46,5
Филе рыбное	88,4	102,2	110,4	126,8	131,0	137,1
Рыба мороженая	2292	2356	2337	2434	2347	2540

Сельдь	456	470	515	496	475	439
Морепродукты пищевые	84,2	88,3	97,7	104	120	91,4
Цельномолочная продукция	10,9	10,7	11,3	11,5	11,5	11,6
Молоко	4944	4926	5267	5386	5348	5378
Сливки	80,6	83,4	95,2	103	115	121
Творог	377	383	396	371	387	413
Масло сливочное	210	217	214	225	250	259
Сыры и продукты сырные	437	432	451	435	499	581
Продукты молочные сгущенные	883	855	873	860	833	829
Продукты кисломолочные, кроме сметаны и творога	2388	2318	2430	2521	2520	2440

Как мы видим, в 2015 году в сравнении с 2014 годом выросло в значительной мере производство сыров и сырных продуктов – на 16,46%, свинины – на 16,69%, мясо крупного рогатого скота – на 8,44%, мясо птицы – на 8,58%, рыбы мороженной, творога, рыбного филе. При этом отрицательную динамику мы наблюдаем у морепродуктов – -23,75%, рыбы живой, свежей или охлажденной - -20,32% и других продуктов.

Как мы видим, список довольно исчерпывающий. По многим продуктам совсем нет данных. Многие продукты совсем уходят с полок магазинов. А, рост сыров и сырной продукции можно объяснить тем, что в 2015 году россияне стали потреблять не сыр, а сырный продукт, который по составу и качеству гораздо уступает настоящим сырам.

Таким образом, можно заметить, что итоги импортозамещения пока не назовешь положительными. Оно может лишь смягчить падение ВВП России, но в 2016 году определяющим образом на ВВП влияют такие факторы как курс валют, цена на нефть, статистика трудовых ресурсов.

Использованные источники:

1. Официальный сайт Федеральной Службы Государственной Статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.gks.ru/>
2. Официальный сайт Центрального Банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.cbr.ru/>

Зуева М.С.

студент 3 курса

факультет Экономики и управления

Ярыгина А.А.

студент 3 курса

факультет Экономики и управления

Самарский национальный исследовательский университет

Россия, г. Самара

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ИНДИКАТОРОВ ДОСТОЙНОГО ТРУДА

В статье рассмотрено понятие достойного труда. Статья посвящена анализу индикаторов достойного труда. Рассмотрена структура показателей достойного труда. Выявлены основные недостатки системы

индикаторов достойного труда.

Ключевые слова: труд, достойный труд, социально-экономические отношения, экономика.

The article deals with the concept of decent work. This article is dedicated to the analysis of the decent work indicators. The structure of the decent work indicators is reviewed. The basic disadvantages of the decent work system are identified.

Keywords: work, decent work, socio-economic relations, economics.

В современном мире в социально-трудовой сфере существует множество проблем: низкая заработная плата и социальная защищенность работников, небезопасные условия труда, нестабильная занятость, большая текучесть кадров, недостаточно эффективный социальный диалог. Решением данных проблем может быть продвижение концепции достойного труда.

Понятие достойного труда впервые было введено Генеральным директором МОТ Х.Сомавия на 87-й сессии Международной конференции труда в 1999 году. Достойный труд - это возможность мужчин и женщин заниматься достойным и производительным трудом в условиях свободы, справедливости, безопасности и уважения человеческого достоинства.

В основе данного понятия лежат такие понятия, как занятость, социальная защита, права трудящихся и социальный диалог.

В основе концепции определяют шесть аспектов достойного труда.

- возможности для труда (все люди, желающие трудиться, должны найти работу)
- труд в условиях свободы (работа должна быть свободно выбранной)
- производительный труд важен для трудящихся (работники должны располагать приемлемыми средствами к существованию для себя и своих семей)
- справедливость на работе (отсутствие дискриминации на работе, возможность сбалансировать трудовую деятельность и семейную жизнь)
- защищенность на работе (необходимость гарантии здоровья, пенсий и средств к существованию)
- социальный контекст (уважение и возможность заявлять о своих проблемах и участвовать в принятии решений).

Рассмотрев методологию расчетов показателей, можно сделать вывод, что одним из главных социальных стандартов в трудовой сфере на сегодняшний день является трудовой доход, а именно заработная плата. Данный показатель формирует конкурентоспособность предприятий.

Проанализировав статистические данные индикаторов достойного труда, можно отметить, что уровень безработицы в последние несколько лет падает, а доля занятых с чрезмерной продолжительностью рабочих часов растет. Также можно отметить, что доля занятых в возрастной группе 5-17 лет

в целом падает. Такой важный показатель, как гендерный разрыв в заработной плате, определяемый как отношение разницы средней почасовой заработной платы мужчин и средней почасовой заработной платы женщин и средней почасовой заработной платы мужчин, умноженное на 100%, в целом уменьшается, но в 2015 году возрос. Можно отметить, что уровень производственного травматизма сильно падает. По данным статистики, значительно возрастает доля занятых именно в сфере услуг. Таким образом, можно сделать выводы что в целом занятость населения растет.

Понятие достойного труда необходимо рассматривать прежде всего с особенностей правового регулирования условий труда. Правоотношения нужно закреплять таким образом, когда закреплённые государством трудовые права и свободы воспринимались бы работниками как адекватный и желаемый уровень безопасности и защищенности. Достойный труд должен обеспечиваться личными, коллективными и общественными интересами.

По нашему мнению, недостатком данной системы является отсутствие учета профессии, также многие показатели являются недостаточно детализированными, и многие показатели достаточно сложно численно измерить и сопоставить. Так, данная система не имеет обобщающего показателя, который должен учитывать различные индикаторы с разным весом. Но, данная система способна усовершенствовать систему стимулирования, на национальном уровне система является значимым шагом для достижения экономических и социальных целей в развитии экономики страны, и концепцию достойного труда необходимо совершенствовать.

Использованные источники:

1. Официальный сайт Федеральной Службы Государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.gks.ru/>
2. Официальный сайт Межгосударственного Статистического Комитета СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.cisstat.com/>

*Зуева М.С.
студент 3 курса
факультет Экономики и управления
Ярыгина А.А.
студент 3 курса
факультет Экономики и управления
Самарский национальный исследовательский университет
Россия, г. Самара*

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ УРОВНЯ БЕЗРАБОТИЦЫ ПО РОССИИ И САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Статья посвящена анализу динамики безработицы по России и по Самарской области. Рассчитаны коэффициенты корреляции уровня инфляции и уровня безработицы. Рассмотрена динамика основных показателей трудовых ресурсов по России. Сделан прогноз уровня

безработицы на 2016 год.

Ключевые слова: безработица, занятость, экономическая активность, инфляция, трудовые ресурсы, кризис.

This article is devoted to the analysis of the dynamics of unemployment in Russia and especially Samara region. Correlation coefficients of inflation and unemployment were calculated. The dynamics of the main indicators of labor forces in Russia was analyzed. We have also predicted the unemployment level in 2016.

Keywords: unemployment, employment, economic activity, inflation, labor, crisis.

В 2016 год – год экономически сложный для России. Что происходит с трудовыми ресурсами страны? Проанализируем основные показатели России и Самарской области.

Согласно статистическим данным уровень безработицы с 2000 года падал, но при этом в 2015 году произошло повышение. Максимум был достигнут за последние 10 лет в 2009 году, после 2008 года, года начала экономического кризиса. В конце 2014 произошел обвал рубля, и по настоящее время экономика России также находится в кризисном положении. Согласно рисунку 1, уровень безработицы по Самарской области ниже уровня по России в целом, при этом «повторяет» динамику безработицы по России.

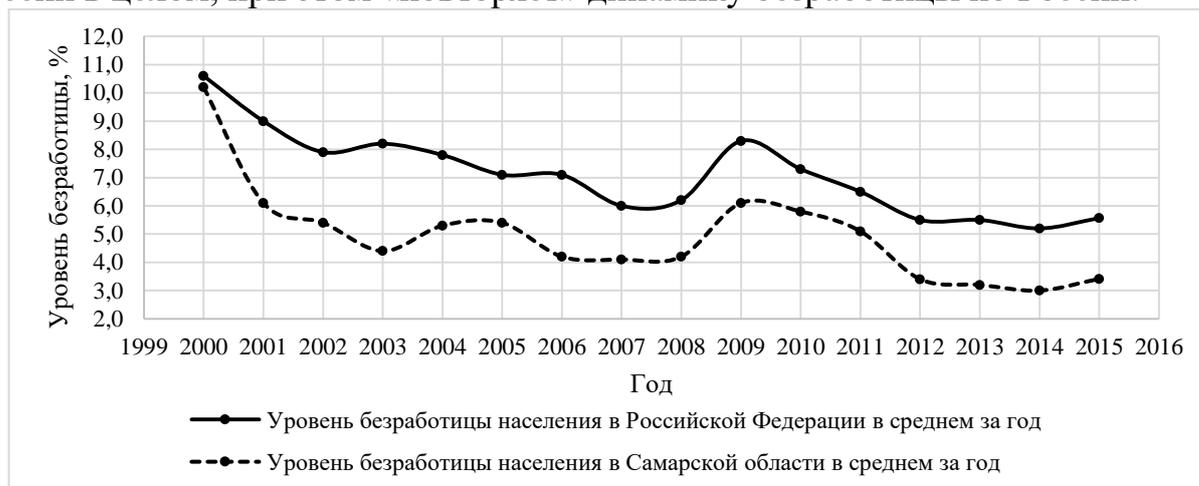


Рисунок 1. Уровень безработицы населения России и Самарской области

Были рассчитаны коэффициенты корреляции уровня инфляции и уровней безработицы по России и Самарской области. Эти значения равны соответственно $r_{\text{Россия}} = 0,6$ и $r_{\text{Сам.обл.}} = 0,65$. Как мы видим, взаимосвязь немалая. Таким образом, может спрогнозировать уровень безработицы в 2016 году. Инфляция, по прогнозам экспертов, в 2016 году составит не более 6,3%. Так, уровень безработицы по России составит около 6%, а по Самарской области около 4%, то есть безработица в целом вырастет.

Рассмотрим статистику трудовых ресурсов по Самарской области.

Согласно методологии Росстата, экономически активное население - лица, которые в рассматриваемый период считаются занятыми или безработными. Занятые в экономике - лица, которые в рассматриваемый

период выполняли работу хотя бы один час в неделю по найму за вознаграждение деньгами или натурой, а также не по найму для получения прибыли или семейного дохода; временно отсутствовали на работе; выполняли работу в качестве помогающего на семейном предприятии, а также лица, занятые выполнением работ по производству в домашнем хозяйстве продукции для реализации.

На рисунке 2 представлена динамика данных показателей по Самарской области.

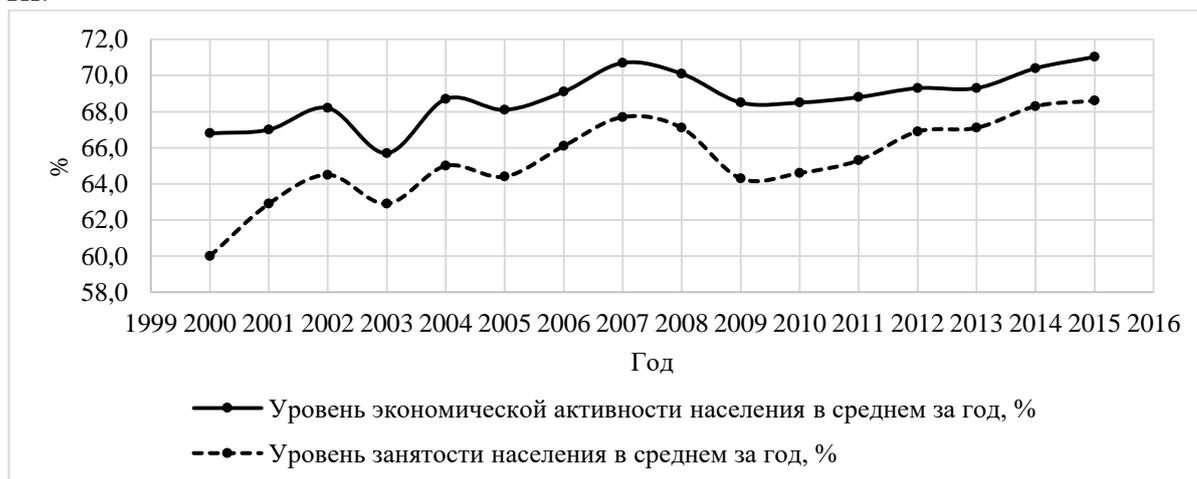


Рисунок 2. Уровни экономической активности и занятости населения Самарской области

По графикам видно, что уровень экономической активности населения и уровень занятости в целом растут. В связи с прогнозируемым уровнем безработицы, уровень занятости в 2016 году упадет.

Таким образом, в 2016 году наличие безработных в 2016 году увеличится. Необходимо отметить, что официальные показатели основаны на данных биржи труда. Однако большинство населения как России в целом, так и Самарской области не прибегают к услугам центров занятости. Такая ситуация приводит к скрытой безработице. Кроме того, в условиях кризиса многие работодатели стремятся сократить свои расходы на оплату труда. Таким образом, доход работников падает. Можно прийти к выводу, что реальный уровень безработицы значительно выше.

Использованные источники:

1. Официальный сайт Федеральной Службы Государственной Статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.gks.ru/>
2. Сайт 2016 год Огненной Обезьяны [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://noviygod2016.ru/>

*Зуева М.С.
студент 3 курса
факультет Экономики и управления
Ярыгина А.А
студент 3 курса
факультет Экономики и управления
Самарский национальный исследовательский университет
Россия, г. Самара*

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА В РОССИИ

Статья посвящена анализу состояния российского рынка туризма. В статье выявлены основные тенденции в области туризма. Рассмотрена динамика выездных поездок граждан РФ. Выявлены основные факторы, влияющие на спрос туристических путевок.

Ключевые слова: рынок, туристический рынок, социально-экономические отношения, туризм.

The article is dedicated to the analysis of the Russian market of tourism. The paper identifies major trends in the field of tourism. The dynamics of field trips of Russian citizens is reviewed. The main factors affecting the demand for travel packages are identified.

Keywords: market, tourist market, socio-economic relations and tourism.

В конце 2014 года произошел сильный обвал рубля, что очень сильно сказалось на состоянии туристического рынка. Рассмотрим состояние рынка спустя полтора года.

В 2016 году большинство россиян предпочли отдых в России. Спрос на внутреннем рынке значительно вырос, при отрицательной динамике зарубежного туризма. На рисунке 1 показана динамика зарубежных поездок российских граждан, при этом по статистике туризм занимает наибольшую долю этих поездок.

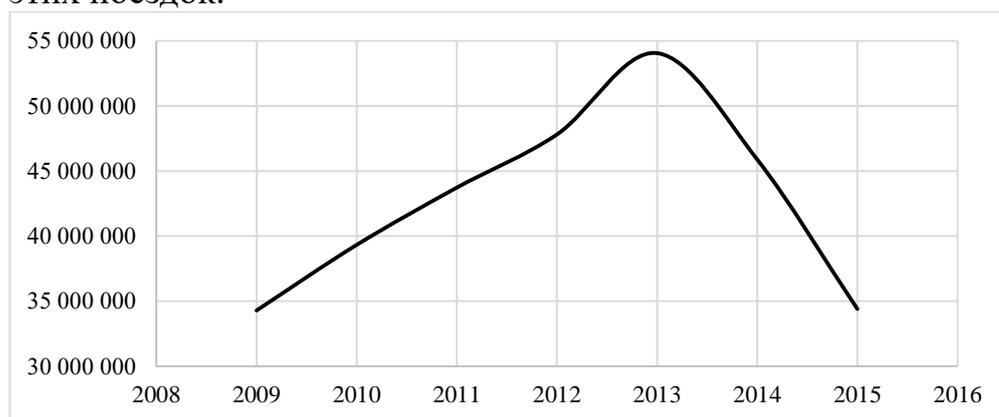


Рисунок 1. Выезд российских граждан за территорию РФ

Мы видим, что максимальное количество выездов за территорию РФ граждан России был достигнут в 2013 году, при это в 2015 это число достигло уровня 2009 год, так можно сделать вывод что туристический бизнес находится в упадке.

По данным Росстата в 2015 году наиболее популярными курортными

странами для российских туристов являлись Турция, Египет и Греция. Но, в Ростуризме сообщили, что в 2016 году Турция и Египет будут под запретом для туристов из России. Так, и Греция в 2016 году потеряла около половины спроса предыдущего года.

По статистическим данным наибольшую популярность российских курортных городов составляет Сочи и Крым.

Были сделаны запросы на цены отелей в различных городах России с различным количеством звезд на период в 10 ночей в середине августа на двоих. Результаты поиска минимальных цен представлены в таблице 1.

Таблица 1. Минимальные цены на различные категории отелей в России в середине августа

	***	****	*****
Ялта	4800	4200	26000
Геленджик	3000	3300	14000
Анапа	3500	4000	5700
Сочи	1500	1800	3000
Санкт-Петербург	1800	2100	7200
Евпатория	5500	-	-

Как мы видим, не по всем запросам нашелся результат, так и цены на пятизвездочные отели весьма различны. Это связано с тем, что запрос был сделан в уже туристический сезон, а большая часть граждан России бронируют отели заблаговременно. Более информативную статистику можно будет рассмотреть после 2016 года на сайте Trivago при помощи индекса цен на отели tNPI.

Цены на проживание в отелях Сочи подтверждают популярность данного курортного города. Так как платежеспособность населения упала, то россияне предпочитают более дешевый отдых.

Таким образом, в 2016 году рынок туризма падает, что связано со снижением платёжеспособности населения России, а также, безусловно со снижением доверия к туристическим фирмам и агентам. Зарубежный туризм при росте внутреннего значительно упал, по большей мере это связано с политической ситуацией и с высокими и нестабильными курсами доллара США и евро. Так, растер туризм в городах России. Это стало выгодно для россиян, а также качество обслуживания в отелях выросло, да и сами условия проживания в них. Повышение спроса на зарубежный туризм не произойдет до тех пор, пока не улучшится экономическая и политическая обстановка в России.

Использованные источники:

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.russiatourism.ru/>
2. Сайт компании Trivago [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.trivago.ru/>

*Зуенко Е. В.
студент 2 курса
факультет экономический
Вылегжанина Е. В.
доцент*

*кафедра экономического анализа, статистики и финансов
Кубанский государственный университет
Россия, г. Краснодар*

ЛИЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА

В статье проанализирована востребованность лизинга как средства привлечения инвестиций, выявлены проблемы, сдерживающих развитие лизинга на территории Российской Федерации. Практические рекомендации, представленные в статье, позволяют: создать лизинговую инфраструктуру на основе представленных параметров; упростить нахождение наиболее эффективного сегмента рынка для сдаваемых в лизинг активов; определять эффективность лизинга путем сравнения альтернативных финансовых операций.

Ключевые слова: лизинг, финансовая аренда, лизинговые операции, финансирование, лизинг недвижимости, лизинг оборудования, лизинговые услуги, лизингополучатель, лизингодатель, лизинговые платежи

*Zuenko E. V.
student
2nd year Faculty of Economics
Russia, Krasnodar*

*Vylegzhanina E. V. assistant professor of economic analysis, statistics and
finance
Kuban State University
Russia, Krasnodar*

LEASING AS A FINANCING TOOL OF MODERN BUSINESS

The article analyzes the relevance of leasing as a means of attracting investment, revealed problems hindering the development of leasing in the Russian Federation. Practical recommendations, presented in the article, help to create a leasing infrastructure on the basis of the parameters; simplify finding the most effective segment of the market for the assets handed over in leasing; compare leasing efficiency by identifying alternative financial operations.

Keywords: leasing, financial lease, financing, real estate leasing, equipment leasing, lessee, lease payments, the Russian economy, development of leasing.

Во время проведения радикальных экономических реформ в стране возникла большая необходимость в инвестициях, которые были бы направлены в основные средства отраслей промышленности и социальной сферы. Обновление парка машин и оборудования можно обеспечить в

короткие сроки, применяя современные инвестиционные инструменты, одним из которых является лизинг. В современных условиях лизинг позволяет осуществить модернизацию основных фондов любой организации, а также является одним из наиболее эффективных способов инвестирования средств [1, 83-90].

Лизинг является финансовой арендой и представляет собой сравнительно молодое экономическое явление для России, потому что период его активного использования начался всего несколько десятков лет назад. На протяжении этого периода времени лизинговые экономические отношения стали достаточно популярны и весьма выгодны в условиях, сложившихся на территории Российской Федерации.

Ряд преимуществ лизинга перед другими формами инвестирования является одной из причин его распространения.

Таблица 1 — Преимущества лизинга перед другими формами инвестирования

Лизинг	Другие формы инвестирования
Инвестирование в форме имущества	
Риск невозврата средств ниже	В денежном кредите, риск невозврата средств высок
Осуществление платежей	
Авансовый платеж оговаривается договором, иногда лизинг предполагает 100-процентное кредитование	Зачастую требуется первоначальный взнос до 50%
Условия получения имущества	
Получить имущество проще	Получить ссуду на приобретение имущества сложнее
Схема выплат	
Лизинговое соглашение более гибко, так как предлагает обеим сторонам выработать удобную схему выплат.	В ссуде закреплена общая схема выплат без учета особенностей деятельности предприятий
Возможные риски	
Риск морального и физического устаревания имущества уменьшен	Предприниматель рискует остаться со старым оборудованием
Налогообложение	
Имущество не увеличивает активы (в случае если остается на балансе у компании-лизингодателя); освобождение от уплаты налога на это имущество и прибыль	Налог уплачивается в полной мере

При наличии у предприятия выбора: получить кредит для приобретения оборудования или взять оборудование на определенное время по договору лизинга — решение необходимо принимать на основе финансового анализа [3, с. 70]. Иногда лизинг является практически безальтернативным вариантом при наличии трудностей у предприятия-поставщика со сбытом продукции, а у предприятия — будущего лизингополучателя отсутствие необходимого объема собственных средств и невозможность взять кредит для приобретения нужного ему оборудования [4, с. 110];

Применение ускоренной амортизации позволяет быстрее обновлять оборудование и проводить техническое перевооружение, в котором нуждается машиностроение, легкая и пищевая промышленности. Действенное применение лизинга в инвестирование оборудования данных отраслей промышленности требует весомой поддержки региональных структур. Это особенно важно при применении лизинга оборудования для переработки сельскохозяйственного сырья, когда фермерские хозяйства и малые предприятия, не имеющие достаточных средств, выступают в качестве лизингополучателей. Лизинг оборудования в сфере малого предпринимательства образует дополнительные рабочие места, что важно в период структурной перестройки промышленности.

К лизингу недвижимости относят лизинг зданий и сооружений. Но земля и иные природные объекты по своей сущности не могут быть предметом лизинга. Данный вид лизинга имеет преимущество: предприятие получит объект лизинга в собственность по окончании срока договора лизинга. Недвижимость — одно из самых выгодных капиталовложений. Цена на приобретенную недвижимость возрастает с каждым годом, но лизинговые платежи фиксируются в момент подписания договора и не зависят от роста цен на квадратный метр недвижимости или роста арендных ставок. Если предприятие не планирует напрямую использовать полученную в лизинг недвижимость или будет использовать ее сезонно (например, аграрии во время сельскохозяйственных работ нуждаются в дополнительных площадях для хранения собранных культур и для временного местопребывания техники), то лизинговые платежи могут выплачиваться за счет выручки от использования объекта недвижимости, например, от сдачи в субаренду.

За последние 2 года наметилась тенденция к сокращению количества заключаемых лизинговых сделок. Основными причинами, сдерживающими развитие лизинга в России, являются следующие нормативно-правовые и макроэкономические проблемы:

- Отсутствие налогового законодательства, которое предоставляло бы банкам льготы, покрывающие риски долгосрочных инвестиций.

- Макроэкономическая и политическая нестабильность обстановки в стране. Все действующие правовые отношения, основанные на перенесении срока платежа, ослабевают под действием экономической нестабильности, отсутствии устойчивой макроэкономической ситуации и признаков стабильного роста в экономике, что вызывает у хозяйствующих субъектов неуверенность в завтрашнем дне. Это противоречит основной идеи лизинга о возможности увеличить во времени продолжительность выплаты стоимости имущества при сохранении права на приобретения его в собственность. При сложившейся экономической ситуации не любая организация сможет ждать возвращения средств в течение 4-6 лет.

– Границы законодательства о валютном регулировании и валютном контроле (например, лицензирование отсрочки платежей на срок более 180 дней);

– Неполноценная государственная поддержка лизинга.

Изменения на рынке лизинга за 2010-2015 года представляют собой взлеты и падения (Рисунок 1). Без государственного субсидирования авто- и авиализинга сокращение составило бы более 40%. Сокращение количества заключаемых лизинговых сделок и возрастание проблемных активов неизбежно привели к понижению рентабельности лизингодателей, что заставило многие компаний провести процесс существенной оптимизации расходов.

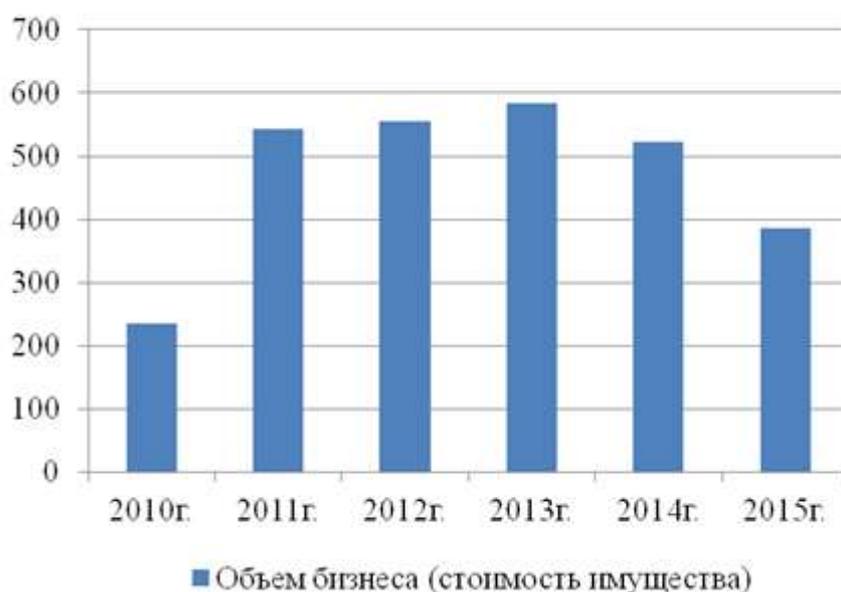


Рисунок 1 — Динамика развития лизинга за 2010-2015гг., млрд.руб.

Тем не менее, падение рентабельности практически не остановить: по прогнозу, уменьшение количества инвестиций в основной капитал продолжится и во второй половине 2016 года, и, следовательно, неизбежно начнется дальнейшее сжатие лизингового рынка (Рисунок 2).

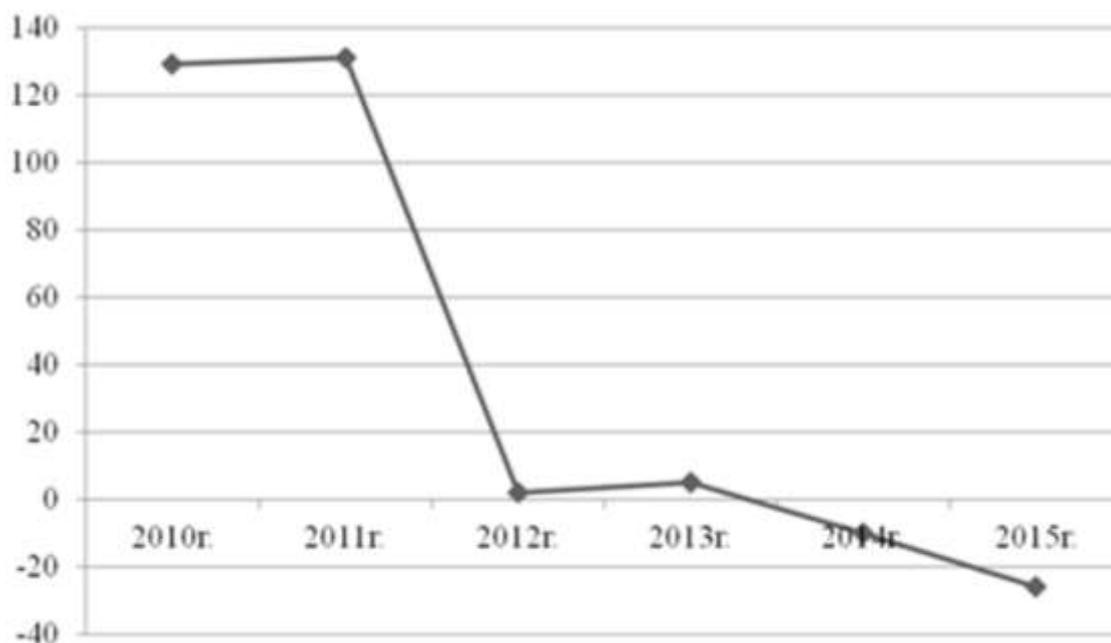


Рисунок 2 — Темпы роста лизинга в РФ за 2010-2015 гг., %

В 2015 году объем предоставления лизинговых услуг сократился на 25%, а в 2016 году по прогнозу сократится на 10–15% (Рисунок 3). Некоторое оживление экономики в третьем квартале 2015 года привело к небольшому замедлению падения нового бизнеса и даже его росту, который за прошедшие 9 месяцев сократился на 24%, вместо 32% за 1 полугодие 2015г. За год объем заключенных лизинговых сделок сократился более чем на четверть и по оценкам составил 385 млрд руб. В III квартале прошлого года рынок лизинговых услуг в некоторой степени отыграл сильное падение, произошедшее в 1 полугодии 2015 года. Причинами стали активная фаза реализации господдержки по субсидированию автолизинга и понижение стоимости сделок следом за ключевой ставкой. Дополнительно рынку поддержку оказывает авиализинг, показавший рост в абсолютном объеме (+33%) благодаря крупным сделкам по передаче в аренду самолетов российского производства [5, с. 15].

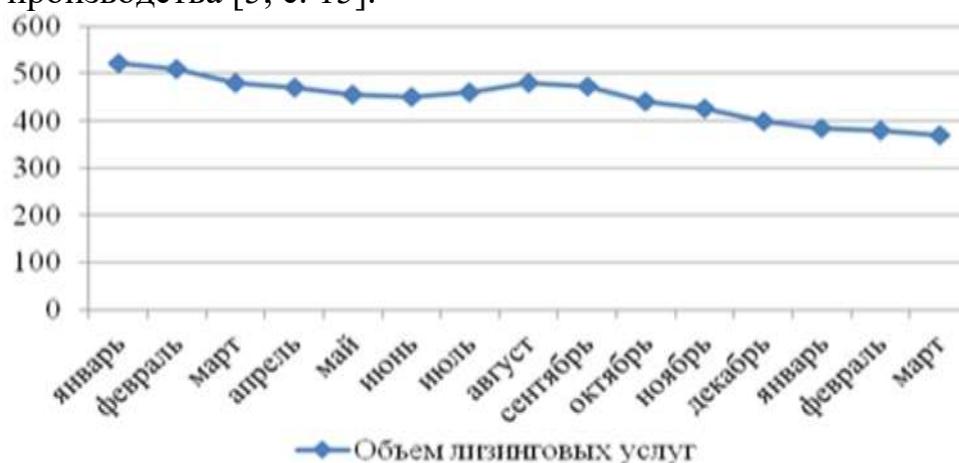


Рисунок 3 — Объем предоставленных лизинговых услуг, млн.руб.

Большинство лизинговых компаний специализируются на заключении договоров с определенным видом имущества. Зачастую это автотранспорт, спецтехника и оборудование. Специализация на конкретном типе оборудования предоставляет существенные преимущества:

1. снижаются затраты на подготовку сделок благодаря разработке типовых контрактов;

2. персонал лизинговой компании, работающий с единым типом оборудования, становится «экспертом» в этой сфере, и компания сможет расширять предложение услуг, (например, содействие в прохождении ежегодного техосмотра автотранспорта).

Одновременно специализация неизбежно приводит к зависимости лизинговой компании от колебаний спроса, от устанавливаемого режима налогообложения, от требований экологических органов и от других факторов, связанных с этим видом оборудования.

Для повышения эффективности лизинговых операций рекомендуется:

– Применение возвратного лизинга, так как ликвидационная стоимость после ускоренной амортизации предмета лизинга достаточно высока, для того чтобы после реализации предмета лизинга обеспечить высокую прибыль;

– Подписание с лизингополучателем конкретных «генеральных соглашений», позволяющих лизингополучателю пополнить список лизингового имущества, избегая заключение новых контрактов;

– Заключение соглашения, согласно которому будет осуществляться финансирование поставок техники с помощью лизинга;

– Обращение к поставщикам, являющимся официальными дилерами компаний-производителей, позволит применять скидки и льготы постоянных клиентов.

– Основные направления развития лизинговой деятельности на предприятиях можно сформулировать следующим образом:

– 1) совершенствование процесса выполнения лизинговых операций;

– 2) расширение клиентской базы, путем повышения качества обслуживания;

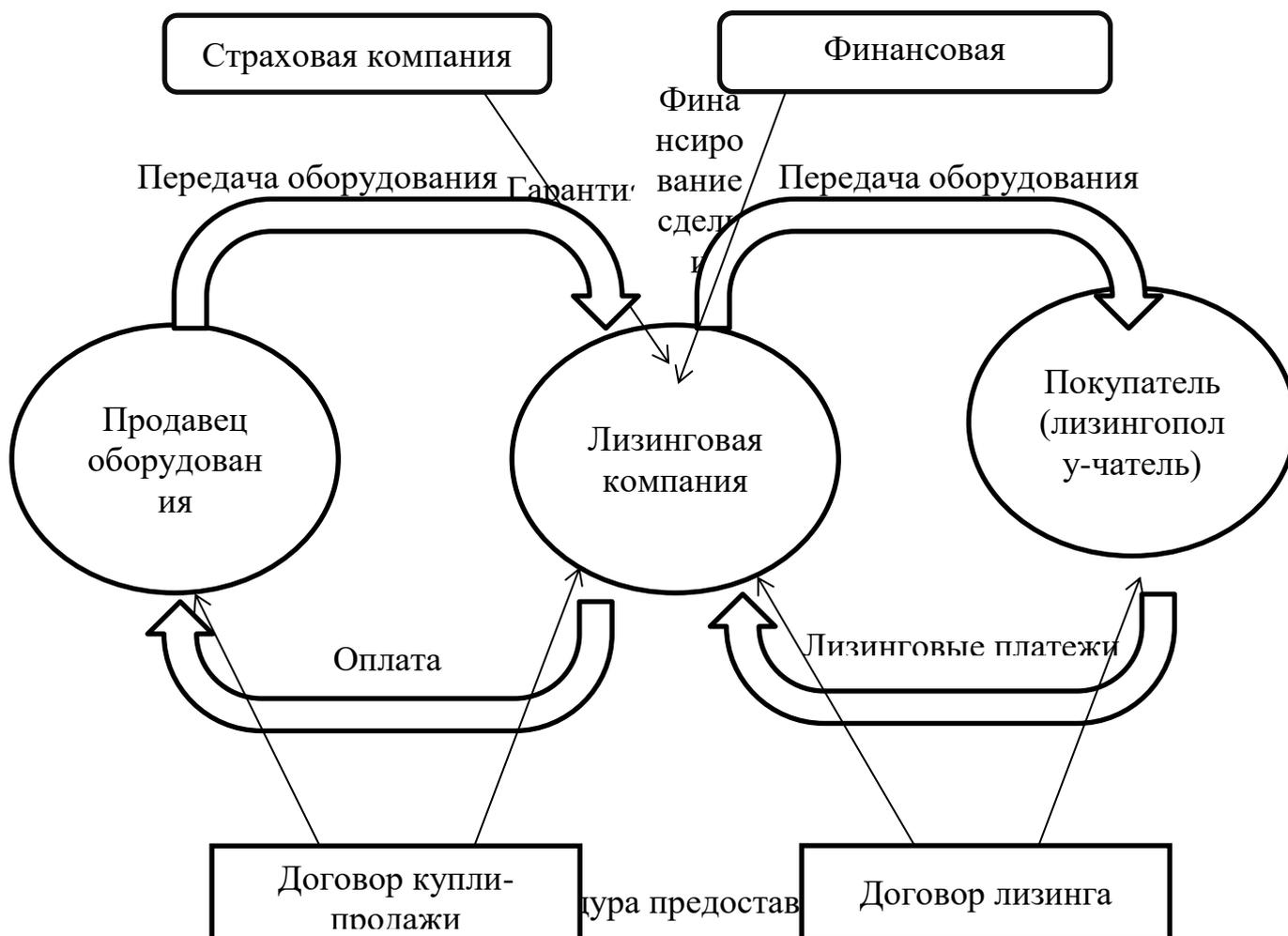
– 3) модернизированное управление рисками на базе анализа финансовых возможностей клиентов;

– 4) применение новых финансовых инструментов;

– 5) включение информационных технологий в управление лизинговой деятельностью;

– 6) применение программы Государственной поддержки лизинговой деятельности.

Идеальная процедура предоставления лизинговых услуг должна выглядеть следующим образом:



Следует подчеркнуть тот факт, что лизинг — это не дешевая замена кредита. Способности кредитования и оценка финансовых ресурсов оказываются такими же критичными, как и при необеспеченном кредите.

Наиболее привлекательными отраслями для развития российского лизинга являются: сельское хозяйство, строительство, тяжелое машиностроение, транспорт, а также малое предпринимательство.

Для стимулирования лизинговой деятельности в производственной сфере и для обновления промышленного потенциала предоставлять условия, при которых предприниматели проявляли интерес к развитию лизинговых отношений. Для этого следует использовать лизинговые сделки с длительными сроками действия (более трех лет), потому что такие договоры будут вносить реальные инвестиции в экономику.

Таким образом, лизинг в нашей стране будет наращивать свои обороты и занимать все более весомое место в экономике России. Предприятиям выгодно инвестировать, используя лизинг.

Использованные источники

1. Сайт «Федеральная служба государственной статистики» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
2. Лизинг: налоговые последствия и использование в налоговом менеджменте. Гребенникова В.А., Лаврентьева К.Ф., Никулина О.П. Новая наука: Проблемы и перспективы. 2016. № 5-1 (79). С
3. Тарабаева Н. М. Лизинг или кредит? // Экономическая наука и практика: материалы III международной научной конференции (г. Чита, апрель 2014 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2014.
4. Царегородцев Д.И. Финансовая политика как условие реализации лизинговых отношений // Экономические науки, 2015. № 7.
5. Григорян А.А. Лизинг. Технология бизнеса. — М.: Издательство Внешэконом-издат, 2014. № 1.

Зыкова Т.В.

студент гр. БЭс-151, 1 курс

Баталова М.А.

студент гр. БЭс-151, 1 курс

Самородова Л.Л., к.э.н.

научный руководитель, доцент

*«Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева»*

Россия, г. Кемерово

ПРОГРАММА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ

Аннотация: В статье рассмотрена реализация в России политики импортозамещения и причины необходимости введения этой политики. Кроме того, представлены меры по содействию политике импортозамещения в разных секторах экономики России.

Ключевые слова: импортозамещение, контрсанкции, отечественная продукция.

После введения взаимных санкций Россией и странами Запада в 2014 году в России взят активный курс на импортозамещение, замещение ввоза товаров из-за границы в Россию товарами, произведенными внутри страны.

На заседании Правительства Российской Федерации, состоявшемся 4 августа 2015 года, было решено создать Правительственную комиссию по импортозамещению. Здесь же были подписаны и распоряжение Правительства Российской Федерации от 4 августа 2015 года №1492-р, в котором был утвержден состав комиссии, и Постановление Правительства Российской Федерации от 4 августа 2015 года №785 «О создании правительственной комиссии по импортозамещению». Эти два документа были подписаны премьер-министром Дмитрием Медведевым. В структуре

комиссии созданы две подкомиссии:

- по вопросам гражданских отраслей экономики;
- по вопросам оборонно-промышленного комплекса.

Наиболее остро вопрос импортозамещения стоит в сельском хозяйстве, так как это позиция национальной безопасности. Ожидается, что активно развивая сельское хозяйство, через несколько лет Россия перестанет зависеть от импортных поставок.

Введение пакета контрсанкций со стороны России привело к тому, что наша страна отказалась от мяса, молока, рыбы, овощей и фруктов, поставляемых из стран Европейского Союза, Соединенных Штатов Америки, Норвегии и Австралии. Введение этих контрсанкций, их последствия открыли возможности для заполнения ниши в сельскохозяйственном сегменте экономики для российских производителей.

Импортозамещению подверглись такие продукты сельского хозяйства, как мясо, рыба и морепродукты, молоко и молочная продукция, овощи, корнеплоды и клубнеплоды, фрукты, орехи, колбасы [2].

На осуществление проектов по импортозамещению сельхозпродукции из федерального бюджета в 2015 году было выделено 265,93714 млрд. руб. В 2015 году прогнозировалось увеличение объема финансирования госпрограммы по развитию агропромышленного комплекса к 2016 году [1].

Например, в Московском регионе, как и во многих других, реализация сельскохозяйственной продукции постоянно осуществляется на ярмарках и фестивалях – более сотни ярмарок выходного дня в Москве и региональные ярмарки, различные фестивали, где можно попробовать и приобрести свежие овощи и фрукты, фермерские сыры, мед, мясные изделия [1].

Создание Центра импортозамещения и локализации Северо-западного региона произошло 18 июня 2015 года на Петербургском международном экономическом форуме. На этом форуме оказываются содействия промышленным и инновационным предприятиям в совместной разработке и внедрении импортозамещающей продукции, использовании их научно-технического потенциала для нужд государственных заказчиков и акционерных обществ с государственным участием.

Российское производство становится конкурентоспособным. Развивают свое производство и расширяют ассортимент производители текстиля: Чайковский текстиль, Донецкая Мануфактура М, Камышевский текстиль, Свердловский камвольный комбинат, Фабрика нетканых материалов «Весь мир».

Создание современных российских марок одежды для городского туризма, для экстремального и активного отдыха осуществляется посредством создания отечественных высокотехнологических тканей и утеплителей, производится горнолыжная, сноубордическая и велосипедная экипировки, одежда для военных: BASK, Arctic Explorer.

Продукция отечественных компаний по производству современного

телекоммуникационного оборудования – НПП «Полигон», ОАО «БЭТО», ЗАО «ИскраУралТЕЛ», ЗАО «Информтехника и Связь» – в соответствии с приказом Министерства промышленности и торговли Российской Федерации №1399 от 03 июня 2015 года получила статус телекоммуникационного оборудования российского происхождения [1].

До недавнего времени в России совсем не было собственных катализаторов для производства полиэтилена, полипропилена и полистирола. В прошлом году в рамках импортозамещения «Нижнекамскнефтехим» открыл катализаторную фабрику. По планам Министерства энергетики замещение импорта к 2020 году в этом сегменте должно достигнуть 55% . Также в Омске уже построена фабрика по производству катализаторов для нефтехимической отрасли [3].

Тюменский завод медицинского оборудования и инструментов в рамках реализации программы импортозамещения осуществил модернизацию и кардинальное обновление выпускаемой медицинской техники. На базе предприятия локализовано производство современного инновационного оборудования.

Также российскими государственными корпорациями были приняты меры относительно политики импортозамещения. Так, ОАО «Газпром» создало в своей структуре Департамент по импортозамещению, стал активно закупать трубы отечественных поставщиков и планирует в будущем продолжать сотрудничество с отечественными производителями.

Активно в рамках импортозамещения работает ОАО «РЖД». Составленный в 2014 году список импортозамещающей продукции, периодически дополняется. А в апреле 2015 года в Москве была организована собственная выставка ОАО «РЖД» с целью привлечь отечественных производителей к импортозамещению в РЖД. Департамент закупок ПАО «Ростелеком» разработал алгоритм отбора компаний, которые могут получить право поставлять продукцию в «Ростелеком» (от кабеля до высокотехнологичного оборудования для установки сетей связи следующего поколения). Каждый кандидат на право поставки проходит детальный анализ, включающий в себя визит сотрудника холдинга на территорию предприятия. Потенциальным поставщиком в ходе анализа набираются баллы, и, набрав нужное количество баллов, компания попадает в список поставщиков, имеющих право участвовать в тендерах для «Ростелекома».

В отношении сектора машиностроения не было создано жестких запретительных барьеров для закупок вне страны, хотя заложенные в 2015 году механизмы призваны дать отечественному производителю приоритет при формировании заказов на поставку продукции.

Первый перечень таких механизмов был оглашен в Распоряжении Правительства РФ от 29.12.2015 №2744-р, и состоит он из критически важной для отрасли высокотехнологичной продукции, при производстве которой задействованы наукоемкие разработки, несмотря на то, что стоимость такой

продукции зачастую очень высока.

Вторым документом явилось Распоряжение Правительства РФ от 31.12.2015 №2781-р, который напрямую призван защитить интересы импортозамещения в стране, и опирается на план минпромторга по импортозамещению в отрасли машиностроения, в котором отдается приоритет отечественным производителям по отношению к зарубежным поставщикам при формировании закупочных заказов машиностроительной отрасли для реализации инвестиционных проектов Минпромторга.

Постановление Правительства РФ от 29.12.2015 №1485 явилось третьим документом регламентирующим ценообразование одной единицы продукции с целью упрощения расчетов и формирования закупочных ведомостей при реализации инвестиционных проектов Минпромторга.

В законную силу все три документа вступили с 10 января 2016 года [2].

Таким образом, программа импортозамещения коснулась практически всех секторов экономики. Ее реализация будет способствовать экономическому росту, обеспечит повышение конкурентоспособности отечественной экономики на внешних рынках при снижении роли ресурсодобывающих отраслей и ослаблении зависимости от поставок импортных товаров народного потребления.

Использованные источники:

1. Импортозамещение в России [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Импортозамещение_в_России (Дата обращения 27.05.2016);
2. Актуальный список товаров для импортозамещения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://zimport.ru/spisok-tovarov/> (Дата обращения 27.05.2016);
3. Импортозамещение в действии: отечественные катализаторы для российской нефтепереработки [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://fishki.net/1814025-importozamewenie-v-dejstvii-otchestvennye-katalizatory-dlja-rossijskoj-neftepererabotki.html> (Дата обращения 28.05.2016)

Зыкова Т.В.
студент гр. БЭс-151, 1 курс
Баталова М.А.
студент гр. БЭс-151, 1 курс
Шутько Л.Г., к.э.н.
научный руководитель, доцент
«Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева»
Россия, г. Кемерово

ПРОЖИТОЧНЫЙ МИНИМУМ ПО КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ НА 2015 ГОД

Аннотация: В статье рассмотрен прожиточный минимум по Кемеровской области на 2015 год. Кроме того, рассматривается динамика прожиточного минимума по кварталам.

Ключевые слова: прожиточный минимум, бюджет прожиточного минимума, минимальный размер оплаты труда.

Прожиточный минимум – это минимальный уровень дохода, который считается необходимым для обеспечения определенного уровня жизни в определенной стране.

Понятие прожиточного минимума установлено законодательно (в ст. 1 Федерального закона от 24.10.1997 № 134-ФЗ (ред. от 03.12.2012)) «О прожиточном минимуме в Российской Федерации».

Прожиточный минимум имеет ряд своих предназначений:

1. показывает оценку уровня жизни населения;
2. позволяет малоимущим гражданам оказывать необходимую государственную социальную помощь;
3. позволяет установить минимальный размер оплаты труда и трудовой пенсии (т.е. минимальный размер оплаты труда и пенсии не может быть ниже прожиточного минимума трудоспособного населения Ч. 1 ст 133 трудового кодекса РФ). Однако, норм предполагающих прямое применение величины «прожиточного минимума» работодателями нет ни в трудовом, ни налоговом законодательстве.

Бюджет прожиточного минимума рассчитывается в среднем на душу населения, а так же для пенсионеров, детей и трудоспособного населения. Он включает в себя необходимые расходы на обязательные платежи и сборы, а так же стоимостную оценку натурального набора.

Размер прожиточного минимума зависит от местных условий проживания: от экономического показателя региона, плотности населения, национальных традиций и т.д.

Мы рассматриваем прожиточный минимум по Кемеровской области на 2015 год. В региональном масштабе величина прожиточного минимума определяется законодателями регионального уровня: выборные, представительные органы территориальных образований, входящих в

Российскую Федерацию. При определении прожиточного минимума учитываются особенности и состояние экономики региона, а также социальное положение населения, проживающего на территории конкретного субъекта Российской Федерации.

Мы составили таблицу прожиточного минимума по Кемеровской области на 2015 год, опираясь на документы «об установлении прожиточного минимума по кварталам».

Таблица 1- Прожиточный минимум по Кемеровской области на 2015 год.(Ссылки на документы 1-4)

За квартал	На душу населения	Для трудоспособного населения	Для пенсионеров	Для детей	Постановление
1 квартал	8732	9250	7027	9128	№ 113 от 21.04.2015
2 квартал	9095	9644	7314	9478	№ 236 от 22.07.2015
3 квартал	8861	9410	7135	9173	№ 345 от 15.10.2015
4 квартал	8566	9078	6910	8916	№ 26 от 26.01.2016

Нас заинтересовала динамика прожиточного минимума, и поэтому мы решили сравнить между собой кварталы и посмотреть, как менялся прожиточный минимум в течение года. Для того чтобы лучше рассмотреть эту динамику, нам нужно провести расчеты и увидеть, как менялся прожиточный минимум на душу населения и на другие социально-демографические группы.

Сначала мы возьмем первый и второй кварталы и посмотрим их изменения между собой. Делая расчеты, мы вычислили, что прожиточный минимум значительно увеличивался. На душу населения он составил 4,16%; для трудоспособного населения - 4,26%; для пенсионеров - 4,08%; а для детей - 3,83%. Исходя из всего этого, мы можем сделать вывод, что между первым и вторым кварталами произошло повышение прожиточного минимума. В среднем он увеличился на 4,08%.

Так же мы поступили со вторым и третьим кварталами. В них наблюдается уменьшение прожиточного минимума. На душу населения он понижается на 2,57%; для трудоспособного населения на 2,43%; для пенсионеров на 2,45%; для детей на 3,22%. Таким образом, мы заметили, что во втором и третьем кварталах, в отличие от расчетов первого и второго кварталов, произошло значительное понижение прожиточного минимума. В среднем он уменьшился на 2,67%.

Аналогично мы провели исследование между третьим и четвертым кварталами. Так же, как и между вторым и третьим кварталами, наблюдается уменьшение прожиточного минимума. На душу населения он понизился на

3,33%; для трудоспособного населения на 3,53%; для пенсионеров на 3,15%; для детей на 2,8%. В этом сравнении, мы также можем сделать вывод, что прожиточный минимум понизился. В среднем он уменьшился на 3,2%.

Исследуя кварталы, мы заметили, что прожиточный минимум постепенно понижался, начиная со второго квартала и это понижение, наблюдалось до конца 2015 года. На изменение прожиточного минимума этого года повлиял кризис в стране. К сожалению, дальнейшую динамику прожиточного минимума рассмотреть пока что не возможно, так как на первый квартал 2016г. документ «Об установлении величины прожиточного минимума по кварталам» ожидается в апреле.

Использованные источники:

1. Документ об установлении величины прожиточного минимума на душу населения и по основным социально-демографическим группам населения Кемеровской области за первый квартал 2015г.
http://ansigroup.ru/files/113_21.04.2015.pdf
2. Документ об установлении величины прожиточного минимума на душу населения и по основным социально-демографическим группам населения Кемеровской области за второй квартал 2015г.
http://ansigroup.ru/files/236_22.07.2015.pdf
3. Документ об установлении величины прожиточного минимума на душу населения и по основным социально-демографическим группам населения Кемеровской области за третий квартал 2015г.
http://ansigroup.ru/files/345_15.10.2015.pdf
4. Документ об установлении величины прожиточного минимума на душу населения и по основным социально-демографическим группам населения Кемеровской области за четвертый квартал 2015г.
http://ansigroup.ru/files/26_26.01.2016.pdf

Иванов Д.О.

Курский Государственный университет

Россия, г. Курск

СОВРЕМЕННЫЕ ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ГЕРМАНИИ

В конце 90-х годов двадцатого века в Германии многие демографические показатели резко ухудшились.

Демографический кризис, поразивший страны Старого Света поражает противоположными тенденциями: падением рождаемости и увеличением средней продолжительности жизни, что ведет к старению и общему сокращению численности коренного населения. Так, в 1999г. в Германии рождаемость составила 11,8%, а смертность – 10,0%, в то время как в целом в мире эти показатели равнялись соответственно 24,0 и 9,0%.

Многочисленные факты свидетельствуют о расшатывании

традиционных семейных устоев европейцев. Среди них стало нормой не торопиться связывать себя настоящими семейными узами, жить холостым/незамужней или в свободном гражданском браке. В итоге заметно увеличился средний брачный возраст. Становится все больше семей, где имеется только один ребенок. Растет число разводов и детей, рожденных вне брака.

Вместе с тем в Германии низки показатели младенческой смертности и велика средняя продолжительность жизни, что предопределяет высокий процент людей старше 65 лет. Не случайно эти страны заслужили название «старой нации»: в большинстве их доля детей и подростков до 15 лет почти такая же, как и представителей старших возрастных групп (свыше 65 лет).

С начала 90-х годов основным фактором роста населения Германии становится миграция. Так, например, в 1996г. миграционный прирост населения составил почти 30 тысяч. Она стала одним из главным мировых центров притяжения иммигрантов. Практически везде население растет за счет притока иностранцев, обгоняя естественный прирост. Миграция в ее нынешних масштабах заметно изменила национальный состав Германии (рис.1).

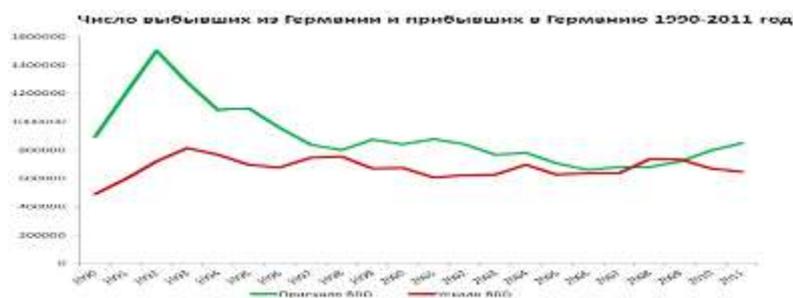


Рис.1. Сальдо миграции населения Германия (1990-2011)

При этом многие иммигранты стремятся приобрести гражданство тех стран, где они обосновались. В последнее время этот процесс стал особенно актуальным.

Согласно официальным данным, в 2013 году в Германии проживало 16,5 миллионов мигрантов и их потомков (в том числе 9,7 миллионов человек, обладающих немецким гражданством), что составляет 20,5 % населения ФРГ. Из них около 6 миллионов человек являются потомками мигрантов и были рождены уже в Германии. К 31 декабря 2014 года в Германии официально насчитывалось 8,2 жителей, имеющих лишь иностранное гражданство, что является наибольшим значением за всю историю ФРГ.

Крупнейшим этническим меньшинством в Германии являются турки, количество которых составляет около 2,99 миллионов человек. При этом около 1,7 миллионов из них являются гражданами Турции и около 1,3 миллиона — гражданами Германии. Тем не менее, с 2006 года наблюдается постоянный, хотя и медленный отток населения турецкого происхождения. Так, например, в 2012 году в Германию прибыло 28.641 человек из Турции, в то же время покинуло 32.788 турок

В будущем возможности для трудоустройства в Германии, похоже, сохранятся, ибо демографическая ситуация в регионе продолжает ухудшаться, а доля населения в трудоспособном возрасте уменьшается. К тому же выявилась «любопытная тенденция»: представители коренного населения, как правило, игнорируют разного рода низкооплачиваемую работу непрестижного характера.

Сведения о динамике населения в Германии отражает рисунок 2.

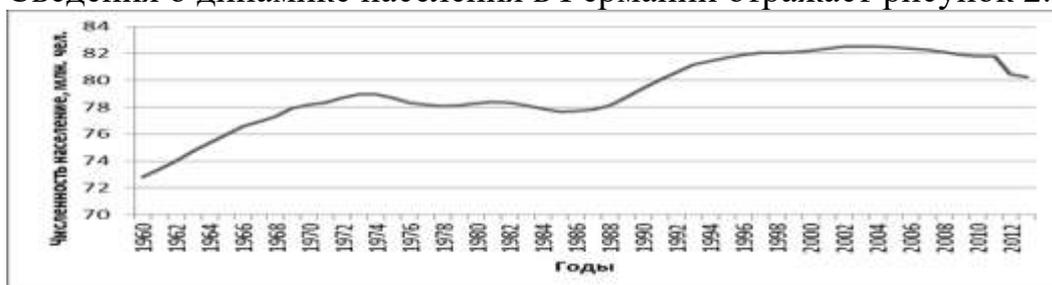


Рис.2. Динамика численности населения Германии (1960-2012)

В последнее время ситуация в регионе заметно ухудшилась и вскоре численность населения может опуститься ниже 80 млн. чел.

Наряду с общими особенностями, присущему любому государству Европы, ситуация в Германии имеет свои специфические особенности.

По коэффициенту рождаемости — всего 7,9 новорождённых на 1000 жителей в год — Германия относится к странам с самой низкой рождаемостью. Помимо того, что количество новорождённых столь мало, средний возраст впервые родивших молодых женщин составляет около 30 лет, и на каждую женщину приходится в среднем всего 1,3 ребёнка. В 2011 году в Германии родились 662,5 тыс. детей — рекордно низкий показатель с 1946 года, когда, несмотря на разруху и голод, в стране появилось на свет 922 тыс. младенцев [1].

Причину сложившейся ситуации можно искать как в европейской системе образования (магистранты высших учебных заведений выпускаются в возрасте 25-26 лет), так и в чрезвычайно распространённой женской эмансипацией и нацеленностью на карьерный рост.

Как во многих странах Европы, рождаемость в Германии ниже уровня воспроизводства населения. Уже с 1972 года рождаемость в Германии ниже смертности. В 2006 г. на 670—680 тыс. новорождённых пришлось 820—830 тыс. умерших. В 2007 году годовой прирост населения в Германии составил $-0,12\%$ (рис.3).



Рис.3. Динамика рождаемости населения Германии

Параллельным процессом является старение населения. Низкий уровень рождаемости и растущая ожидаемая продолжительность жизни (у новорождённых в 2006 году мальчиков она составит 74,4 года, а у девочек — 80,6 лет) влияют на возрастную структуру населения. Предполагается, что доля людей старше 60 лет вырастет с сегодняшнего показателя 23 % до 30 % в 2030 году. Кроме того, согласно последним демографическим прогнозам, к 2050 году население ФРГ сократится на 16 % — до 69-74 млн. человек — и постареет. Возраст каждого третьего горожанина будет превышать 60 лет [2].

Ещё одной современной тенденцией в демографической ситуации Германии стала регионализация плотности населения (рис.4).

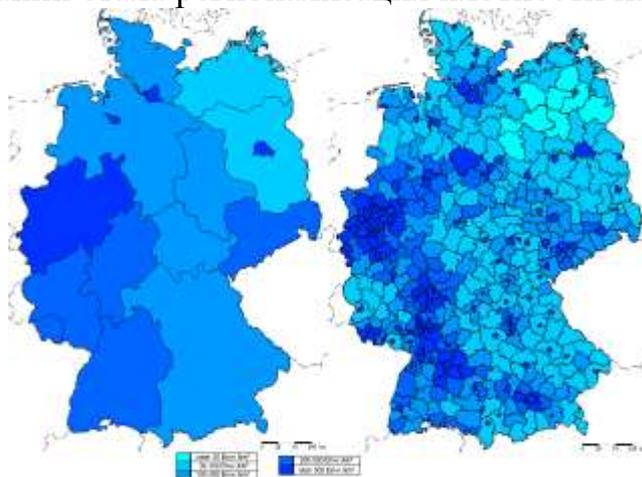


Рис.4 Современная демографическая ситуация в Германии

Регионализация демографии обусловлена, прежде всего, экономическими факторами. Наиболее неблагоприятной ситуация представляется в крупных городах, где особенно низок уровень рождаемости. Наблюдается значительный отток молодых семей из бесперспективных в экономическом плане регионов. Это приводит к ослаблению инфраструктуры, уменьшению количества общественного транспорта в данных районах. Особо сильно численность населения сократится в отдельных районах Тюрингии, Саксонии, Баварии и Баден-Вюртемберга.

В стремлении не допустить демографического и экономического упадка Германии правительство проводит определённый курс демографического

развития. Имеет место выплата детского пособия, направленного на стимулирование рождаемости и другие меры.

Использованные источники:

1. Своячны Ф. Демографические изменения в Германии и новая территориальная структура старения //Балтийский регион.-2010.-№4 .-С.41-52
2. Эдмонстон В. Динамика популяций в Германии. Международный журнал в области народонаселения.2006.-7с

*Иванова И.В.
Красноселова Т.А.
Ушмарин Е.А.*

*ФГБОУ ВПО «Чувашский государственный
университет имени И.Н. Ульянова»
Российская Федерация, г. Чебоксары*

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ И АУДИТА
ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ФЕДЕРАЛЬНОГО
КАЗНАЧЕЙСТВА В БОРЬБЕ С КОРРУПЦИЕЙ**

Данная статья посвящена проблеме противодействия коррупции в Управлении Федерального казначейства по Чувашской республике. Проведен анализ предпосылок и факторов, влияющих на появление коррупции. Предложены направления и мероприятия по усилению контроля за противодействием коррупции.

Ключевые слова: коррупция, закон, противодействие, контроль, казначейство

*I.V. Ivanova ,T.A.Krasnoselova, , E.A.Ushmarin
The Russian Federation, Cheboksary
Chuvash State University named after I.N. Ulyanov*

**IMPROVEMENT OF THE INTERNAL CONTROL AND AUDIT OF
TERRITORIAL BODIES OF FEDERAL TREASURY IN THE FIGHT
AGAINST CORRUPTION**

This article is devoted to the problem of combating corruption in the Federal Treasury Department for the Chuvash Republic. The analysis of preconditions and factors affecting the appearance of corruption. The directions and measures to strengthen control of corruption.

Key words: corruption, law, resistance, control, treasury

Борьба с коррупцией на современном этапе развития общества – один из приоритетов деятельности всех институтов власти, так как коррупция становится серьезным препятствием в строительстве правового государства, создаёт предпосылки к возникновению рисков при выполнении государственными органами управления возложенных на них функций [1]. Минимизация коррупционных рисков в деятельности органов Федерального казначейства является одной из задач, обозначенной в Стратегической карте

Казначейства России [6].

Целью работы является проведение анализа деятельности подразделений внутреннего контроля и аудита территориальных органов Федерального казначейства в борьбе с коррупцией и разработка направлений по его совершенствованию.

В целях ограничения распространения коррупции выработано множество форм и методов борьбы с ней. К ним относятся создание специализированных подразделений, предназначенных для выявления и расследования нарушений законности, как в сфере оказания государственных услуг, так и в сфере государственной службы; подотчетность государственных органов власти выборным представителям, специализированным контролирующим организациям и массовому электорату; обеспечение гласности и открытости на уровне правительства и других органов власти. На практике эти подходы к борьбе с коррупцией, как правило, используются одновременно.

Сегодня известны различные формы контроля за деятельностью органов власти. Во-первых, это создание независимых контролирующих органов. В России функционируют Счетная палата Российской Федерации и территориальные контрольно-счетные органы. Во-вторых, это система контролирующих подразделений в рамках самих органов власти, включая подведомственные им территориальные учреждения. К ним можно отнести подразделения внутреннего контроля и аудита министерств и ведомств, комиссии по соблюдению требований к служебному поведению государственных служащих и урегулированию конфликта интересов. В-третьих, активизация гражданской инициативы и привлечение к работе общественных организаций.

В государственных органах власти, в том числе территориальных органах казначейства, осуществление мер по противодействию коррупции возложено на Комиссии по соблюдению требований к служебному поведению государственных служащих и урегулированию конфликта интересов и кадровые подразделения. Кроме того, федеральным казначейством перед отделами внутреннего контроля и аудита территориальных органов казначейства поставлена задача осуществления ведомственного контроля связанного с возможностью возникновения казначейских рисков при осуществлении возложенных на них функций, в том числе и коррупционных рисков. Имеющаяся нормативная база противодействия коррупции позволяет определить роль и место отделов внутреннего контроля и аудита территориальных органов Федерального казначейства в этом процессе, как одного из субъектов антикоррупционной деятельности [5].

Для организации их эффективной работы предварительно должна оцениваться следующая информация:

- о потенциальных субъектах коррупционных отношений, в первую очередь представителях бизнеса, имеющих заинтересованность в получении

содействия от сотрудников казначейства в решении своих задач и о государственных служащих, исполнение обязанностей которых по должности подвержено риску коррупции;

- об условиях, предпосылках, факторах, наличие которых увеличивает вероятность коррупционных правонарушений в органе Федерального казначейства, формах и методах, которые используются при установлении коррупционных отношений их субъектами. К примеру, предпосылками коррупционных правонарушений могут быть: ощущение определенной нестабильности: боязнь сокращения штатной численности в связи с реорганизацией; опасение сотрудников, временно замещающих государственные должности, увольнения в любое время;

- низкое денежное содержание государственных гражданских служащих, не соответствующее квалификации и ответственности за выполняемую работу; ощущение несправедливости при продвижении по службе и распределении премий, наград и иных видов поощрений за свою деятельность; нерешенные жилищные проблемы; некомпетентность и грубость начальства; неудовлетворительные условия труда, отстраненность руководства органа Федерального казначейства от создания условий для отдыха, занятий спортом, самодеятельностью и т.д.

- о наличии необходимых нормативных документов, программ, совместных планов, методик, механизмов распределения полномочий между субъектами антикоррупционной деятельности, с которыми органы казначейства должны сотрудничать при организации работы противодействия коррупции;

Ежегодно на сайте, в открытом доступе, проводится оценка деятельности противодействия коррупции Федерального казначейства. В оценке работы участвуют как физические и юридические лица региона.

Таблица 1.

Оценка уровня противодействия коррупции физическими и юридическими лицами в Управления Федерального казначейства по Чувашской Республике. за 2014-2015 г.г. [3]

годы	2014 г.		2015 г.	
	Количество физических и юридических лиц	Удельный вес %	Количество физических и юридических лиц	Удельный вес %
высокий	18	66,67	140	83
средний	6	22,22	23	14
низкий	3	11,11	5	3

Данные таблицы 1 говорят о том, что на 16,33 % увеличилось количество респондентов, оценивших уровень противодействия коррупции как «высокий»; при этом уменьшилось количество респондентов, оценивших уровень противодействия коррупции, как «средний» и «низкий» на 8,22% и 8,11% соответственно.

В 2015 году в рамках повышения квалификации федеральными государственными гражданскими служащими, в должностные обязанности которых входит участие в противодействии коррупции, получили дополнительное профессиональное образование 8 человек; проведена антикоррупционная экспертиза 7 проектов нормативных правовых актов, по результатам которой вынесено 7 положительных заключений [3].

В Федеральном казначействе и его территориальных органах функционирует единая система электронного документооборота LanDocs, обеспечивающая ведение учета и контроль исполнения документов. При осуществлении закупок товаров, работ, услуг для нужд Федерального казначейства проводится мониторинг соответствующих документов на предмет выявления коррупционных рисков. Федеральным казначейством рассмотрено (в том числе повторно) 15 проектов извещений и пакетов документации о торгах, 51 проект государственных контрактов, договоров и соглашений [2].

По мере необходимости проводятся совещания с представителями территориальных органов Федерального казначейства по поводу выполнения задач, поставленных перед Федеральным казначейством по противодействию коррупции. [4]

В целях повышения эффективности контроля противодействия коррупции отделы внутреннего контроля и аудита могут и должны принимать участие в решении следующих задач:

- профилактические мероприятия в виде участия специалистов подразделения внутреннего контроля и аудита в работе различных конкурсных комиссий, например, по закупкам товаров, работ и услуг для государственных нужд, по приему на работу и др.;

- организация своевременного и эффективного контроля проверки достоверности и полноты сведений, представляемых гражданами, претендующими на замещение должностей федеральной государственной гражданской службы в органе Федерального казначейства;

- участие в подготовке перечня должностей государственной гражданской службы, исполнение обязанностей по которым в наибольшей степени подвержено риску коррупции;

- формирование в коллективе атмосферы неприятия, нетерпимости по отношению к коррупционным действиям. Решение этой задачи предполагает участие сотрудников отделов внутреннего контроля и аудита в проведении мероприятий, направленных на повышение общей культуры государственной службы, немедленной и острой реакции на проявление любого правонарушения, нарушения внутреннего служебного распорядка, искоренения принципа «не выносить сор из избы», инициации гласного обсуждения положения дел в коллективе по данным проблемам:

- участие в создании кадрового резерва и организации последующей работы с ним.

- проведение отделами внутреннего контроля и аудита оценочного мониторинга деятельности структурных подразделений Управления с привлечением администрации города и районов.

Таким образом, на отделы внутреннего контроля и аудита органов Федерального казначейства может быть возложено решение ряда разноплановых задач по минимизации коррупционных рисков в деятельности органов Федерального казначейства, которые должны найти своё отражение в Положениях об отделах внутреннего контроля и аудита, планах проведения контрольных мероприятий и программах проверок, которые отделы осуществляют.

В связи с присоединением Федеральной службы финансово-бюджетного надзора (Росфиннадзор) к Федеральному казначейству указанный перечень задач является далеко не исчерпывающим.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2008, № 52 (часть 1), ст. 6228);
2. Некоторые аспекты деятельности органов, уполномоченных на осуществление контроля в сфере размещения заказов, Кочаненко Е.П. "Законодательство и экономика", 2011, N 6.
3. Отчет о выполнении мероприятий, предусмотренных ведомственным планом противодействия коррупции за 2015 год.
4. Положение о внутреннем контроле и внутреннем аудите в Федеральном казначействе, утвержденное приказом Федерального казначейства от 25 января 2011 г. № 19.
5. Стандарты внутреннего контроля и внутреннего аудита Федерального казначейства, применяемые контрольно-аудиторскими подразделениями при осуществлении контрольной деятельности, утвержденные приказом Федерального казначейства от 29 июня 2011 г. № 253.
6. Стратегическая карта Казначейства России на 2014-2018 годы.

Bibliography:

1. Federal Law of 25 December 2008. № 273-FZ "On Combating Corruption" (Collection of legislation of the Russian Federation, 2008, № 52 (part 1), Article 6228.);
2. Some aspects of the bodies authorized to exercise control in respect of orders, Kochanenko EP "Law and Economics" 2011, N 6.
3. Report on the implementation of the activities envisaged for the year 2015 departmental anti-corruption plan.
4. Regulations on Internal Control and Internal Audit in the Federal Treasury, approved by order of the Federal Treasury on January 25, 2011 № 19.
5. The standards of internal control and internal audit of the Federal Treasury, applied control and audit departments in the implementation of control activities, approved by order of the Federal Treasury on June 29, 2011 № 253.

*Иванова Н.И.
студент гр. БЭс-151
Нагиева А.Д.
студент гр. БЭс-152, 1 курс
Шутько Л.Г., к.э.н.
научный руководитель, доцент
«Кузбасский государственный технический
университет имени Т.Ф. Горбачева»
Россия, г. Кемерово*

ПРОБЛЕМЫ БЕДНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Аннотация: В ходе написания данной статьи будут проанализированы проблемы бедности населения современной России и описаны возможные пути решения этих проблем.

Ключевые слова: бедность, проблемы бедности, социальная политика РФ.

Бедность – это характеристика экономического положения индивида или социальной группы, при котором они не могут удовлетворить определенный круг минимальных потребностей, необходимых для жизни, сохранения трудоспособности, продолжения рода.

В современном российском обществе проблема бедности приобрела широкое распространение. Повышение уровня бедности российского населения связано в текущем периоде с ростом величины минимального прожиточного минимума. Прожиточному минимуму посвящен отдельный Федеральный закон N134-ФЗ от 24 октября 1997 года, который так и называется: «О прожиточном минимуме в Российской Федерации». Согласно этому закону, под прожиточным минимумом понимается стоимостная оценка потребительской корзины, а также обязательные платежи и сборы. Прожиточный минимум официально обозначает границу бедности и на его основе, как правило, устанавливается минимальный размер оплаты труда и минимальный размер трудовой пенсии.

За последние пять лет величина прожиточного минимума на душу населения в расчете на всю территорию Российской Федерации в целом увеличилась на 4013 руб.. В 2010 году величина прожиточного минимума составляла 5688 руб., в 2011 году – 6369 руб., в 2012 году – 6510 руб., в 2013 году – 7306 руб., в 2014 году – 8050 руб., в 2015 году – 9701 руб.[1].

Если же рассмотреть изменение величины прожиточного минимума в отношении отдельных категорий населения, то можно получить следующие результаты[1]:

1. Величина прожиточного минимума в расчете на трудоспособное население за последние пять лет возросла на 4334 руб. В 2010 году величина

прожиточного минимума в расчете на трудоспособное население составляла 6070 руб., в 2011 году – 7023 руб., в 2012 году – 6913 руб., в 2013 году – 8014 руб., в 2014 году – 8731 руб., в 2015 году – 10404 руб.

2. Величина прожиточного минимума в расчете на людей, вышедших на пенсию, за последние пять лет увеличилась на 7441 руб. В 2010 году величина прожиточного минимума в расчете на трудоспособное население составляла 4475 руб., в 2011 году – 5141 руб., в 2012 году – 5020 руб., в 2013 году – 6097 руб., в 2014 году – 6656 руб., в 2015 году – 7916 руб.

3. Величина прожиточного минимума в расчете на население детского возраста за последние пять лет возросла на 4066 руб. В 2010 году величина прожиточного минимума в расчете на трудоспособное население составляла 5423 руб., в 2011 году – 6294 руб., в 2012 году – 6146 руб., в 2013 году – 7105 руб., в 2014 году – 7738 руб., в 2015 году – 9489 руб.

Увеличение величины прожиточного минимума также повлекло за собой увеличение доли населения, уровень денежных доходов которых ниже величины прожиточного минимума. Так, в 2010 году численность населения, уровень денежных доходов которых ниже прожиточного минимума, составляло 17,7 млн. человек, что составляло 12,5% от общего количества населения страны в 2010 году (142856536 чел.), а в 2015 году значение данного показателя составляло 19,1 млн. человек, что составляло 13,3% от общего количества населения страны в 2015 году (146267288 чел.)[2,3].

Также увеличение уровня бедности российского населения связано с ростом расходов денежных средств населения по сравнению с предыдущими годами. В 2010 году население из общей суммы денежных доходов израсходовало 97,6%, в 2011 году – 98,4%, в 2012 году – 100%, в 2013 году – 99,3%, в 2014 году – 99,8%[4]. Сведений о расходах населения в процентах в отношении к денежным доходам за 2015 год пока не было предоставлено.

Необходимо отметить, что в Российской Федерации разработана и реализуется концепция социальной политики, которая направлена на[5]:

- снижение уровня абсолютной и относительной бедности, увеличение среднего класса к 2020 году до более половины населения;

- снижение дифференциации населения по уровню доходов с 16,8 раза в 2007 году до 12 раз в 2020 году;

- доведение размеров денежного довольствия и пенсий военнослужащих до уровня, отвечающего важности данного вида деятельности в области обеспечения обороноспособности страны;

- доведение адресности выплаты социальных пособий, привязанных к уровню доходов населения (объем средств, поступающий реально нуждающимся семьям), к 2012 году в среднем по стране до 70 - 80 процентов (в 2007 году, по экспертным оценкам - 40 - 50 процентов), а охвата бедного населения государственными социальными программами к 2020 году - до 100 процентов (в 2007 году, по экспертным оценкам, - 60 процентов);

- решение в 2012-2015 г.г. проблемы безпризорности;

– решение к 2020 году одной из самых острых проблем пожилого населения – полного удовлетворения потребности в постоянном постороннем уходе;

– достижение к 2020 году уровня занятости инвалидов в Российской Федерации 40% от общего числа инвалидов.

Итак, основными целевыми ориентирами социальной политики в нашей стране являются: снижение уровня абсолютной и относительной бедности; увеличение среднего класса к 2020 году до более половины населения; снижение дифференциации населения по уровню доходов; доведение размеров денежного довольствия и пенсий военнослужащих до уровня, отвечающего важности данного вида деятельности в области обеспечения обороноспособности страны; решение в 2012 - 2015 годах проблемы беспризорности т.д.[5].

Использованные источники:

1. Величина прожиточного минимума на 2010-2015 г.г. /<http://web.archive.org/web/20110618141912/http://www.gks.ru/gis/tables/UROV-6.htm>

2. Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума / http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/urov_51g.doc

3. Население России /https://ru.wikipedia.org/wiki/Население_России

4. Структура использования денежных доходов / <https://www.fedstat.ru/indicator/31502.do>

5. Главные цели и приоритетные направления социальной политики в РФ на период до 2020 года / http://regulirovgos.ru/otvety_k_gosam_po_gre-glavnye_celi_i_prioritetnye_napravleniya_socialnoi_politiki_v_rf_na_period_do_2020_goda.html

Иванова Н.И.

студент гр. БЭс-151, 1 курс

Гулявская К.С.

студент гр. БЭс-151, 1 курс

Самородова Л.Л., к.э.н.

научный руководитель, доцент

«Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачева»

Россия, г. Кемерово

УГРОЗЫ В ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СФЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: В данной статье будут описаны угрозы в демографической сфере Кемеровской области в современных условиях.

Ключевые слова: демография, население, Кемеровская область.

Демография является наукой о закономерностях воспроизводства

населения, о зависимости его характера от социально-экономических и природных условий, миграции, изучающая численность, территориальное размещение и состав населения, их изменения, причины и следствия этих изменений и дающая рекомендации к их улучшению[1].

Центрами изучения демографии в России являются: институт социально-экономических проблем народонаселения РАН, управление статистики населения и здравоохранения Росстата, центр по изучению проблем народонаселения при экономическом факультете МГУ, кафедра социологии семьи и демографии социологического факультета МГУ, сектор демографии, народонаселения и миграции Российского института стратегических исследований.

Объектом изучения демографии является численность, территориальное размещение и состав населения, закономерности их изменений на основе социальных, экономических, биологических и географических факторов.

Единица совокупности в демографии – человек, который обладает множеством признаков. К ним относятся: пол, возраст, семейное положение, образование, род занятий, национальность и т.д. Многие признаки в течение жизни человека меняются, вследствие чего население всегда обладает такими характеристиками как численность и возрастно-половая группа, семейное состояние. Изменение в жизни каждого человека приводит к изменениям в населении, и в совокупности такие изменения составляют движение населения., которое, в свою очередь, можно разделить на три группы. Демографы выделяют три группы такого движения: естественное движение, в которое включены брачность, разводимость, рождаемость, смертность, изучение которых является исключительной компетенцией демографии, механическое (миграция) движения, включает в себя совокупность всех территориальных перемещений населения, которые в конечном счете определяют характер расселения, плотности, сезонную и маятниковую подвижность населения, социальное движение, представляющее собой переходы людей из одних социальных групп в другие. Этот вид движения определяет воспроизводство социальных структур населения. Поэтому, именно эта взаимосвязь воспроизводства населения и изменений в социальной структура изучается демографией.

К основным демографическим процессам относятся: рождаемость, смертность и миграция [1].

Население Кемеровской области, начиная с 1992 года до наших дней, уменьшалось в своем количественном значении. Разница в численности населения в 2016 году (2717627 человек) и в 1992 году (3098685 человек) составляет 381058 человек, что означает уменьшение численности населения в 2016 году по сравнению с 1992 годом на 12,3% [2].

В большей степени данное уменьшение численности населения связано с тем, что количество смертей в Кемеровской области несколько превышает

количество новорожденных. Динамика демографических процессов в области представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика демографических процессов в Кемеровской области.

Демографические процессы	1990	1995	2010	2013	2014	2015
Смертность на 1000 человек, в ‰	11	16,6	16,1	14,6	13,1	15,2
Рождаемость на 1000 человек, в ‰	12,6	8,9	13,2	13,1	14,6	14,5
Естественный прирост населения, в ‰	1,6	-7,7	-2,9	-1,0	-1,4	-2,0

Данные таблицы 1 показывают, что, в период с 1990 год по 1995 год наблюдался рост смертности на 5,6‰, (1990 года -11,0‰, а в 1995 году -16,6‰). В этот же период число родившихся на 1000 населения уменьшилось на 3,7‰ (в 1990 году число родившихся составляло 12,6‰, а в 1995 году – 8,9‰). Если же рассмотреть количество умерших на 1000 человек населения в период с 2010 года (16,1‰) по 2015 год (15,2‰), то видим, что появилась тенденция к снижению смертности. Так, в период с 2010 года (16,1‰) по 2013 год (14,6‰) число умерших постепенно снижалось, и к 2014 году снизилось на 1,5‰(14,6‰). Однако к 2015 году смертность вновь возросла на 0,6‰, и по прежнему превышает рождаемость населения, несмотря на явную тенденцию к росту рождаемости в рассматриваемом периоде. В этот же период число родившихся на 1000 человек населения к 2015 году увеличилось лишь на 1,3‰, не превысив число умерших (в 2010 году число родившихся на 1000 человек населения составляло 13,2‰, а в 2015 году – 14,5‰).

Наиболее густонаселенный город в Кемеровской области – город Кемерово, численность населения которого на 2015 год составляет 549159 человек, что на 5153 человека больше, чем в 2014 году, и на 9064 человека больше, чем в 2013 году.

Наименее густонаселенный поселок в Кемеровской области – Урск, численность населения которого с 2010 года и по настоящее время составляет 1665 человек [2].

Естественный прирост населения является превышением рождаемости над смертностью, т.е. это разница между количеством родившихся и количеством умерших за определенный период времени [3].

В Кемеровской области естественный прирост на протяжении длительного времени, а именно с 1995 года по 2015 год, имеет отрицательное значение, вследствие чего лучше говорить не естественный прирост, а естественная убыль.

Так, в период с 1990 года (1,6‰) по 1995 год (-7,7‰) произошел переход из естественного прироста в 1990 году в естественную убыль в 1995 году, разница в значениях которых в эти годы составляла 9,3‰. А в период с 2010 года (-2,9‰) по 2015 год (-2,0‰) естественная убыль увеличилась на 0,9‰, несмотря на то, что к 2013 году величина естественной убыли составляла -1,0‰, т.е. была на 1,9‰ больше, чем в 2010 году, к 2014 году естественная

убыль вновь начала увеличиваться в своем значении, снизившись до -1,4‰, (на 0,4‰), и к 2015 году, как нам уже известно, снизилась еще на 0,6‰ до 2,0‰.

Основной и наиболее распространенной причиной смертности в Кузбассе является заболевание злокачественными образованиями. Численность населения, умерших от заболевания злокачественными образованиями, на 100000 человек в 2014 году составило 218,76‰, что на 8,2‰ меньше, чем в 2013 году (226,9‰), и на 7,3‰ меньше, чем в 2012 году. Следовательно, смертность от онкологических заболеваний в Кемеровской области постепенно снижается в своем количественном значении. Наибольшее распространение онкологической заболеваемости людей в 2010 году зарегистрировано в Яшкинском районе, где заболеваемость составила в 2010 году 392,8‰ [2].

Наименее распространенной, но, тем не менее, не менее важной, является смертность о причине случайного отравления алкоголем. Численность умерших по причине случайного отравления алкоголем на 100000 населения в Кемеровской области в 2014 году составила 24,2‰, что на 1,6‰ больше, чем в 2013 году, и на 12,2‰ больше, чем в 2012 году. Следовательно, количество опасного для здоровья человека алкоголя и количество злоупотреблений людьми алкоголем в Кемеровской области значительно увеличилось [2].

Таким образом, в условиях современного кризиса видимо стоит ожидать дальнейшего увеличения смертности и сокращения темпов роста рождаемости, сохранение тенденций анализируемого периода. На основании вышеизложенных фактов можно сделать вывод:

С течением времени произошло увеличение численности населения, и, если в будущем будет продолжаться увеличиваться численность населения страны, Россия превысит показатели численности населения многих других стран мира, что приведет к усилению экономического состояния страны.

Использованные источники:

- Демография [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Демография> (Дата обращения 28.05.2016)
- Население Кемеровской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Население_Кемеровской_области (Дата обращения 28.05.2016)
- Естественный прирост [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Естественный_прирост (Дата обращения 28.05.2016)

Иващенко Е.А.
студент 4 курса
специальность «Экономика»
Ярославский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Российская Федерация, г. Ярославль

РАЗВИТИЕ ОПЕРАЦИЙ С ПРИМЕНЕНИЕМ БАНКОВСКИХ КАРТ В КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РФ

Статья посвящена изучению внедрения банковских карт в РФ. Также уделяется внимание статистическим данным по развитию операций, осуществляемых с применением банковских карт.

Ключевые слова: развитие, банковская карта, безналичные расчеты, статистика, операции с банковскими картами.

The article is devoted to studying the implementation of banking cards in Russia. Also focuses on the statistics on the development of operations carried out with the use of bank cards.

Keywords: development, bank card, cashless payments, statistics, operations with bank cards.

В настоящее время в условиях развития современной экономики в Российской Федерации [3] банковская сфера является одной из наиболее значимых составляющих национальных финансов [5]. Коммерческие банки нашей страны предлагают широкий спектр банковских услуг для клиентов, и в условиях высокой конкурентной борьбы через инновации [1; 2] ищут более прибыльные виды деятельности. И одним из таких видов является рынок пластиковых карт.

Актуальность темы определяется тем, что расчеты с использованием наличных денег в отличие от расчетов банковскими картами дорого обходятся государству. Кроме того, наличный расчет является базой развития теневой экономики.

В России в настоящее время происходит увеличение операций, осуществляемых с помощью безналичных расчетов. Динамика увеличения продемонстрирована на рисунке 1 [6].

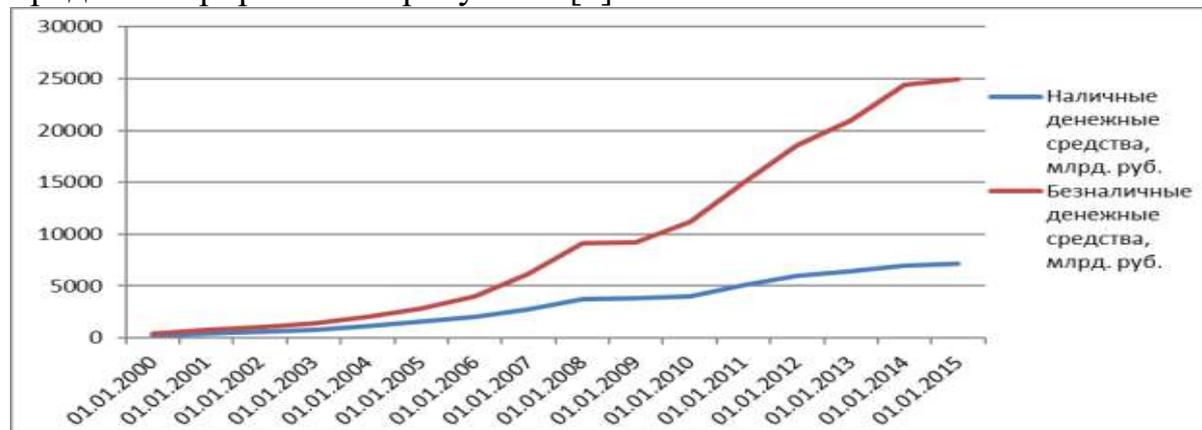


Рисунок 1 – Динамика масштабов использования наличных и безналичных средств в экономике России в период с 2000 по 2015 г.

По данному графику мы можем увидеть, что начиная с 2007 года резко возрастает количество безналичных средств в обращении. По темпам прироста, начиная с 2000 года безналичные денежные средства практически всегда, за исключением двух лет, превышали рост наличных денежных средств. Наглядно это можно увидеть на диаграмме, изображенной на рисунке 2 [6].

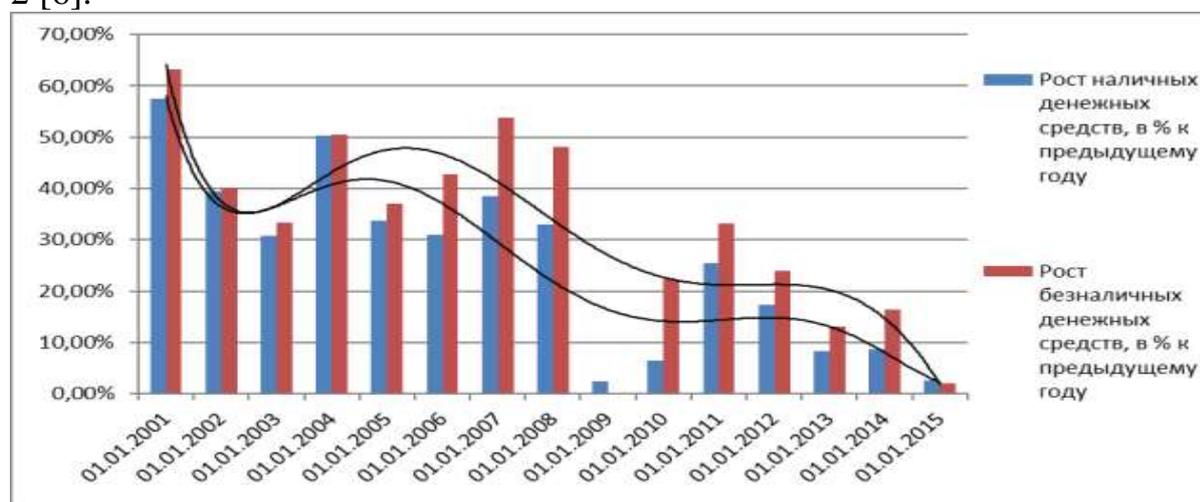


Рисунок 2 – Темпы прироста наличных и безналичных денежных средств в экономике России в период с 2000 по 2015 г.

Несмотря на экономические особенности российского рынка и консерватизм отечественного потребителя, в нашей стране расчеты по пластиковым картам становятся все более популярными. С 2010 по январь 2016 г. рынок пластиковых карт в России неуклонно рос: количество выпущенных карт за данный период выросло примерно на 70% и составило 243,93 млн, что продемонстрировано на рисунке 3.

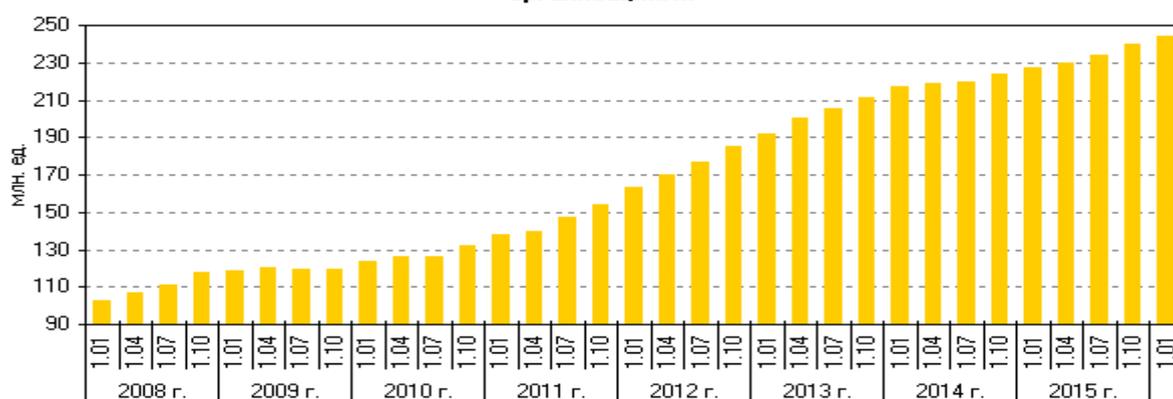


Рисунок 3 – Количество дебетовых и кредитных карт, выпущенных кредитными организациями на 01.01.2016 г. (источник: ЦБ РФ)

Стоит отметить, что в России наибольшей популярностью пользуются расчетные карты, и их доля в общем обороте намного превышает долю, которую занимают кредитные банковские карты, что можно увидеть на

рисунке 4 [6].

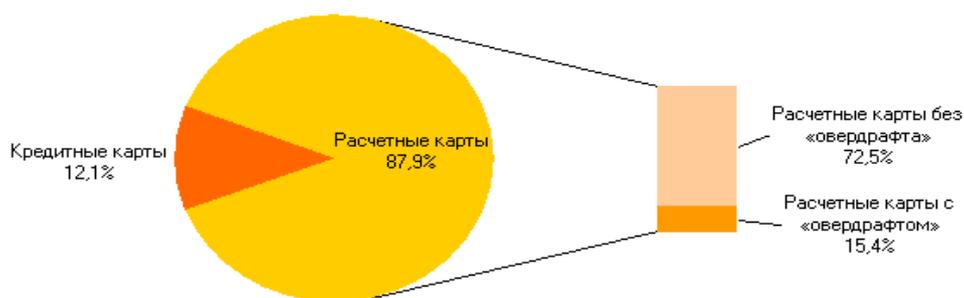


Рисунок 4 – Структура расчетных и кредитных карт, эмитированных кредитными организациями на 01.01.2016 г.

На сегодняшний день объем использования банковских карт в мире достиг внушительных размеров. Так, например, в странах Европы доля операций, осуществляющихся безналичным путем, составляет более 90% от всех денежных операций. Но в России этот показатель существенно отличается, например, в 2014 году доля безналичных расчетов составляла 15% от общего количества всех операций, а по состоянию на 01.12.2015 эта цифра увеличилась и составляла уже 24,4%, что можно увидеть на рисунке 5 [6].



Рисунок 5 – Структура операций в российских рублях и иностранной валюте, совершенных на территории РФ с использованием платежных карт российских и зарубежных банков, (по объему, тыс. руб.) на 01.12.2015 г. (источник: ЦБ РФ)

Но по количеству ситуация противоположная, где оплата товаров и услуг занимает 70,5%, что видно на рисунке 6 Мы видим, что темпы роста безналичных расчетов в Российской Федерации достаточно высокие, так как всего 5 лет назад этот показатель составлял всего 3-4% [4, с. 15].

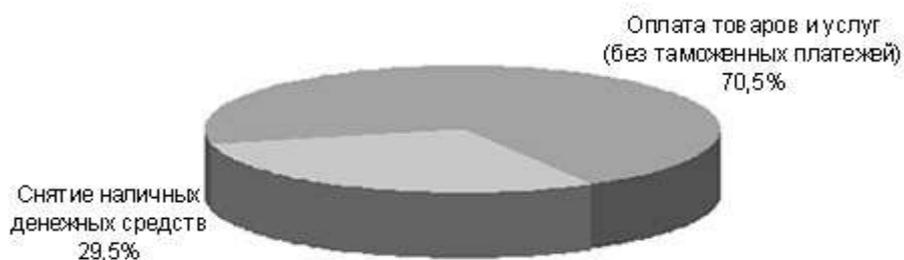


Рисунок 6 – Структура операций в российских рублях и иностранной валюте, совершенных на территории РФ с использованием платежных карт российских и зарубежных банков, (по количеству, ед.) на 01.12.2015 г.
(источник: ЦБ РФ)

На сегодняшний день происходит постепенное увеличение безналичных расчетов. Практика показывает, что данный вид расчетов имеет немаловажные преимущества перед расчетами с помощью наличных средств. А это, в свою очередь, говорит о том, что банковские карты являются перспективной деятельностью для коммерческих банков нашей страны и имеют положительную тенденцию к увеличению их выпуска.

Использованные источники:

1. Волков А.Ю. Инновации в России // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2012. – № 2. – С. 15 – 19.
2. Волков А.Ю. Инновации и Россия // Науч. тр. / Вольное экономическое общество России. – Т. 136. – 2010. – С. 102 – 113.
3. Волков А.Ю. Тенденции в экономике Ярославской области за 9 месяцев 2015 года // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности». – 2016. – С. 69 – 71.
4. Жукова В.В., Комиссарова Е.В. Проблемы и перспективы развития рынка пластиковых карт в России // Современные научные исследования и инновации. 2014 - №11 – С. 15-19.
5. Тюрин С.Б., Бурыкин А.Д., Волков А.Ю. Организация деятельности коммерческого банка: Учеб. пособие для бакалавров / Под ред. С.Б. Тюрина. – Ярославль: 2013. – 114 с.
6. Официальный сайт Банка России: www.cbr.ru.

Ивлев С.С.

аспирант, ассистент

кафедра Экономика труда и управления персоналом

РЭУ им. Плеханова

Россия, г. Москва

ФАКТОРЫ ИЗМЕНЕНИЯ ЭТНИЧЕСКОГО СОСТАВА НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ

Ключевые слова: демография, миграция, численность населения, этносы, естественная убыль населения, прирост населения

Вопросам связанным с изменением численности населения стран всегда уделяется не мало внимания, как на уровне правительств самих государств, так и на глобальном уровне. Численность одних стран растет более быстрыми темпами (примеры, Африканские и Азиатские страны), в странах Латинской, Южной Америки и США- умеренный рост, а для других и вовсе характерна убыль. И как это не печально, Россию в большей степени относится к последнему типу. Исключением можно назвать 2015 год, когда население увеличилось почти на 3 млн. человек в сравнении с предыдущем годом. Такой позитивный, с точки зрения увеличения численности населения, результат получился благодаря воссоединению России и Крыма.

Однако различные варианты прогноза Росстата, рассчитанные до 2030 года, не придают большого оптимизма. По среднему варианту прогноза максимальной численности в данном прогнозном интервале мы достигнем в 2025 году, где показатель составит приблизительно 148млн 230 тысяч человек. А дальше будет наблюдаться ежегодная убыль более чем на 100 тысяч человек. Однако, характерным для этой ситуации будет положительный миграционный прирост, в среднем на 340 тысяч ежегодно. Это говорит о том, что этническая структура страны и ее численность будет меняться, при чем существенно. А значит, рассматривать вопросы связанные с изменением численности стран, а в нашем случае России, необходимо и с точки зрения изменения этнического состава. Для того, чтобы понять, под воздействием чего, может меняться этническая структура стран, мы выделяем 3 основных, и возможно единственных факторов:

1) Демографический (в узком смысле) обуславливается различием в естественном движении населения у разных этнических групп. Основное различие в уровне рождаемости. В результате, у одних наблюдается естественная убыль населения, у других -естественный прирост.

2) Миграционный фактор.

3) Этнический фактор, связанный со сменой этнической идентичности.

Для России наиболее яркий период в истории современной России, с точки зрения анализа изменения численности ее этносов, приходится на межпереписной период с 1989г. по 2002г. Именно в этом промежутке почти ежегодно велась обработка данных учета демографических событий и миграции практически для 50 национальностей. В 1999 г. российской демограф Д.Д. Богоявленский попытался оценить влияние демографических факторов (естественного и миграционного движения) на изменение численностей народов в данный межпереписной период. В результате, это позволило оценить вклад не только демографических, но и этнических процессов в изменение этнического состава населения.

В постсоветской России точкой отсчета в изучении этнического состава населения можно считать перепись 1989 года, которая содержала вопросы о национальности, родном языке, а также владениями другими языками.

Итогом этнодемографических изменений, произошедшим в 1990ые годы, стала первая после распада Союза перепись 2002 года. Вопросы о национальной принадлежности также включались в переписные листы. Ответ на этот вопрос давался по самоопределению.

Однако полнота и качество полученных данных, особенно в некоторых субъектах РФ, подвергаются сомнениям ряда демографов и статистиков. Так, по мнению, демографа Максудова, численность Чеченской и Ингушской республики были значительно завышены в результате двойного учета одних и тех же людей. По мнению Богоявленского численность народов Северного Кавказа в переписи 2002 года преувеличена на 820 тыс. человек. Подобных проблем в переписи 1989 года не возникало.

С 1988 г., с введение электронной обработки информации на всей территории России, собирались сведения по титульным национальностям бывших союзных республик, а также информация содержала сведения о евреях, татарах, немцах. Еще через несколько лет добавились сведения по титульным национальностям автономных образований в составе России.

Однако, в конце 1990х годов законодательство РФ претерпело существенные изменения. В паспортах россиян была отменена графа национальность, при регистрации рождения, смертей, вступления в брак запись о национальной принадлежности также стала не обязательной. Анализ демографических данных по этническому признаку стал проводиться исключительно по инициативе статистических органов РФ. В результате информация о национальной принадлежности родившихся, умерших, вступивших в брак стала ухудшаться. Так, к 2002 году доля неустановленных национальностей для родившихся и умерших составила соответственно 28 и 15 процентов.

По результатам проведенного исследования получилась интересная картина. Количество евреев снизилось больше, чем в 2 раза, прибалтийские народы сократились на 1/3, украинцев, белорусов и немцев также на 1/3.

Однако, изменение численности этих народов было обусловлено различными факторами. У евреев - это массовая эмиграция в Израиль, а также существенное превышение смертности над рождаемостью. Также характерна была этническая ассимиляция. Сокращение украинского и белорусского населения России обуславливается в первую очередь сменой идентичности в пользу русских. Естественная убыль также способствовала сокращению численности этих двух народов, но ее вклад был значительно меньше в сравнении с этническими процессами.

Динамика численности немцев, в первую очередь, определяется внешней миграцией. Имела место смена идентичности, только на этот раз в пользу немецкой национальности. Стимулом для этого послужил закон о приеме переселенцев ФРГ, дающий право немцам по происхождению и культуре переезжать на постоянное место жительства в Германию.

Убыль таких народов, как карелы, коми, мордва, марийцы, удмурты и

чуваши, алтайцы и хакасы, также можно объяснить процессами этнической ассимиляции.

У русских естественная убыль составила 8 млн. человек, то есть численность сократилась на 6,7 % по отношению к численности по переписи 1989 года. И это при том, что многие представители этносов меняли свою этническую идентичность пользу русских. Неучтенная миграция русских на территорию России имела место, но ее вклад к увеличению численности был меньше, чем смена идентичности. Миграционные и этнические процессы в свою очередь компенсировали убыль русских за счет недоучтенной эмиграции в страны дальнего зарубежья. По оценке статистических данных зарубежных стран масштабы эмиграции из России были выше более чем на 20 %.

Интересные данные получились по численности татар и башкир. Наблюдается значительное увеличение башкир - на 25% , при этом численность татар осталась практически неизменной. В какой-то мере это обуславливается более молодой структурой населения и более высоким уровнем рождаемости башкир, но в то же время, это проблема связана с процессами ассимиляции, в некоторой степени - с неточностями учета национальной идентичности. Скорее имеет место не демографическое сокращение численности татар, а вопрос о достоверности учета населения в Башкортостане. В 1989 численность татар была больше численности башкир, а в 2002 году соотношения получилось в обратной пропорции. Даже при низком уровне естественного прироста, не считая миграционного прироста, татарское население в России, по сравнению с 1989 г, должна была увеличиться на 500 тыс. человек.

Как уже было сказано, за межпереписной период 1989 - 2002 год больше всех выросла численность армян, таджиков, азербайджанцев, корейцев, турок и турок-месхитинцев и курдов вместе с езидами.

В период с 2002 по 2010 год самый большой прирост показали киргизы, узбеки и таджики.

В 1990-е годы основной поток мигрантов шел из Закавказских республик, в свою очередь из Средней Азии выезжали только корейцами, таджиками и турки, последние два народа спасались от войны и погромов.

По данным переписи в 1990ые годы прирост народов Закавказья составил более 1 миллиона человек. Причина увеличения численности - миграция.

В 2000 годы основные потоки приходились Среднюю Азию, и были представлены киргизами, узбеками и опять таджиками, но уже в качестве трудовых мигрантов. Данный показатель составил более 300 тысяч человек.

Народы Северного Кавказа продемонстрировали слишком высокий прирост. За 1979-1988 гг. численность чеченцев выросла на 26, 2 %, а за 1989-2002 гг. - на 51, 3 %, несмотря на 2 чеченские войны. За эти же периоды численность ингушей увеличилась на 29, 6 % и на 92 %, аварцев на 24, 1 и 49,

7 % соответственно. Сравнительно медленный рост по кавказским меркам показали черкесы, осетины, карачаевцы.

Объяснить рост численности народов Северного Кавказа внешней миграцией невозможно. Массового миграционного прироста этих народов в 1990-х гг. не наблюдалось, да и миграционный потенциал был практически исчерпан к 1989 году. С 1989 по 1993 гг. прирост населения Чечено-Ингушской республики за счет миграции из других республик СССР составил 8 тыс. человек. В связи с этим, был поднят вопрос о корректности счета населения в этих субъектах России.

Выводы:

1) Сокращение численности наблюдалось у тех народов, для которых была характерна и естественная убыль, и миграционный отток - немцы, евреи, прибалтийцы

2) Значительно уменьшилось число народов, для которых была характерна смена идентичности в пользу русских "государствообразующего" этноса. К этим народам можно отнести украинцев, белорусов, некоторые народы Поволжья.

3) Увеличение численности наблюдалось у таджиков, народов Закавказья, осетин за счет относительно "молодой" возрастной структуры, а также в результате положительного миграционного прироста.

4) Имела место не учитываемая текущим учетом иммиграция, что в свою очередь отразилось на динамике численности населения страны и ее этнического состава. Недоучтенный статистикой миграционный прирост населения примерно на 50 % состоял из русских (зафиксированный прирост составил 81 %), приблизительно 30 % приходится на народы Закавказья (зафиксировано-13 %) Можно сделать вывод, что миграционный приток в РФ по переписи отличается от текущего учета.

5) Интенсивный рост северокавказских народов за данный межпереписной период можно объяснить некорректностью подсчета в ходе переписи 2002 года. В этом случае приходится говорить о двойном учете.

В 2000-е годы прирост киргизов, узбеков и таджиков составил более 300 тысяч человек.

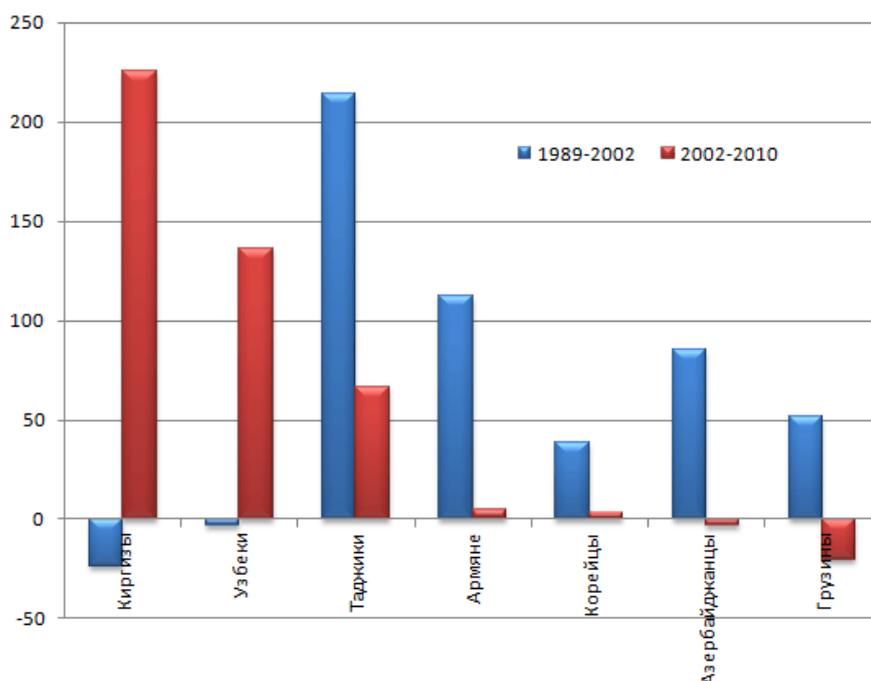


Диаграмма 2.1. Прирост и убыль мигрантов за межпереписные периоды 1989-2002/ 2002-2010

Проанализировав прогноз по изменению численности населения Росстата, исследование по изменению численности и этнического состава населения России в период с 1989 года по 2010 год, можно прийти к следующим выводам. Численность населения будет сокращаться, начиная с 2025 года, и в большей степени сокращение будет происходить за счет русского населения, на фоне увеличения численности мигрантов, в первую очередь из Средней Азии. Однако в условиях старения населения, низкой рождаемости и будущего сокращения числа трудоспособного населения, внешняя миграция является на сегодняшний день, пожалуй, единственным эффективным способом решить ряд экономических проблем. А для того, чтобы нам самим решать экономические проблемы и вопросы, связанные с численностью трудовых ресурсов, необходимо выполнить ряд задач по улучшению демографической ситуации.

Использованные источники:

1. Ионцев В.А. Международная миграция населения: теория и история изучения. Выпуск 3. М.: Диалог-МГУ, 1999.
2. Этническая Демография: Сборник статей/ Под ред. И. А. Даниловой, О.А.Хараевой. Экономический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова- М.: МАКС Пресс, 2010.
- 3.Топилин А.В. Взаимодействие миграционных и этнических процессов: Учебник/ .: Экон-Информ, 2010
4. Миграция в России. 2000-2012. Хрестоматия в 3 томах. Т. 1. ч. 3/ Под редакцией И.С. Иванова.
- 5.Народы мира историко-этнографический справочник. М.: Советская

энциклопедия, 1988 г

6. Этнос и демография./ По Ред. Бромлея Ю. В.

7. Топилин А.В. Влияние миграции на этнонациональную структуру. / М: Эконом-информ, 2010 г.

*Ильясова Л.Н.
студент 4-го курса
ФГБОУ ВО Башкирский ГАУ
Россия, г. Уфа*

ОСОБЕННОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КРЕДИТОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

Аннотация. В данной статье рассматриваются особенности кредитования сельского хозяйства, а также проводится анализ осуществления государственных программ развития сельского хозяйства с точки зрения улучшения системы кредитования сельского хозяйства в России.

Ключевые слова: сельское хозяйство, инвестиции, кредитование, государственная программа.

В настоящее время условиях рыночной экономики любой сельхозтоваропроизводитель сталкивается с вопросом расширения сферы своей деятельности или улучшения производственного процесса. Для решения указанных вопросов необходимо привлечение инвестиционных ресурсов предприятиями агропромышленного сектора.

Инвестиции в развитие сельскохозяйственного производства возможны как за счет собственных средств, так и привлеченных. Однако в настоящее время существующий уровень инвестиций недостаточен для обеспечения расширенного производства в сельском хозяйстве. У многих хозяйствующих субъектов нет собственных средств для инвестирования, что обусловлено спецификой самого аграрного производства – его низкой рентабельностью и высокими природно-климатическими рисками. Часто сельскохозяйственные производители обеспечены собственными средствами менее чем на 50%, вследствие чего для успешного развития они вынуждены привлекать заемные средства, в том числе ресурсы кредитных организаций.

В соответствии данным Банка России, доля обязательств перед банками в общем объеме обязательств предприятий сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства имеет устойчивый повышательный тренд, и она увеличивается с начала 2013 г. с 47,2% до 78,6 % на конец 2015 г. [2].

Но приобретение кредитов для сельхозпроизводителей ограничено несколькими факторами, такими как:

1. Сложность получения кредита. Большинство кредитных продуктов предназначено для уже действующих сельхозпроизводителей. Например, условием получения кредитов на инвестиционные цели для юридических лиц в ОАО «Россельхозбанк», являются бухгалтерская отчетность на последнюю

отчетную дату с отметкой налоговой инспекции, для индивидуальных предпринимателей – данные о финансовом состоянии и имущественном положении заемщика. Также, одним из условий проектного финансирования является обязательное участие потенциального заемщика в данном проекте в размере не менее 25% от общей суммы инвестиций [1].

Для сельхозтоваропроизводителей зачастую эти требования делаются невыполнимыми, как в силу ограниченной платежеспособности, так и в силу возникновения вопросов, связанных с оформлением необходимой документации.

2. Наличие ограничений со стороны кредитных организаций в выдаче кредитных ресурсов сельскохозяйственным товаропроизводителям. Указанные ограничения обусловлены низкой рентабельностью аграрного сектора, возвышенных рисков неполучения прибыли из-за чего многие кредитные организации в принципе не рассматривают сельскохозяйственные организации в качестве потенциальных заемщиков.

3. Слабое развитие банковской инфраструктуры в сельской местности. Кредитование сельхозпроизводителей сегодня сосредоточено в двух банках: ОАО «Сбербанк» и ОАО «Россельхозбанк», что говорит о высокой концентрации кредитного портфеля для сельского хозяйства. В настоящее время на них приходится более 80% кредитов, выданных организациям и хозяйствам рассматриваемого сектора экономики [1]. В то же время вследствие территориальной разобщенности сельхозорганизаций одному филиалу кредитной организации приходится обслуживать несколько сельских поселений.

Таким образом, сельское хозяйство является отраслью со слабой инвестиционной привлекательностью вследствие его малой доходности. Поэтому, субъектом, обеспечивающим осуществление инвестиций и стимулирующим их, является государство. Стимулом для роста инвестиционных средств могут стать мероприятия по реализации льгот для инвесторов, упрощению процедур, связанных с инвестированием, компенсации доходов при вложении финансовых средств в аграрный сектор.

Формирование системы кредитования сельского хозяйства в рамках программного метода впервые в России осуществлялось на основе национального проекта «Развитие АПК». Реализации указанного национального проекта помогла привлечь больше средств в развитие сельского хозяйства, в том числе инвестиции в основной капитал.

Так, после окончания реализации национального проекта «Развитие АПК» была введена в действие Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 – 2012 гг., в которой предусмотрены субсидирование процентных ставок по привлеченным кредитам и увеличение уставного капитала ОАО «Россельхозбанк». В результате реализации Государственной программы было отмечено

результативное использование средств, которое обеспечило восстановление сельскохозяйственного производства после засухи 2010 г. и исполнение предусмотренных показателей. Однако некоторые индикаторы остались невыполненными, в том числе показатели, отвечающие за инвестиции в основной капитал: коэффициент обновления основных видов сельскохозяйственной техники в сельскохозяйственных организациях и приобретение техники сельскохозяйственными организациями. Кроме того:

– суммы выданных кредитных ресурсов не полностью принадлежали сельхозпроизводителям: удельный вес сельскохозяйственных организаций в краткосрочных кредитах, принятых к субсидированию, составлял около 50% [1]. Остальные 50% уходили в основном к переработчикам сельхозпродукции;

– увеличение бюджетных средств на кредитование в большинстве случаев направлялось даже не на простое воспроизводство основного капитала в сельском хозяйстве, а в лучшем случае на пополнение оборотных средств или на перекредитование.

В настоящее время действует Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 – 2020 гг., в которой предусмотрены новые и усовершенствованы существующие механизмы по внедрению эффективного кредитования сельского хозяйства. Однако в целях совершенствования соглашений кредитования сельхозтоваропроизводителей необходим систематический мониторинг реализации данной программы и своевременное внесение необходимых изменений в разработку указанных отношений.

Использованные источники:

1. Редчикова, Н.А., Сардбагышева, А.Э. Кредитование сельхозпроизводителей в современных условиях: российская практика [Текст] /Н.А. Редчикова, А.Э. Сардбагышева. //Вестник Томского государственного университета. – 2012. – №3 (19). – С. 68 – 79.
2. Российский статистический ежегодник – 2014 г. [Электронный ресурс] // Росстат. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b13_13 /IssWWW.exe/Stg/d4/23 – 08.htm (дата обращения: 17.05.2016).

Исакова Т.А.

студент магистратуры 1 курса

направление подготовки «Экономика»

Рязанский государственный радиотехнический университет

Россия, г. Рязань

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛИЗАЦИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Данная статья посвящена анализу понятия конкурентоспособности предприятия. Актуальность статьи заключается в важности повышения конкурентоспособности предприятия и поиска конкурентных преимуществ

в условиях кризиса. Мною были рассмотрены различные трактовки данного понятия, описана взаимосвязь конкурентных преимуществ предприятия и его конкурентоспособности. Также в данной статье были выявлены основные признаки конкурентоспособной компании.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества, эффективность функционирования, конкурент, сфера деятельности.

This article analyzes the concept of competitiveness of the enterprise. The relevance of the article is the importance of increasing the competitiveness of enterprises and the search for competitive advantage in crisis conditions. I have considered various interpretations of this concept, describes the relationship between the competitive advantage of the enterprise and its competitiveness, identified the main competitive characteristics of the company. Key words: competitiveness, competitive advantages, efficiency of operation, competitor activity field.

Конкурентоспособность - это способность определённого объекта или субъекта отвечать запросам заинтересованных лиц в сравнении с другими аналогичными субъектами и/или объектами. Объектами могут быть товары, предприятия, отрасли, регионы (страны, области, районы). Субъектами могут выступать потребители, производители, государство, инвесторы.

Исследованием понятия «конкурентоспособность» занималось множество отечественных и зарубежных авторов, поэтому его трактовки различны. Особое внимание необходимо уделить тому, как соотносятся между собой конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность продукции.

Развитие содержательной базы понятия «конкурентоспособность» сильно сходится с эволюцией взглядов на конкуренцию, что особенно видно в результате изучения работ позднего периода XIX–XX вв. Рассмотрим некоторые из них.

Э. Чемберлин и Дж. Робинсон в своих работах полагали, что конкурентоспособность это не только умение бороться с конкурентами, но и обходить конфликт с ними с помощью создания новых рынков дифференцированной продукции.[12],[7] Й. Шумпетер и П. Ромер утверждали, что конкурентоспособность компании можно идентифицировать как умение создавать новые технологии, новые рынки и идеи.[14]

О. Уильямсон в своих трудах в качестве определяющей основы конкурентоспособности выделял низкие издержки на производство товаров, получаемые из-за применения более эффективной модели производства при одинаковых с конкурентами ценами.[9] Г. Хемел и К. Прахад в качестве конкурентоспособности указывали возможность прогнозирования положения на рынке в будущем, опираясь на опыт, навыки и интеллектуальное лидерство.[11] Т. Конно в своих работах определял конкурентоспособность предприятия как набор характеристик, содержащих: захваченную компанией

долю рынка, навыки предприятия к производству, сбыту и развитию, способность высшего звена руководства к реализации заданной цели.[3]

М. Портер определял ее так: «Конкурентоспособность обусловлена скорее эффективностью, с которой фирмы на местах используют мощности для производства товаров и услуг» .[6]

Среди огромного числа отечественных ученых, занимающихся вопросами конкурентоспособности хотелось бы отметить следующих.

Баринов А.В. считает, что конкурентоспособность предприятия складывается из конкурентоспособности его составляющих и их слаженности для достижения цели.[15] Захаров В. Я. И Блинов А.О. под конкурентоспособностью подразумевают способность создавать некое превосходство над соперниками, которое помогает достичь установленные цели.[16]

С другой стороны, Калашникова Л.М. под конкурентоспособностью организации понимает целостное понятие, обусловленное системой и качеством менеджмента, качеством товара, разнообразием ассортимента, необходимого социуму, оптимальным финансовым состоянием, потенциалом к инновациям, эффективным расходованием ресурсов, качественной работой с кадрами, уровнем системы товародвижения и сервиса, статусом компании.[17] Селезнев А. в своих работах полагает, что конкурентоспособность - это обусловленное различными факторами внешней среды состояние и положение производителя на внутреннем и внешнем рынках, характеризуемое показателями, которые четко отражают данное состояние и его динамику.

По мнению Старовойтова М.К. и Фомина Б.Ф., конкурентоспособность - это определенный уровень компании, который считается мерой доверия к услугам предприятия на фондовом, финансовом и трудовом рынках. Одним из основных факторов данной меры считаются стоимость компании, уровень оснащенности рабочих мест, система менеджмента, управленческие технологии, человеческие ресурсы, стратегический маркетинг, политика в области инвестиций и инноваций.[8] Петров В. Считает, что конкурентоспособность - это некое внутреннее качество субъекта отношений на рынке, определяемое в процессе конкурентной борьбы и помогающее занять свою позицию в рыночном хозяйстве капиталистического типа для расширения воспроизводства, что подразумевает покрытие всех затрат и достижение прибыли от производства.

Фатхутдинов Р.А. считает, что конкурентоспособность – это свойство объекта, отражающее степень настоящего и потенциального удовлетворения им определенной потребности по сравнению с похожими объектами, присутствующими на этом рынке.[10]

По мнению Данилова И.П., для определения сущности термина «конкурентоспособность» необходимо рассмотрение этого понятия с разных сторон: экономической, как базы существования; рыночной, как конкуренция

на рынке; философской, как основной силы развития социума; юридической, как подтверждающей соответствие обществу; социальной, как соответствующей правилам социального развития компании, страны; психологической, как подтверждающей соответствие ожиданиям.[1] Конкурентоспособность, по мнению Долинской М.Г. и Соловьева И.А., рассматривается как комплексный термин, определяющий соответствие продукта условиям рынка, определенным требованиям клиентов не только по качественным, техническим, экономическим, эстетическим показателям, но и по коммерческим и другим условиям ее реализации.[2]

Фасхиев Х.А. полагает, что конкурентоспособность компании – это настоящая и будущая возможность фирмы разрабатывать, производить, реализовывать и обслуживать в определенных сегментах рынка конкурентоспособные изделия.[18] Миронов М.Г. аналогично считает, что конкурентоспособность фирмы заключается в умении эффективно производить и сбывать товары по цене не выше, чем у любых иных компаний в своем сегменте.[4]

Анализ большого количества трактовок термина конкурентоспособность предприятия позволил сделать вывод о многогранности и неоднозначности данного понятия.

Все многообразие трактовок можно, на наш взгляд, разделить на три группы:

1. Трактовок, основывающиеся на учете факторов внутренней и внешней среды
2. Трактовок, основывающиеся на товарной составляющей конкурентоспособности
3. Трактовок, основывающиеся на рыночной позиции предприятия, рыночной доли.

Как уже говорилось, понятия конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия различны, соответственно отличаются и факторы их определяющие. Но в тоже время представляют собой диалектическое единство, неразрывно связаны между собой, как часть и целое.

Таким образом, стоит отметить, что конкурентоспособность продукции это неотъемлемое условие конкурентоспособности всего предприятия в целом. Конечно, фирма не сможет конкурировать на рынке без качественного продукта, но под конкурентоспособностью всего предприятия понимается способность концентрировать свои усилия и возможности в такой сфере производства продукции, где фирма сможет стать лидером.

В современной теории управления принято выделять четыре уровня или стадии конкурентоспособности. Каждому из них соответствуют свои подходы к организации управления и маркетинга.

При первом уровне конкурентоспособности компании менеджеры фирм рассматривают фактор управления в качестве внутренне нейтрального. Они

полагают, что если постоянный менеджмент на предприятии был уже утвержден, то теперь управление на конкурентоспособность уже не оказывает воздействия. Основная задача таких компаний - производство товаров без новизны, не думая ни о каких-либо уловках для привлечения клиентов.

Фирмы второго уровня конкурентоспособности хотят преобразовать свои производственные и управленческие системы во "внешне нейтральные". Это означает, что данные компании обязаны полностью соответствовать стандартам, установленным их главными соперниками на определенном рынке. Они стараются создать у себя то, что умеют ведущие компании: пытаются полностью перенять технические навыки, технологии, способы организации производства у главных фирм отрасли, покупать сырье и материалы, полуфабрикаты и комплектующие.

В компаниях третьего уровня конкурентоспособности в центр внимания выделяются нужды и требования клиента, популярна концепция маркетинга, ориентированного на клиента, а менеджмент начинает активно помогать развитию систем производства.

Компании, достигшие четвертого уровня конкурентоспособности, оказываются впереди конкурентов на многие годы. Они не только не стремятся перенимать опыт других компаний отрасли и готовы превзойти самые жесткие стандарты. Однако, конкурентоспособность является результатом, фиксирующим конкурентные преимущества предприятия.

Под конкурентным преимуществом понимается система, характеризующаяся определенной эксклюзивной ценностью, дающей ей преимущество над соперниками в экономической, технической и организационной сферах деятельности.

Конкурентные преимущества могут классифицироваться по различным признакам. Они могут формироваться в различных сферах: экономической, социально-политической, технологической, культурной.

Оценочной базой для конкурентных преимуществ считаются цели предприятия и связанные с ними задачи, которые способно реализовывать предприятие, учитывая существующие условия внешней среды и определенное качество их выполнения. Предприятие для достижения поставленных целей и укрепления своей позиции на рынке должно формировать конкурентные преимущества быстрее, чем конкуренты.

Также, рассмотрев точки зрения отечественных и зарубежных авторов на понятие конкурентоспособности и сделав некоторые выводы, можно сформулировать основные признаки конкурентоспособного предприятия, имеющего определенный набор конкурентных преимуществ:

- предприятие конкурентоспособно на конкретном сегменте рынка;
- предприятие предоставляет своим потребителям конкурентоспособную продукцию;
- это предприятие, которое эффективно функционирует (эффективно использует свои факторы производства);

- предприятие, которое не останавливается в своем развитии, а постоянно занимается поиском конкурентных преимуществ.

Использованные источники:

1. Данилов И.П. Проблемы конкурентоспособности электротехнической продукции / И.П. Данилов. – М.: Пресс-сервис, 1997. – 129 с.
 2. Долинская М.Г. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции / М.Г. Долинская, И.А. Соловьев. – М.: Экономика, 1999. – 43 с.
 3. Конно, Т. Управление конкурентоспособностью предприятия / Т.Конно. – М. : Новое знание, 2004. – 56 с.
 4. Константинова И.В. Управление конкурентоспособностью как основа экономического развития предприятий машиностроительного комплекса(на примере Рязанского региона): Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук/Рязанский государственный радиотехнический университет. Рязань, 2001.
 5. Миронов, М.Г. Ваша конкурентоспособность / М.Г. Миронов. – М. :Альфа-Пресс, 2014. – 160 с.
 6. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер ; Пер. с англ. — 4-е изд. — М.: Альпина Паблицер, 2011. — 453 с.
 7. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. - М.: Экономика, 2006. - 390 с.
 8. Старовойтов М.К. Практический инструментарий организации управления промышленным предприятием : монография / М.К. Старовойтов, Б.Ф. Фомин. – М.: Высшая школа, 2002. – 294 с.
 9. Уильямсон О. Экономические институты капитализма. СПб: Лениздат, SEV Press, 1996.
 10. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 312 с.
 11. Хэмел Г. Революция в бизнесе / Г. Хэмел, К. К. Прахалад. - М.: ЗАО Олимп-Бизнес, 2007. – 296 с.
 12. Чемберлин Э.Теория монополистической конкуренции. М.: Экономика, 1996, - 9 с.
 13. Шараев Ю.В. Теория экономического роста. М.: ГУ ВШЭ, 2006. — 254 с.
 14. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Директмедиа Паблицинг, 2008. - 401 с.
- Статьи в периодических изданиях
15. Баринов А.В. Развитие организации в конкурентной борьбе / А.В. Баринов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 6. – С. 3–13.
 16. Блинов А.О. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности /А.О. Блинов, В.Я. Захаров // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С. 20–24.
 17. Калашникова, Л.М. Конкурентоспособность предприятия и их продукции /Л.М. Калашникова // Машиностроитель. – 2003. – № 11. – С. 15–18.

18. Фасхиев Х.А. Анализ методов оценки качества и конкурентоспособности грузовых автомобилей / Х.А. Фасхиев // Методы менеджмента качества. – 2001. – № 3. – С. 24–29.

*Исмиляева Э.С.
студент 3 курса
специальность «Экономическая безопасность»
Югорского государственного университета
Россия, г. Ханты-Мансийск*

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ФИСКАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье рассматривается и анализируется факторы, влияющие на фискальный эффект налога на прибыль в Российской Федерации. Анализируются социально-экономические показатели в разрезе федеральных округов за 2012 – 2014 гг.

Ключевые слова: налог на прибыль, валовой внутренний продукт, уровень годовой инфляции, оборот розничной торговли, сальдированный финансовый результат, инвестиции в основной капитал, внешнеторговый оборот.

*Ismilyaeva ES
student
3 course, specialty "Economic Security"
Ugra State University
Russia, Khanty-Mansiysk*

ANALYSIS OF THE FACTORS INFLUENCING THE FISCAL IMPACT OF INCOME TAX IN THE RUSSIAN FEDERATION

The article considers and analyses the factors influencing the fiscal impact of income tax in the Russian Federation. Analyzed socio-economic indicators broken down by Federal districts in 2012 – 2014.

Keywords: income tax, gross domestic product, annual inflation rate, retail trade turnover, net financial result, investments in fixed capital foreign trade turnover.

Налог на прибыль - один из самых значительных элементов в общей структуре расходов организации, поэтому любое изменение налогового законодательства в части налогообложения прибыли оказывает серьезное влияние на деятельность хозяйствующего субъекта. В связи с этим стимулирующий потенциал налога на прибыль огромен и многие экономисты убеждены, что активизация его регулирующей функции должна быть одной из приоритетных задач экономической политики в ближайшие годы. С другой стороны, налог на прибыль является одной из наиболее доходных статей бюджетной системы Российской Федерации и обеспечивает государству возможность полноценного финансирования его основных функций. [1]

Налог на прибыль принадлежит существенная роль в формировании

доходной части государственного бюджета, так как он обеспечивает пятую часть поступлений. На объём поступлений налога на прибыль влияет такие социально-экономические показатели, как валовой внутренний продукт, уровень годовой инфляции, оборот розничной торговли, сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) в экономике, инвестиции в основной капитал, внешнеторговый оборот, в том числе экспорт и импорт.

В 2014 году российская экономика оказалась не в простых условиях, на нее оказывали давление различные негативные факторы. Темпы роста ВВП оказались минимальными с 2009 года. Индекс объема ВВП относительно 2013 года составил 107,8%. Геополитическая напряженность, санкции, падение цен на нефть, девальвация рубля, снижение инвестиций – вот неполный перечень факторов, которые оказывали давление на российскую экономику в течение 2014 года. И это не могло не найти отражения в ключевых показателях экономического развития РФ.

Таблица 1 – Социально-экономические показатели за 2012-2014 гг.

Социально-экономические показатели	2012	2013	2014
Валовой внутренний продукт, млрд. руб.	62176	66190	71406
Уровень годовой инфляции, %	6,58	6,45	11,36
Оборот розничной торговли, млн. руб.	21394526	23685914	26356237
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) в экономике, млн. руб.	7824538	6853753	4346793
Инвестиции в основной капитал, млн. руб.	12586090	13450238	13557515
Внешнеторговый оборот, млрд. долл. США	863,2	864,6	805,8
в том числе:			
экспорт	527,4	523,3	497,8
импорт	335,8	341,3	308,0

По итогам года официальная инфляция превысила 11%, что стало рекордным показателем с 2007г. На фоне общего ухудшения инвестиционного климата РФ продолжает падать прирост объема инвестиций.

Внешнеторговые показатели показали негативную динамику – и экспорт, и импорт сократились. Экспорт за счет снижения выручки от продажи нефти и газа, а импорт – за счет запрета на ввоз продовольствия из целого ряда стран, поддержавших антироссийские санкции. Но сальдо торгового баланса осталось положительным и чуть выше значений 2013 года.

В течение года цены на нефть сократились почти вдвое и обновили свой четырехлетний минимум. Ключевыми факторами их снижения стали резкий рост добычи в США и решение стран ОПЕК сохранить квоты на добычу нефти

без изменения.

Доходы населения в 2014 году также снизились. Со снижением покупательной способности жителей России сократилась и динамика оборота розничной торговли. Хотя замедление в этом секторе наблюдалось и годом ранее. И если бы не покупательный бум конца года, спровоцированный ожиданием роста цен, то итоговый результат мог быть значительно хуже.

Одним из немногочисленных положительных моментов 2014 года стал рост промышленного производства. После введения рядом стран санкций против России, отечественным компаниям пришлось искать внутренние ресурсы для обеспечения собственного производства, что и дало толчок производству в ряде секторов. Введенное в качестве контрсанкций продуктивное эмбарго дало определенную поддержку российскому агропромышленному сектору. [2]

Рассмотрим показатели социально-экономического развития экономики Российской Федерации в разрезе федеральных округов за 2012 - 2014 гг.

Таблица 2 – Оборот розничной торговли в Российской Федерации в разрезе федеральных округов за 2012-2014 гг.

Федеральные округа	2012		2013			2014		
	Млн. руб.	Уд. вес, %	Млн. руб.	Уд. Вес, %	Темп роста, %	Млн. руб.	Уд. Вес, %	Темп роста, %
Российская Федерация	21394525	100	23685914	100	110,7	26172386	100	110,5
Центральный	7287582	34,1	8036407	33,9	110,3	9016551	34,5	112,2
Северо-Западный	1967542	9,2	2147205	9,1	109,1	2383450	9,1	111
Южный	1919622	9	2134592	9	111,2	2405182	9,2	112,7
Северо-Кавказский	1091749	5,1	1209370	5,1	110,8	1340344	5,1	110,8
Приволжский	3913676	18,3	4377961	18,5	111,9	4851274	18,5	110,8
Уральский	2065036	9,7	2302653	9,7	111,5	2435413	9,3	105,8
Сибирский	2330901	10,9	2555024	10,8	109,6	2696933	10,3	105,6
Дальневосточный	818417	3,8	922702	3,9	112,7	1043239	4	113,1

Абсолютный объём оборота розничной торговли по итогам 2014 года вырос на 11%, сохранив тенденцию предыдущего года. В число федеральных округов с оборотом розничной торговли выше 2 трлн. руб. в 2013-2014 году входит 6 федеральных округов против 4 в 2012 году.

Федеральные округа – лидеры – Центральный и Приволжский федеральные округа – сохраняют свои позиции весь исследуемый период. Их доля в общероссийском обороте превышает 50% и составляет более 13,9 трлн. руб. Доля Центрального федерального округа в 2014 году по сравнению с 2013 годом выросла с 33,9% до 34%.

Наименьшие показатели у Дальневосточного и Северо-Кавказского федеральных округов. Их доля в общероссийском обороте составляет всего 9%.

По всем федеральным округам наблюдается увеличение оборота розничной торговли. Прослеживается положительная динамика прироста оборота розничной торговли у Центрального, Северо-Западного, Южного, Дальневосточного федеральных округов. Их значения увеличились на 1,9%, 1,9%, 1,5%, 0,4% соответственно.

Таблица 3 – Сальдированный финансовый результат деятельности организации Российской Федерации в разрезе федеральных округов за 2012-2014 гг.

Федеральные округа	2012	2013		2014	
	Млн. руб.	Млн. руб.	Темп роста, %	Млн. руб.	Темп роста, %
Российская Федерация	7824538	6853753	87,6	4346793	63,4
Центральный	3646515	2900853	79,6	1663899	57,4
Северо-Западный	751694	749973	99,8	312003	41,6
Южный	269959	165107	61,2	-28410	-17,2
Северо-Кавказский	-6612	-6152	93	-18832	-306,1
Приволжский	1046526	939668	89,8	793265	84,4
Уральский	1301157	1549230	119,1	1396121	90,1
Сибирский	626511	446292	71,2	315317	70,7
Дальневосточный	188788	108782	57,6	-36808	-33,8

В 2014 году доля прибыльных предприятий по России в целом составила 71,9%, что на 1,3 % ниже, чем годом ранее по итогам 2014 года. Отрицательная динамика сальдированного финансового результата во всех федеральных округах РФ обусловлена сужением спроса, особенно инвестиционного, замедлением роста оборота розничной торговли.

Абсолютный сальдированный финансовый результат деятельности организаций по итогам 2014 года составил 4,3 млрд. руб., что на 36% меньше, чем в предыдущем году. В число федеральных округов с финансовым результатом выше 500 млрд. руб. в 2014 году входит 3 федеральных округов, в 2013 – 4, а в 2012 – 5 федеральных округов.

Федеральные округа – лидеры – Центральный и Уральский федеральные округа – сохраняют свои позиции весь исследуемый период. Их доля в общероссийском сальдированном финансовом результате превышает 70% и составляет более 3 трлн. руб. Доля Центрального федерального округа в 2014 году по сравнению с 2013 годом снизилась с 42% до 38%.

Отрицательные показатели в 2014 году у Дальневосточного, Южного и Северо-Кавказского федеральных округов. Их доля в общероссийском сальдированном финансовом результате составляет -2%.

Во всех федеральных округах наблюдается значительное снижение

сальдированного финансового результата. Данный показатель снизился на менее 50% у половины федеральных округов.

Наименее существенно снизился финансовый результат в Уральском федеральном округе, у которого темп прироста составил -9,9%. На втором месте Приволжский федеральный округ, темп роста которого составил -15,6%. На третьем месте Сибирский федеральный округ, темп прироста которого -29,3%.

Наиболее существенно (более чем на 50%) снизился сальдированный финансовый результат в Северо-Кавказском, Дальневосточном, Южном федеральных округах.

Таблица 4 – Инвестиции в основной капитал в Российской Федерации в разрезе федеральных округов за 2012-2014 гг.

Федеральные округа	2012		2013			2014		
	Млн. руб.	Уд. вес, %	Млн. руб.	Уд. Вес, %	Темп роста, %	Млн. руб.	Уд. Вес, %	Темп роста, %
Российская Федерация	125688 35	100	1325553 7	100	105,5	13557515	100	102,3
Центральный	268958 7	21,4	3287363	24,8	122,2	3435974	25,3	104,5
Северо-Западный	144919 0	11,5	1198415	9	82,7	1357860	10	113,3
Южный	123220 1	9,8	1428561	10,8	115,9	1277238	9,4	89,4
Северо-Кавказский	397180	3,2	426575	3,2	107,4	516921	3,8	121,2
Приволжский	198065 2	15,8	2228110	16,8	112,5	2355973	17,4	105,7
Уральский	199468 6	15,9	2094007	15,8	105	2322596	17,1	110,9
Сибирский	141660 4	11,3	1377696	10,4	97,3	1440980	10,6	104,6
Дальневосточны й	940142	7,5	814456	6,1	86,6	820142	6	100,7

Инвестиции в основной капитал в Российской Федерации по итогам 2014 года составил 13 трлн. рублей, что на 2,3% выше, чем в предыдущем году. В число федеральных округов с оборотом розничной торговли выше 1 трлн. руб. весь исследуемый период входит 6 федеральных округов.

Первое место по общероссийскому объёму инвестиций в основной капитал является Центральный федеральный округ. Его доля в 2014 году превышает 3 трлн. руб. и составляет 25,3%, по сравнению с 2013 годом выросла на 0,5%.

Второе место занимают Приволжский и Уральский федеральные округа. Их доля в общероссийском объёме инвестиций в 2014 году

превышает 34% и составляет более 4,6 трлн. руб., против 32% и 4,3 трлн. руб. в 2013 году.

Третье место занимают Северо-Западный и Сибирский федеральные округа. Их доля составляет 20,6% и превышает 2,7 трлн. руб.

Наименьшие показатели у Дальневосточного и Северо-Кавказского федеральных округов. Их доля в общероссийском объеме инвестиций в основной капитал составляет всего 9,8%.

По всем федеральным округам по итогам 2014 года наблюдается увеличение оборота объема инвестиций в основной капитал. Прирост более 10% наблюдается у Северо-Западного, Северо-Кавказского и Уральского федеральных округов. Отрицательный прирост наблюдается у Южного федерального округа, который составил -10,6%.

На сегодняшний день темпы и результаты социально-экономического развития России демонстрируют заметное снижение экономического роста. Эскалация конфликта на Украине, введение экономических санкций в отношении России и падение цен на нефть с середины 2014 года нефть (цена российской нефти Urals опустилась на 9,5%) привели к значительному повышению инфляции, снижению темпов ВВП, а также к негативной динамике внешнеторговых показателей.

Использованные источники:

1. Диссертация: Зудина Е. М. Налог на прибыль и его роль в формировании доходной базы бюджетов разных уровней, 2012 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/nalog-na-pribyl-i-ego-rol-v-formirovanii-dokhodnoi-bazy-byudzhetrov-raznykh-urovnei>
2. Рейтинг социально – экономического положение субъектов РФ. Итоги 2014 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://riarating.ru/regions_rankings/20150616/610658917.html

*Исмиханова Э. Ш.
студент 3 курса, 2 гр.*

направление «Менеджмент»

ФГБОУ «Дагестанский государственный университет»

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. В статье рассматриваются современные технологии менеджмента.

Технология - это технические средства и способы их комбинирования и использования для получения конечного продукта, создаваемого организацией. Она является предметом самого пристального внимания со стороны менеджмента. Управление должно решить, какую технологию использовать и как сделать это наиболее эффективно. В последнее время в связи с появлением все более передовых технологий данная задача

менеджмента становится сложной и значимой. Это связано с тем, что ее решение может привести к важным и далеко идущим положительным последствиям для организации, но может также вызвать и негативные процессы во внутренней жизни организации, разрушить ее структуру, лишить работников побуждающих начал к деятельности. Поэтому в современных условиях менеджмент не может рассматривать технологии только с точки зрения повышения производительности и эффективности. Очень важно учитывать то, как новые технологии могут повлиять на климат внутри организации, как они могут подействовать на ее «организм».

Современные технологии менеджмента опираются на стратегии повышения эффективности деятельности предприятия. В основе лежит процессный подход.

В зависимости от целей управления и ключевых показателей эффективности технологии менеджмента можно сгруппировать следующим образом.

Во-первых, это технологии, в основе которых - воздействие на бизнес-процессы предприятия с целью их оптимизации и повышения результативности. К ним относятся: инжиниринг, реинжиниринг, непрерывное совершенствование, концентрированное улучшение (перепроектирование).

Все эти технологии взаимоисключающие. Руководство компанией на основе данных анализа стратегического управления выбирает технологии менеджмента под поставленные цели и разработанные бизнес-процессы.

Инжиниринг сводится к проектированию процессов управления компанией практически с самого нуля. Современный эффективный малый бизнес использует именно эту технологию управления компанией для оперативного вывода предприятия на рынок с целью завоевания рыночной ниши и увеличения количества клиентов.

Для компании, уже завоевавшей определенные позиции на рынке и стремящейся их удержать или резко повысить свой рейтинг, целесообразно использовать реинжиниринг управления, т.е. качественную перестройку имеющихся бизнес-процессов.

Технология непрерывного совершенствования предполагает повышение результативности функций и процедур бизнес-процессов, устранение их дублирования, эффективное использование уже имеющихся ресурсов без дополнительных затрат. Могут применяться передовые технологии и инновационные методы управления.

Технология концентрированного улучшения направлена на совершенствование определенных бизнес-процессов с целью повышения их отдачи. Оптимизация ряда бизнес-процессов даст снижение издержек и сокращение производственного цикла.

Повышение эффективности управления предприятием достигается также за счет внедрения технологий, напрямую не связанных с оптимизацией

бизнес-процессов. Такие технологии менеджмента оказывают влияние на определенную сферу управления.

Например, бенчмаркинг – сравнение модели управления собственного предприятия с аналогичными в данной рыночной нише.

Опыт компаний, которые применяют бенчмаркинг на практике, не всегда побуждает использовать данную методику. Возникают сомнения, что гиганты бизнеса и представители небольших компаний далеки друг от друга. Бенчмаркинг процессов - это нечто масштабное и далекое от наших реалий. По этой причине руководители предприятий среднего бизнеса не особо жалуют консультантов, которые предлагают использовать чужой опыт для решения насущных проблем. Да и опытные маркетологи, которым известна методика бенчмаркинг, что это и как применять ее на практике, предпочитают работать на крупные компании, а не маленьких предприятиях. Кроме того, этот метод предполагает двусторонний обмен информацией и опытом. То есть чтобы получить, нужно отдать. Но, несмотря на это, перенимать опыт конкурентов или зарубежных партнеров можно и даже нужно.

ФСА – метод функционально-стоимостного анализа позволяет минимизировать затраты, сохраняя при этом ключевые показатели достижения цели.

Функционально-стоимостной анализ – это возможность усовершенствовать свой бизнес и увеличить прибыль в несколько раз. Дело в том, что значение метода в понимании, какие отрасли работы предприятия являются самыми затратными и есть ли смысл у этих затрат. Наглядность метода превосходит все остальные анализы в несколько раз; результаты его выражаются в виде схемы, которую можно продемонстрировать на собраниях актива предприятия. В этом главное достоинство подобного анализа работы предприятия. Метод функционально-стоимостного анализа используют самые прибыльные и перспективные предприятия, и это еще раз подтверждает его значимость и успешность. В первую очередь, функционально-стоимостной анализ проводится, главным образом, для того, чтобы найти слабые места в организации работы предприятия. Однако задачу перед этим анализом ставят более глобальную: данный метод должен способствовать улучшению качества продукции предприятия. Это необходимо, в первую очередь, потребителям. А вторая задача – максимальное снижение затрат предприятия на производство этой самой продукции, в чем больше заинтересована сама организация. Однако решение второй задачи не помешает и потребителю: дело в том, что если снизится затратность на производстве, то и конечный продукт будет стоить дешевле. А это значит, что он будет доступен широким массам, и вследствие этого легко продаваем. Функционально- стоимостной анализ способствует не только снижению стоимости, но и увеличению рынка сбыта, что, естественно, положительно отразится на процветании предприятия. Кстати, этот метод

анализа впервые был изобретен конструктором Соболевым, а теперь его успешно используют предприятия во всем мире.

Технология, базирующаяся на всеобщем управлении качеством, позволяет поддерживать и повышать степень удовлетворения потребностей клиентов за счет требуемого уровня качества продукции и услуг. Аналогичных целей помогает добиться управление качеством в соответствии с системой менеджмента качества ИСО.

Технологии менеджмента могут пониматься и как информационные технологии. В этом ключе наиболее широко используется технология непрерывного развития и поддержки жизненного цикла продукции или услуги (CALS-технология). Как правило, на уровне управления всем предприятием это считается глобальной стратегией повышения эффективности бизнес-процессов с использованием автоматизированных систем, интегрированных в единое информационное пространство.

Определение целей деятельности фирмы на ближайшую и дальнюю перспективы - это главное в менеджменте. Управление путем постановки целей осуществляется с учетом оценки потенциальных возможностей фирмы и ее обеспеченности соответствующими ресурсами. Различают цели общие и специфические. Общие цели отражают концепцию развития фирмы в целом, специфические разрабатываются в рамках общих целей по основным видам деятельности фирмы.

Рациональное использование материальных и трудовых ресурсов предполагает достижение целей при минимуме затрат и максимуме эффективности, что осуществляется в процессе управления, когда группа сотрудничающих людей (работников фирмы) направляет свои действия на достижение общих целей на основе соответствующей мотивации их труда.

Менеджмент имеет свой собственный экономический механизм, который направлен на решение конкретных проблем взаимодействия в реализации социально-экономических, технологических, социально-психологических задач, возникающих в процессе хозяйственной деятельности. Экономический механизм менеджмента объективно обусловлен осуществлением хозяйственной деятельности фирмы в рыночных условиях, когда результаты управленческой и хозяйственной деятельности получают оценку на рынке в процессе обмена.

Экономический механизм менеджмента состоит из трех блоков: внутрифирменное управление; управление производством; управление персоналом

Истратий Е.В.
студент группы МН-13-1:
Смирнов Т.А., к.ф.н.
доцент
ФГБОУ ВО НГИИ
Россия, г. Норильск

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

Ключевые слова: межкультурная деловая коммуникация, организационная культура, деловой этикет, национально-психологические особенности, международные отношения.

Аннотация: в работе исследуются международные деловые коммуникации, их значимость для фирмы. Определяется влияние национальной культуры на организацию. Рассматриваются особенности делового этикета в разных странах и выявляется необходимость изучения менеджерами фирмы этих особенностей и правил для успешного ведения международной деятельности.

Keywords: intercultural business communication, organizational culture, business etiquette, the national psychological features, international relations.

Annotation: This paper investigates the international business communication, their importance for the company. Determined by the influence of national culture in the organization. The peculiarities of business etiquette in different countries and reveals the need to explore these features of the company managers and the rules for successful international activities.

Каждый народ имеет свою национальную культуру, ее неповторимость и оригинальность проявляются как в духовной, так и в материальной сферах жизни и деятельности. Культурные, психологические, национальные особенности народа не могут не сказываться на его деловой культуре, не могут не влиять на культуру общения и взаимодействия. Различия культур могут быть весьма существенными и касаться языка, правил этикета, стереотипов поведения, использования определенных средств общения. **Проблема:** взаимодействие с иностранными партнерами - это всегда столкновение различных национальных культур. Именно из-за отсутствия понимания этого при контактах представителей разных стран происходят недоразумения, а иногда и конфликты.

Цель работы – раскрыть значимость национального делового этикета в построении устойчивых международных деловых отношений. *Методы исследования:* анализ, дедукция, метод обобщения, сравнение, синтез.

Межкультурная деловая коммуникация — сложный процесс установления, поддержания и развития контакта между людьми разных национальностей в профессиональной сфере. Участники данного процесса ориентированы на достижение цели. Регламентированность (ограничения по ряду национальных и культурных традиций и этических принципов) – одна из специфических особенностей делового общения[5]. Речь, язык, манера

поведения, основные ценности, устойчивые нормы, принципы жизни и деятельности организации - все это отражает культуру организации и отличает одну организацию от другой [7]. На рис. 1 показано соотношение и взаимовлияние культур различных уровней[3]:

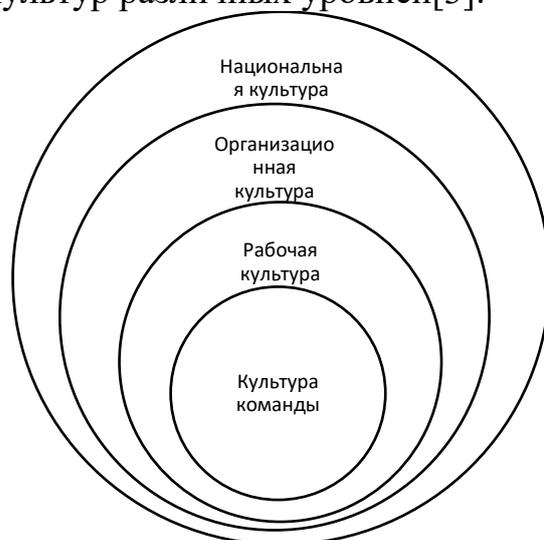


Рис.1 Соотношение и взаимовлияние культур различных уровней

В конечном счете, влияние национальных культур и субкультур можно проследить по различным параметрам[9]:

Отношение ко времени. Время может рассматриваться как ограниченный ресурс в США, Западной Европе, Англии или неограниченный ресурс на Ближнем Востоке, в Африке. Отсюда — различное отношение к опозданиям в этих странах. **Индивидуализм и коллективизм.** Культуры традиционно делятся на коллективистские или индивидуалистские по господствующим системам ценностей. Для Японии типична коллективистская ориентация: восприятие человека как части группы. В то же время для большинства западных стран характерны независимость личности, стимулирование личных достижений, самовыражения. **Значение формальных процедур.** В некоторых национальных культурах обязательно соблюдение всех формальных процедур, большое значение придается бумагам, печатям и т.п. - в Корее, России, Германии. Очевидно, что организационные культуры в этих странах будут отличаться по степени формализованности и доверия к партнерам. **Организация деловых встреч.** Ведение переговоров в различных национальных культурах имеет разный характер. Если на Ближнем Востоке не принято сразу переходить к делу, и переговорам обычно предшествует достаточно долгий разговор о семье, погоде, политике, то бизнесмены в США невысокого мнения о церемониях, многословии и формальностях. Англичане научили мир, как корректно вести себя за столом, поэтому они очень серьезно соблюдают эти правила. На представительских мероприятиях в Японии присутствуют только мужчины. Рукопожатия в Японии не приняты, здесь низко кланяются. Совершают 15, 45, 75 и 90 поклонов. **Язык.** Хотя английский все чаще становится языком международного делового общения, тем не менее, в целом ряде стран знание

языка страны может стать большим "плюсом" при коммуникации с партнерами. **Религия.** Иногда учет религиозных особенностей страны чрезвычайно важен, они могут быть одним из доминирующих факторов формирования организационных культур. Религия может влиять на график работы, манера ношения одежды и др.

Организационная культура играет основополагающую роль в установлении эффективной системы коммуникаций и тем самым значительно сокращает издержки, связанные с информацией. В особенности специфику межкультурных деловых коммуникаций должны знать менеджеры организации, так как они являются непосредственными их участниками. Знание национальных особенностей делового общения важно для менеджера по следующим мотивам[1]:

1) в настоящее время многие организации активно взаимодействуют с зарубежными фирмами и компаниями. И в процессе взаимодействия могут возникать проблемы, связанные с тем, что его участники действуют в соответствии с традициями, принятыми в их культуре;

2) опыт зарубежных компаний может быть полезным в других культурах;

3) менеджер может найти работу за границей. Естественно, ему потребуются хотя бы некоторые знания о том, как принято управлять деятельностью людей в данной стране. То же касается и обмена между предприятиями.

В каждой стране и у каждого народа существуют традиции и обычаи общения и этики. Существует две точки зрения на наличие национальных особенностей. Во-первых, каждая нация признает наличие своих особенностей в сфере этики и этикета, отводит национальным особенностям одно из центральных мест в международном общении, в частности на переговорах, составляющих основу общения. Во-вторых, интенсивность делового общения в современном мире приводит к «размыванию» национальных границ, формированию единых норм и правил. Увеличение численности бизнесменов и туристов, которые посещают зарубежные страны, знакомятся с их культурой, приводит к постепенному сближению обычаев, нравов и этикетов народов разных стран[2].

Деловой этикет представляет собой свод правил и норм целесообразного поведения партнеров по совместному делу[8]. Он включает в себя следующие разделы[6]: технологии невербального общения, протокольные вопросы приема делегаций, классификация приемов, деловая одежда, национальные особенности этикета, речевой этикет, сетевой этикет и т.д. Существуют определенные правила делового поведения и общения, которые будут справедливы в любой стране пребывания[4].

Рассмотрим успешное ведение международной деятельности компании, которая уделяет внимание обучению своих работников международному деловому этикету на примере ГМК «Норильский никель».

Группа компаний «Норильский никель» является одной из крупнейших горно-металлургических корпораций в мире и реализует большую часть своей продукции на зарубежных рынках. В связи с этим особое внимание уделяется сотрудничеству с международными неправительственными организациями в целях взаимовыгодного обмена передовым опытом в производственной, экологической, социальной и других сферах деятельности. Производственные подразделения Группы расположены на трех континентах в пяти странах мира — России, Австралии, Ботсване, ЮАР и Финляндии. Так же ГМК «Норильский никель» имеет собственную глобальную сеть представительских и сбытовых офисов в России, Великобритании, Китае, США и Швейцарии. Компания проводит предварительную квалификацию претендентов на поставку товаров и услуг, уделяя особое внимание обучению их деловой этике. Менеджеры ОАО «ГМК «Норильский никель» участвуют в работе ряда международных некоммерческих организаций, таких как Институт никеля (NickelInstitute), Американо-Российский Деловой Совет (U.S. – RussiaBusinessCouncil, USRBC) и т. д. Многолетний опыт взаимодействия с международными организациями обеспечивает успешные результаты проектов различного масштаба и степени сложности[10]. Таким образом, в результате исследования авторы установили закономерность: чем ниже уровень культуры общения и чем ниже проявляется интерес сторон к культуре друг друга, тем серьезнее разногласия, тем меньше вероятность заключения экономических контрактов и тем больше непонимание сторон в потенциальных выгодах.

Установление прочных деловых связей и отношений с зарубежными партнерами обязывает знать и уметь использовать принципы и правила делового этикета различных стран. Потому главное правило любого делового общения с зарубежными партнерами: прежде чем сесть за стол переговоров, следует тщательно изучить историю, культуру, традиции и деловой этикет страны партнера.

Использованные источники:

1. Алесинская Т.В., Дейнека Л.Н., Проклин А.Н., Фоменко Л.В., Татарова А.В. и др.; Менеджмент организации. Учеб. Пособие. Под общей ред. В.Е. Ланкина. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2010. - 304 с.
2. Виртотека. Виртуальная образовательная среда. Особенности межкультурной коммуникации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vos.dviger.com/virtoteka/show/c_1192.html - Загл. с экрана.
3. *Галкина, Т.П. Социология управления: от группы к команде: Учеб. пособие.*- М.: Финансы и статистика, 2009.- 224 с.
4. Глазкова, Н.Н. Психология общения: Учеб. Пособие. - Санкт-Петербург.: «Императорский Александровский лицей», 2014. – 77 с.
5. Мосевнина, С.А. Теория речевых актов в русле межкультурной деловой коммуникации. Статья.

6. Национальные бизнес форумы. Деловой этикет. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbforums.ru/etika/> - Загл. с экрана.
7. Олянич, Д.Б. Теория организации: учебник / Д. Б. Олянич [и др.]. — Ростов н/Д: Феникс, 2008. — 408 с.
8. Подопригора, М.Г. Деловая этика: Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2012. – 116 с.
9. Солоницина, А.А. Профессиональная этика и этикет: Учебное пособие. - Владивосток: ТИДОТ ДВГУ, 2008. - 125 с.
10. Официальный сайт ГМК «Норильский никель». Международное сотрудничество. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nornik.ru/kompaniya/ustojchivoe-razvitie/vzaimodejstvie-s-zainteresovannyimi-storonami/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo> - Загл. с экрана.

Исяняев Р.М.

аспирант

кафедра «Бухгалтерского учета, анализа и аудита»

Саратовский социально-экономический институт (филиал)

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Россия, г. Саратов

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА РИСКОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАГИСТРАЛЬНОГО ТРАНСПОРТА ГАЗА МЕТОДАМИ КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКИ РИСКОВ

Статья посвящена рассмотрению вопроса применения количественных методов оценки инвестиционных рисков. Автором проведен обзор методики применения количественных методов оценки, выделяет преимущества и недостатки каждого метода.

Ключевые слова: инвестиционные риски, количественные методы оценки рисков.

FEATURES OF THE ANALYSIS OF RISKS IN ENTERPRISES GAS TRUNKLINE METHODS OF QUANTITATIVE RISK ASSESSMENT.

The article considers the issue of the application of quantitative methods for assessing investment risks. The author of a review of methods of application of quantitative assessment methods, highlights the advantages and disadvantages of each method.

Keywords: investment risks, the quantitative risk assessment techniques.

При осуществлении оценки инвестиционного риска проектов используют качественный и количественный подходы к оценке рисков.

Методы качественной оценки рисков являются относительно менее сложными нежели методы количественной оценки. Позволяя определить сами риски, описать возможный ущерб, а также выявить меры по снижению либо предотвращению риска, качественная оценка риска не дает

возможности для определения численной величины риска инвестиционного проекта, требующей использование методов математического моделирования, теории вероятности, статистических и иных методов, применяемых при количественной оценке рисков.

Количественный анализ рисков основывается на числовом измерении рисков и проекта в целом и включает в себя следующие основных методов количественной оценки инвестиционных рисков.

1. Метод коэффициента покрытия долга.

Подход применяется для оценки рисков реализуемого проекта, в рамках которого используются привлеченные со стороны средства.

Коэффициент покрытия долга = чистый операционный доход / годовая сумма обслуживания долга

Преимущества:

Показатель позволяет количественно определить уровень безопасности проекта, зависящего от заемного финансирования.

Недостатки:

Данный показатель не отражает риск, относящийся к определенному заемщику и не принимает во внимание специфические риски.

2. Анализ периода окупаемости.

Метод позволяет оценить период времени, когда инвестиционные ресурсы размещены в рискованные инвестиции, позволяет понять инвестору, какое время понадобится для возмещения инвестиционных расходов.

Преимущества:

Метод позволяет оценить оптимальный период времени для входа и выхода из проекта.

Недостатки:

Метод характеризует только время для наиболее безопасного инвестирования средств, не принимая во внимание специфические риски.

3. Метод корректировки нормы дисконта.

В рамках данного метода норма дисконта корректируется за счет приведения будущих денежных потоков к настоящему моменту времени.

Преимущества:

Простота применения, понятность и доступность полученных результатов.

Недостатки:

Не позволяет оценить степень риска. В основе метода лежит предположение о том, что риск возрастает в течении времени с определенным коэффициентом, что, на наш взгляд, не является правильным. В практике реализации инвестиционных проектов встречаются проекты, в которых наибольший риск приходится на первые фазы реализации проекта с планомерным снижением рисков в процессе осуществления проекта. Также

существуют ограничения по моделированию вариантов, так как анализ определяет лишь зависимость критериев от изменения нормы дисконта.

4. метод достоверных эквивалентов (коэффициент достоверности)

Метод основан на подходе, в соответствии с которым за основу для анализа принимают информацию схожего проекта по которому рассчитываются коэффициенты достоверности.

Преимущества:

Принципы осуществления таких проектов могут быть перенесены на осуществление последующих проектов.

Недостатки:

Трудоемкость нахождения показателя на каждой фазе осуществления проекта. Отсутствие возможности оценки вероятностных распределений ключевых индикаторов.

5. анализ чувствительности критериев эффективности (чистый дисконтированный доход (NPV), внутренняя норма доходности (IRR) и др.).

В рамках данного метода анализируется чувствительность проекта к изменению параметров: уровня капитальных вложений и вложений в оборотные средства; влияние рыночных факторов – цены товара и объема продаж; составные себестоимости продукции; период времени, необходимый для строительства и ввода в эксплуатацию основных фондов. Проект с наименьшей чувствительностью ЧДД считается наименее рискованным.

Преимущества:

Легкость проведения в программе Excel для любого объекта, способного меняться.

Недостатки:

Данный вид анализа изучает изменения факторов обособленно, оставляя за рамками исследования взаимосвязи данных факторов.

6. Метод сценариев.

Методика включает в себя осуществление следующих шагов:

1) Выявление вариантов изменения основных стартовых показателей.

2) Для каждого варианта изменений определяется его вероятностная оценка.

3) Для каждого из вариантов находят вероятностное значение критериев чистой приведенной стоимости (либо внутренняя норма доходности, либо индекс прибыльности).

4) Осуществляется анализ вероятностных распределений результатов.

Наименее рискованным признают проект с наименьшими стандартными отклонениями и коэффициентов вариации.

Преимущества:

Метод позволяет определить степень воздействия на эффективность

проекта одновременное изменения всех ключевых переменных проекта. Возможные отклонения находятся с учетом их взаимосвязей (корреляции). В рамках данного вида анализа удастся подробно рассмотреть возможные варианты (сценарии) от пессимистичного до оптимистичного.

Недостатки:

Метод целесообразно применять лишь в случаях ограниченного количества сценариев.

7. Анализ безубыточности.

Основан на расчете уровня, до которого может снизиться валовый доход прежде чем проект начнет приносить убытки.

Преимущества:

Метод дает возможность определить факторы, оказывающие наибольшее влияние на эффективность реализации проекта.

Недостатки:

Применяется лишь в ситуациях оценки отдельных случайным образом распределенных величин.

8. Деревья решений.

В основу метода заложен вероятностный подход. Метод можно визуализировать в виде дерева (либо графа), вершины которого будут отражать ключевые состояния, при которых требуется принятие решения о выборе, а ветви дерева (либо дуги) – возможные события, возможные при возникновении ситуации, формируемой вершиной.

Преимущества:

Эффективны в случаях, когда принимаемое решение во многом обусловлено от ранее принятых решений, таким образом формируются варианты развития событий.

Недостатки:

При применении на практике в качестве ограничителя выступает заложенное в основу метода предположение о том, что у проекта имеется определенное число развития событий.

9. Метод Монте-Карло.

Основан на комбинировании всех возможных изменений переменных. Составляется модель, прогнозирующая будущее развитие событий. Далее отбираются ключевые переменные для проекта, выбираются ограничения возможных значений переменных и размещаются вероятностные веса по границам значений. Далее устанавливаются отношения коррелируемых переменных, после которых делаются имитационные прогнозы: генерирование случайных величин, основанных на выборе допущений. На заключительном этапе проводят статистический анализ результатов.

Преимущества:

Метод дает возможность сформировать математическую модель проекта с неопределенными значениями параметров и получить данные по распределению доходности от реализации проекта на основе вероятностных

распределений параметров проекта и корреляции. Помогает прогнозировать риски проектов с небольшой доходностью. Определяет те участки проекта, которые требуют дополнительного изучения либо являются слабыми участками в проекте.

Недостатки:

Метод основан на сложным расчетах и связан с конечной доходностью от реализации инвестиционного проекта. Неправильное составление модели приведет к некорректным результатам анализа. Необходимо применение специализированного программного продукта.

10. Иммитационное моделирование.

Основан на процессе проведения на ЭВМ экспериментов с математическими моделями сложных систем реального мира. Представляет собой серию численных экспериментов призванных получить эмпирические оценки степени влияния различных факторов (исходных величин) на некоторые зависящие от них результаты (показатели).

Включает в себя следующие этапы:

1. Установить взаимосвязи между исходными и выходными показателями в виде математического уравнения или неравенства.

2. Задать законы распределения вероятностей для ключевых параметров модели.

3. Провести компьютерную имитацию значений ключевых параметров модели.

4. Рассчитать основные характеристики распределений исходных и выходных показателей.

5. Провести анализ полученных результатов и принять решение.

Преимущества:

Высокая эффективность результатов анализа. Менеджеры получают наиболее полную информацию о степени влияния ключевых факторов на ожидаемые результаты и возможные сценария развития событий. Результаты имитационного эксперимента могут быть дополнены статистическим анализом, а также использоваться для построения прогнозных моделей и сценариев.

Недостатки:

Необходимость применения компьютерной техники.

Результаты анализа современных методов количественной оценки рисков показали, что каждый из методов имеет свои сложности и недостатки. В связи с этим возникает необходимость комплексного подхода к оценке рисков, в качестве которого, на наш взгляд, следует применять многофакторный анализ чувствительности, который по своей сути является комплексным и позволяет разработать возможные сценарии и определить вероятность наступления различных сценариев.

Ищенко Е.В.
студент 2 курса

ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»
Россия, г. Ставрополь

ДИНАМИКА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье проводится анализ внешнеэкономических показателей России, а именно импорта, экспорта, внешнеторгового оборота. К тому же рассматриваются товарные структуры стран СНГ и стран дальнего зарубежья. Выполненное исследование позволяет охарактеризовать состояние внешнего рынка Российской Федерации.

The article analyzes the Russian foreign economic indicators, namely the import, export, foreign trade. Also considered commodity structure of the CIS and non-CIS countries. Our study allows to characterize the state of the external market of the Russian Federation.

В развитии национальной экономики немаловажную роль играет внешняя торговля. Это объясняет высокую заинтересованность экономистов и правительства страны в решении вопросов, связанных со сферой внешней торговли, а именно изменения объемов экспорта и импорта.

Анализ данных, приведенных Федеральной Таможенной службой показывает, что в период времени с января по декабрь 2014 года внешнеторговый оборот Российской Федерации составил 782900 млн. долларов США. Следует заметить, что по сравнению с аналогичным периодом времени 2013 года он уменьшился на 7,0%. Внешнеторговый оборот со странами СНГ составил 95600 млн. долларов США, тем временем со странами дальнего зарубежья – 687300 млн. долларов США.[1]

Сальдо торгового баланса в период времени с января по декабрь 2014 года составило 210900 млн. долларов США. При этом увеличилось на 2500 млн. долларов США сальдо в торговле со странами дальнего зарубежья и составило 179400 млн. долларов США. Тем временем, сальдо в торговле со странами - 31500 млн. долларов США, что на 3800 млн. долларов США меньше по сравнению с предыдущим годом.

Экспорт РФ в период с 2013-2014 годов имел тенденцию к снижению. При этом на период с января по декабрь 2014 года составил 496900 млн. долларов США, что на 5,8 % меньше предыдущего года. В январе-декабре 2014 года в общем объеме экспорта на долю стран СНГ приходилось 12,8%, а на долю стран дальнего зарубежья – 87,2%.

Лидирующую позицию среди российских товаров, экспортируемых в страны дальнего зарубежья в период времени с января по декабрь 2014 года, занимают топливно-энергетические товары, объем которых равен 73,3%. Доля металлов и изделий из них в это же время составила 7,9%, а удельный вес экспорта продукции химической промышленности - 5,1%. Что касается машин и оборудования, объем экспорта данного вида продукции равен 3,7%,

это на 0,5 % больше экспорта продовольственных товаров и сырья для их производства. Доля экспортируемых лесоматериалов и целлюлозно-бумажных изделий составила 2,1%.

В январе – декабре 2014 года в товарной структуре экспортируемых товаров в страны СНГ сложилась следующая ситуация: топливно-энергетические товары (43,9%), машины и оборудование (16,3%), продукция химической промышленности (11,1%), металлы и изделия из них (10,3%), продовольственные товары и сырьё для их производства (8,0%).

Ситуация с российским импортом имеет отрицательный характер, так как в 2014 году, по сравнению с 2013 годом, его объем уменьшился на 9,2 %, что составило 286000 млн. долларов США. Так же стоит отметить, что удельный вес импорта на долю стран дальнего зарубежья и стран СНГ на январь-декабрь 2014 года разнится: 88,8% и 11,2% соответственно.

Рассмотрим товарную структуру импорта из стран дальнего зарубежья. Лидирующую позицию занимает импорт машин и оборудования, на долю которого в январе-декабре 2014 года приходилось 50,5%, что на 0,3% меньше по сравнению с предыдущим годом. Иная ситуация сложилась с импортом химической промышленности, доля которого увеличилась на 0,2% по сравнению с предыдущим годом, и в январе-декабре 2014 года составила 16,8%. Удельный вес импорта продовольственных товаров и сырья для их производства за год не изменился и в январе-декабре 2014 года составил 13,4%. Такая же ситуация сложилась с импортом металлов и изделий из них. Оставаясь на том же уровне, как и в предыдущем году, доля импорта данной продукции составила 5,7%

Оценивая товарную структуру импорта из стран СНГ, необходимо отметить, что, как и у стран дальнего зарубежья, импорт машин и оборудования занимает лидирующую позицию, на долю которого приходилось 25,3% в январе-декабре 2014 года, что на 4,7% меньше по сравнению с таким же периодом 2013 года. Доля продовольственных товаров и сырья для их производства по сравнению с предыдущим годом увеличилась на 1,3% и составила 17,5%. Удельный вес импорта такой продукции, как металлы и изделия из них, в январе-декабре 2014 года составил 14,9%, данный показатель в январе-декабре 2013 года был на 0,8% больше. Также по сравнению с 2013 годом увеличился на 1,3% удельный вес импорта продукции химической промышленности и составил в январе-декабре 2014 года 11,8%.

В страновой структуре внешней торговли России на лидирующих позициях находится Европейский Союз, который выступает в роли крупнейшего экономического партнера страны. На долю Европейского Союза в январе-декабре 2014 года приходилось 48,2% российского товарооборота, что на 1,4% меньше, чем в январе-декабре 2013 года. Что касается стран СНГ, то на их долю в январе-декабре 2014 года приходилось 12,2% российского товарооборота, данный показатель уменьшился на 1,2% по сравнению с

январем-декабром 2013 года. На страны Таможенного союза приходилось 6,7% в январе-декабре 2014 года и 6,9% в этом же периоде 2013 года. Страны Евразийского экономического сообщества составляли 7,1% в январе-декабре 2014 года и 7,2% в этом же периоде 2013 года. К тому же на долю стран Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества приходилось 27,0% в январе-декабре 2014 года (в январе-декабре 2013 года - 24,8%).

В группу основных торговых партнеров России в период времени с января по декабрь 2014 года среди стран дальнего зарубежья входят такие страны, как Китай, Нидерланды, Германия, Италия, Турция, Япония, США, Республика Корея, Польша, Соединенное Королевство. Лидирующую позицию среди этих стран занимает Китай, товарооборот с которым составил 88400 млн. долларов.

Анализируя ситуацию с торговыми партнерами России среди стран СНГ в январе-феврале 2014 года, необходимо отметить, что лидирующую тройку составили: Беларусь (торговый оборот – 31,5040 млрд. долларов США, в том числе экспорт – 19,7177 млрд. долларов США, импорт – 11,7863 млрд. долларов США), Украина (торговый оборот – 27,8619 млрд. долларов США, в том числе экспорт – 17,1144 млрд. долларов США, импорт – 10,7475 млрд. долларов США), Казахстан (торговый оборот – 21,0508 млрд. долларов США, в том числе экспорт – 13,8916 млрд. долларов США, импорт – 7,1592 млрд. долларов США) [1].

Проведенный анализ данных позволяет утверждать, что снижение показателей внешней торговли России произошло в связи с политической ситуацией, то есть наложением санкций, как со стороны Европы, так и со стороны России. Несмотря на это ситуация на внешнем рынке России является не столь критичной.

Санкции, которые были введены против России, отрицательно повлияли на торговые отношения с главным партнёром – ЕС. Вследствие этого ЕС уже начал заявлять о возможной отмене части ограничительных мер. Ответная реакция России привела к тому, что Европа теряет огромный рынок, который смогут в краткосрочной перспективе заполнить поставщики из стран Азии и Латинской Америки. Конечно, как дефицита, так и катастрофического снижения поставок той или иной товарной продукции ожидать не следует, рынок быстро перестроится и стабилизируется.

Изменения, которые произошли на рынке сырьевых товаров, носят долгосрочный характер. Другими словами, данная ситуация приводит к выходу цен на более низкий уровень, тем самым осуществляя качественное состояние российского платежного баланса и доходов бюджетной системы [4].

Для положительной тенденции экономического роста в России необходимо проведение комплекса стимулирующих мер, а именно формирование условий для реализации основных элементов новой модели экономического развития. Поэтому необходим выход отечественной

экономики на уровень темпов роста, которые являлись бы не ниже среднемировых. Данный уровень должен базироваться на ускоренном росте частных инвестиций с использованием современных технологических решений. Благоприятствовать этому будут рост объемов и диверсификация экспорта, а также уменьшение доли потребительских товаров и услуг в общем объеме импорта [2].

К тому же необходима активизация ранее не задействованных в полной мере факторов роста экономики России. Итог девальвационного эффекта кризиса - повышение конкурентоспособности предприятий по сравнению с иностранными компаниями. Это способствует активизации замещения импортных товаров, повышению уровня конкурентоспособности при экспорте. В роли основных драйверов этого процесса могут выступить малые и средние компании, которые способны за короткое время перестроиться на выпуск соответствующей продукции. Необходимо реализовать как долгосрочные структурные меры по реформированию экономики, так и краткосрочные меры, которые обеспечивают для бизнеса возможности «быстрого старта», а именно использования полученных конкурентных преимуществ еще до качественного улучшения бизнес-среды и завершения структурной перестройки экономики.

Стоит предположить, что сокращение объемов импортируемых товаров может благотворно повлиять на российскую экономику. В прогнозах на будущее необходимо отметить сокращение объемов импортируемых товаров на 35-45%, при этом снижение объемов экспортируемых товаров будет гораздо меньше. К тому же, положительное сальдо торгового баланса должно послужить поддержкой курсу национальной валюты в условиях сохранения оттока капитала [3].

Использованные источники:

1. Криворотова Н.Ф. Актуальные проблемы макроэкономического регулирования в России / В сборнике: Институциональная трансформация экономики: российский вектор новой индустриализации материалы IV Международной научной конференции в 2 частях. Ответственные редакторы: Е.А. Капогузов, Г.М. Самошилова. Омск, 2015. С. 131-136.
2. Криворотова Н.Ф. Институциональные основы совершенствования механизма управления эффективностью внешнеэкономической деятельности фирмы / Вестник Института дружбы народов Кавказа Теория экономики и управления народным хозяйством. 2015. № 2 (34). С. 6.
3. Криворотова Н.Ф. Тенденции развития сетевых механизмов управления в электронной среде организации / Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2015. № 53. С. 137-139.
4. Криворотова Н.Ф. Современная денежно-кредитная политика и ее роль в формировании национальной рыночной экономики / В сборнике: модернизация экономики и управления II Международная научно-практическая конференция. под общей редакцией В.И. Бережного; Северо-

Ищенко Е.О.

студент

Институт экономики и управления

Ловяникова В.В., к.э.н.

доцент

СКФУ

Россия, г. Ставрополь

ПРОТИВОРЕЧИВЫЕ СТОРОНЫ ПРИВАТИЗАЦИИ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Первоначальный этап приватизации, проходивший в России во время перестройки в период 1991-1994 годов, был опережающим по сравнению с самой концепцией.

Если приватизация должна была привести к эффективному хозяйствованию, то в тот момент это оказалось невозможным, так как происходила ликвидация государственной собственности. Господствующими в тот момент являлись естественные монополии, что привело к усугублению экономической и финансовой ситуации в стране.

Но все же, при появлении эффективных собственников в 1998 году, темпы экономического роста стали увеличиваться, что позволило России выйти из кризиса, открыв при этом новый этап экономической системы, в которую входила и частная собственность.

В 2000 году государство сократило список объектов, подлежащих приватизации, таким образом произошло сохранение стратегически важных предприятий. После чего наблюдалась экономическая стабильность с темпом роста 6-8% вплоть до 2008 года, когда экономический цикл начал сменяться спадом. Государство вновь прибегло к тотальной приватизации, и так, в 2011 году, был разработан план масштабной приватизации государственных активов. Главной целью являлось продажа государственной собственности, имевшей спрос в коммерческом обороте. Таким образом была создана «Концепция управления федерального имущества», которая могла бы помочь государству эффективно продать имущество, а так же найти эффективного собственника. Данная концепция содержит в себе шесть основных моментов:[1]

1. **Определенность.** Государство должно описать объект управления, нормативно определить его цели, которым он служит, а так же сформировать программу по достижению этих целей. Путем достижения данных целей является разработка «дорожных карт», представляющих собой подробный состав мероприятий по переходу государственного предприятия в частную собственность. «Дорожные карты» осуществляются на корпоративном и законодательном уровнях.

2. **Прозрачность.** Целью данного принципа является достоверное

информирование о субъектах и объектах управления, обеспечение бесперебойности управления и контроля, а так же ведение их учета.

3. Обеспечение баланса. Принцип рассчитан на интересы в сфере обеспечения безопасности нации, ответственности общества и интересов в сфере экономики. Перед тем как приватизировать объект государству необходимо учитывать его важность для национальной экономики.

4. Постоянный контроль за выполнением поставленных условий новому собственнику. Данный контроль выполняет Росимущество и федеральные органы государственной власти.

5. Составление проекта, где описываются способы для получения установленного проектного результата.

6. Ответственность. Ответственность по выполнению установленных задач несет новый собственник, а так же все участники этого проекта.

Экономическая эффективность новой приватизационной программы зависит от практической реализации государства. Правительство выдвинула ряд критериев, по которым произойдет дальнейшая реализация плана приватизации.

В период с 2012 по 2015 год Государство не будет прибегать к кардинальным действиям, плавно выполняя установленный план, сокращая постепенно свою роль в российской экономике.

В период с 2016 по 2020 Государство задействует радикальные решения и примет роль «ночного сторожа», то есть исключит свое прямое участие в экономике.

Основные правительственные концепции приватизации в период с 2012 по 2015:[2]

1. Отсрочка создания новых государственных и единых предприятий, основа которых составляет юрисдикция хозяйственного руководства.

2. Сужение количества государственного имущества методом аннулирования широкой группы государственных предприятий в аграрной сфере, строительной и в сфере машиностроения.

3. Реорганизация единых предприятий, основа которых составляет юрисдикция хозяйственного руководства, в связи с их охватом и установкой.

4. Осуществление совокупности средств по увеличению возможного базиса для процесса приватизации в период с 2016 по 2020 год. Предполагая собой модификацию систем по улучшению эффективности важных объектов, ОАО согласно с решением Президента Российской Федерации.

5. Увеличение объединения крупных предприятий со смешанным имуществом. Продажа пакета акций государством величиной до семидесяти процентов плюс одна акция.

6. Продажа государством малых пакетов эмиссионных ценных

бумаг с небольшой стоимостью.

7. Оживление реализации диссонирующих активов крупными предприятиями на тендерных условиях в связи с общепринятыми процедурами.

8. Создание единого справочного пространства сбыта муниципальной собственности, а так же собственности на уровнях региона и федерации.

Что касается второго периода, а это 2016 – 2020, государство будет прибегать к кардинальным действиям, а это: разгосударствление крупных предприятий или уменьшение их роли до уровня блокирующих пакетов, уменьшение государственной роли в государственных институтах развития и специализированных банках за счет придаточного выпуска ценных бумаг, модификация государственных предприятий.

Исходя из этого, можно предположить, что на этапе с 2016 по 2020 год ожидается эффективность приватизации, на основе которой проектируется разгосударствление большей части государственной собственности, исключая активы, служащие для выполнения отраслевых стратегий.

Прогнозируемый список пакетов акций, выставленных на продажу, рассчитанный на 2012 год по настоящее время:[3]

«Роснефть» - блокирующий пакет акций будет составлять 25 % минус одна акция уставного капитала (данный пакет акций блокирует большую часть решений акционеров), «РусГидро» - миноритарный пакет акций составит 7,97 % минус одна акция (акционерный пакет более 5 % дает право на созыв собрания акционеров для решения неотложных вопросов), «Федеральная сетевая компания ЕЭС» - 4,11 % минус одна акция (акции менее 5 % дают возможность запрашивать информацию об интересующих моментах работы предприятия), «Совкомфлот» - контрольный пакет акций 50% минус одна акция (такой пакет акций и более 50 % позволит контролировать деятельность компании), «Сбербанк» - 7,58 % минус одна акция, «БанкВТБ» - 35,5 % минус одна акция, «Росагролизинг» - 50 % минус одна акция, «РЖД» - 25 % минус одна акция, а так же частное и публичное размещение акций компании 2014 – 2016 годах и сохранением за государством квалифицированного контроля, «АЛРОСА» - публичное размещение 7% акций, находящихся в федеральной собственности, и 7% , находящихся в собственности Республики Саха (Якутия) с листингом на Московской бирже), «Роснано» - пакет 10% акций, «Ванинский - морской торговый порт» 55% акций, «Мурманский морской торговый порт» - 25,5%, «Авиакомпания «Сибирь» - 25,5% акций.

В период приватизационной программы были выявлены ряд ошибок такие как незаконная приватизация, ликвидация стратегических объектов России, задействованных в реальной экономике, а так же научно-исследовательских центров. Например, незаконная приватизация Ванинского морского торгового порта[4], приватизация бомбоубежища в Орле в 2014

году, являющимся стратегическим объектом оборонного, защитного значения[5], а так же «Крымгаз», «Крымавтотранс», Ялтинская киностудия, «Крымавтотранс»[6]. И планирующиеся продажа ряда крупных рентабельных компаний таких, как "Роснефть", "Башнефть", "АЛРОС", "Совкомфлот" и ВТБ[7].

При данной программе приватизации государственного имущества российская экономика в первый период времени увеличит государственный бюджет, полагаясь на инициативу новых собственников. Отрицательной стороной приватизационной программы является отсутствие общенациональной идеи, потеря стратегических государственных объектов, неудовлетворительная институциональная среда, риск невыполнения поставленных задач.

Использованные источники:

1. <http://www.gazeta.ru/financial/2012/10/09/4805485.shtml>
2. <http://2020strategy.ru/g15/news/32656265.html>
3. http://www.forteinvest.ru/about/news/pravitelstvo_prinyalo_izmeneniya_v_plan_privatizatsii_goskompaniy_v_tom_chisle_rosnefti/
4. http://www.dp.ru/a/2013/01/29/Mechel_ubedil_pravite/
5. http://abireg.ru/n_52291.html
6. http://www.ng.ru/economics/2014-09-12/1_crimea.html
7. <http://m.realnoevremya.ru/news/24367>

*Ищенко Е.О.
студент*

*Институт экономики и управления
Ловяникова В.В., к.э.н.
доцент
СКФУ*

Россия, г. Ставрополь

ПРОТИВОРЕЧИВЫЕ СТОРОНЫ ПРИВАТИЗАЦИИ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Первоначальный этап приватизации, проходивший в России во время перестройки в период 1991-1994 годов, был опережающим по сравнению с самой концепцией.

Если приватизация должна была привести к эффективному хозяйствованию, то в тот момент это оказалось невозможным, так как происходила ликвидация государственной собственности. Господствующими в тот момент являлись естественные монополии, что привело к усугублению экономической и финансовой ситуации в стране.

Но все же, при появлении эффективных собственников в 1998 году, темпы экономического роста стали увеличиваться, что позволило России выйти из кризиса, открыв при этом новый этап экономической системы, в которую входила и частная собственность.

В 2000 году государство сократило список объектов, подлежащих приватизации, таким образом произошло сохранение стратегически важных предприятий. После чего наблюдалась экономическая стабильность с темпом роста 6-8% вплоть до 2008 года, когда экономический цикл начал сменяться спадом. Государство вновь прибегло к тотальной приватизации, и так, в 2011 году, был разработан план масштабной приватизации государственных активов. Главной целью являлось продажа государственной собственности, имевшей спрос в коммерческом обороте. Таким образом была создана «Концепция управления федерального имущества», которая могла бы помочь государству эффективно продать имущество, а так же найти эффективного собственника. Данная концепция содержит в себе шесть основных моментов:[1]

1. **Определенность.** Государство должно описать объект управления, нормативно определить его цели, которым он служит, а так же сформировать программу по достижению этих целей. Путем достижения данных целей является разработка «дорожных карт», представляющих собой подробный состав мероприятий по переходу государственного предприятия в частную собственность. «Дорожные карты» осуществляются на корпоративном и законодательном уровнях.

2. **Прозрачность.** Целью данного принципа является достоверное информирование о субъектах и объектах управления, обеспечение бесперебойности управления и контроля, а так же ведение их учета.

3. **Обеспечение баланса.** Принцип рассчитан на интересы в сфере обеспечения безопасности нации, ответственности общества и интересов в сфере экономики. Перед тем как приватизировать объект государству необходимо учитывать его важность для национальной экономики.

4. **Постоянный контроль за выполнением поставленных условий новому собственнику.** Данный контроль выполняет Росимущество и федеральные органы государственной власти.

5. **Составление проекта, где описываются способы для получения установленного проектного результата.**

6. **Ответственность.** Ответственность по выполнению установленных задач несет новый собственник, а так же все участники этого проекта.

Экономическая эффективность новой приватизационной программы зависит от практической реализации государства. Правительство выдвинула ряд критериев, по которым произойдет дальнейшая реализация плана приватизации.

В период с 2012 по 2015 год Государство не будет прибегать к кардинальным действиям, плавно выполняя установленный план, сокращая постепенно свою роль в российской экономике.

В период с 2016 по 2020 Государство задействует радикальные решения и примет роль «ночного сторожа», то есть исключит свое прямое участие в

экономике.

Основные правительственные концепции приватизации в период с 2012 по 2015:[2]

1. Отсрочка создания новых государственных и единых предприятий, основа которых составляет юрисдикция хозяйственного руководства.

2. Сужение количества государственного имущества методом аннулирования широкой группы государственных предприятий в аграрной сфере, строительной и в сфере машиностроения.

3. Реорганизация единых предприятий, основа которых составляет юрисдикция хозяйственного руководства, в связи с их охватом и установкой.

4. Осуществление совокупности средств по увеличению возможного базиса для процесса приватизации в период с 2016 по 2020 год. Предполагая собой модификацию систем по улучшению эффективности важных объектов, ОАО согласно с решением Президента Российской Федерации.

5. Увеличение объединения крупных предприятий со смешанным имуществом. Продажа пакета акций государством величиной до семидесяти процентов плюс одна акция.

6. Продажа государством малых пакетов эмиссионных ценных бумаг с небольшой стоимостью.

7. Оживление реализации диссонирующих активов крупными предприятиями на тендерных условиях в связи с общепринятыми процедурами.

8. Создание единого справочного пространства сбыта муниципальной собственности, а так же собственности на уровнях региона и федерации.

Что касается второго периода, а это 2016 – 2020, государство будет прибегать к кардинальным действиям, а это: разгосударствление крупных предприятий или уменьшение их роли до уровня блокирующих пакетов, уменьшение государственной роли в государственных институтах развития и специализированных банках за счет придаточного выпуска ценных бумаг, модификация государственных предприятий.

Исходя из этого, можно предположить, что на этапе с 2016 по 2020 год ожидается эффективность приватизации, на основе которой проектируется разгосударствление большей части государственной собственности, исключая активы, служащие для выполнения отраслевых стратегий.

Прогнозируемый список пакетов акций, выставленных на продажу, рассчитанный на 2012 год по настоящее время:[3]

«Роснефть» - блокирующий пакет акций будет составлять 25 % минус одна акция уставного капитала (данный пакет акций блокирует большую часть решений акционеров), «РусГидро» - миноритарный пакет акций составит 7,97 % минус одна акция (акционерный пакет более 5 % дает право

на созыв собрания акционеров для решения неотложных вопросов), «Федеральная сетевая компания ЕЭС» - 4,11 % минус одна акция (акции менее 5 % дают возможность запрашивать информацию об интересующих моментах работы предприятия), «Совкомфлот» - контрольный пакет акций 50% минус одна акция (такой пакет акций и более 50 % позволит контролировать деятельность компании), «Сбербанк» - 7,58 % минус одна акция, «БанкВТБ» - 35,5 % минус одна акция, «Росагролизинг» - 50 % минус одна акция, «РЖД» - 25 % минус одна акция, а так же частное и публичное размещение акций компании 2014 – 2016 годах и сохранением за государством квалифицированного контроля, «АЛРОСА» - публичное размещение 7% акций, находящихся в федеральной собственности, и 7% , находящихся в собственности Республики Саха (Якутия) с листингом на Московской бирже), «Роснано» - пакет 10% акций, «Ванинский - морской торговый порт» 55% акций, «Мурманский морской торговый порт» - 25,5%, «Авиакомпания «Сибирь» - 25,5% акций.

В период приватизационной программы были выявлены ряд ошибок такие как незаконная приватизация, ликвидация стратегических объектов России, задействованных в реальной экономике, а так же научно-исследовательских центров. Например, незаконная приватизация Ванинского морского торгового порта[4], приватизация бомбоубежища в Орле в 2014 году, являющимся стратегическим объектом оборонного, защитного значения[5] , а так же «Крымгаз», «Крымавтотранс», Ялтинская киностудия, «Крымавтотранс»[6]. И планирующиеся продажа ряда крупных рентабельных компаний таких, как "Роснефть", "Башнефть", "АЛРОС", "Совкомфлот" и ВТБ[7] .

При данной программе приватизации государственного имущества российская экономика в первый период времени увеличит государственный бюджет, полагаясь на инициативу новых собственников. Отрицательной стороной приватизационной программы является отсутствие общенациональной идеи, потеря стратегических государственных объектов, неудовлетворительная институциональная среда, риск невыполнения поставленных задач.

Использованные источники:

1. <http://www.gazeta.ru/financial/2012/10/09/4805485.shtml>
2. <http://2020strategy.ru/g15/news/32656265.html>
3. http://www.fortinvest.ru/about/news/pravitelstvo_prinyalo_izmeneniya_v_pla_n_privatizatsii_goskompaniy_v_tom_chisle_rosnefti/
4. http://www.dp.ru/a/2013/01/29/Mechel_ubedil_pravitels/
5. http://abireg.ru/n_52291.html
6. http://www.ng.ru/economics/2014-09-12/1_crimea.html
7. <http://m.realnoevremya.ru/news/24367>

Кабашова Е.В.
доцент
Валишина Н.Р.
старший преподаватель
Гатиятуллин А.А.
студент 2-го курса
БГАУ
Россия, г.Уфа

ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН

Аннотация: в данной статье анализируются основные показатели, характеризующие демографическую ситуацию в Республике Башкортостан за 2013-2014 годы.

Ключевые слова: население, плотность населения, число родившихся, число умерших, республика Башкортостан, субъект, абсолютный прирост.

Республика Башкортостан является субъектом Российской Федерации. Субъект расположен в южной части Уральских гор, а также граничит с Европой и Азией. Башкортостан входит в Приволжский федеральный округ.

Протяженность территории с севера на юг составляет 550 км, с запада на восток - более 430 км. Размер территории составляет около 550 километров с севера на юг и около 430 километров с запада на восток [2].

Республика Башкортостан занимает 7 место в России по численности населения – 4 млн. 064,3 тысяч человек при плотности населения - 28,3 человека на один квадратный километр территории против 8,3 человек в среднем по России.

Столицей республики является город Уфа, население которого составляет 1 млн. 60 тысяч человек. В Башкортостане 54 административных района, 21 город, 40 поселков городского типа.

Рассмотрим демографические показатели в Республике Башкортостан за 2013-2014 гг. в таблице 1.

Таблица 1 Демографические показатели в Республике Башкортостан

Показатели	2013 г.	2014 г.
Численность населения, чел	4060957	4069698
Численность мужчин, чел	1898851	1907427
Численность женщин, чел	2162106	2162271
Число родившихся, чел	59260	60239
Число умерших, чел	53346	53509
Число прибывших, чел	151321	153173
Число выбывших, чел	148494	157614

По данным таблицы 1 можно сделать вывод, что численность населения

в 2014 году на 8471 человек превышает численность 2013 года. Численность родившихся за данный период увеличилась на 979 человек, что составляет 1,7%. Численность прибывших увеличилась на 1852 человека. Это объясняется тем, что политическая ситуация в Республике Башкортостан стабильная [3].

Показатели динамики численности населения Республики Башкортостан представлены в таблице 2.

Таблица 2 Показатели динамики численности населения

№	Показатели	Расчет	Результат расчета	Единица измерения
1	Абсолютный прирост	4069698-4060957	8741	человек
2	Коэффициент роста	4069698/4060957	1,002	коэффициент
3	Темп роста, %	4069698/4060957*100%	100,2	%
4	Коэффициент прироста	(4069698-4060957)/ 4060957	0,002	коэффициент
5	Темп прироста, %	(4069698-4060957)/ 4060957*100%	0,2	%

Рассмотрев результат за 2013-2014 год, можно заметить, что происходит прирост населения, равный 8741 человек. Также стоит отметить тот факт, что в Республике Башкортостан преобладает городское население. В дальнейшем городское население также будет преобладать, что неудивительно. Всё это объясняется тем, что в городе условия намного лучше, нежели в сельских поселениях [4].

В Республике Башкортостан наблюдается средний уровень смертности. На данный момент смертность среди мужчин превышает смертность среди женщин примерно на 5%. Смертность младенцев уменьшилась благодаря прогрессу в медицине. Однако, в целом, рождаемость в Республике Башкортостан низкая, но данный показатель со временем растет. На сегодняшний день он вырос на 3,5% [3].

В Республике Башкортостан все же основной проблемой является регулирование демографических процессов. Кстати, в России в целом такая же проблема. Борьба с этой проблемой не просто можно, а нужно. Стоит создать экономические, а также социальные условия для рождаемости, причем высокой, увеличить продолжительность жизни как в городских, так и в сельских населенных пунктах. Придумать некую систему, которая бы помогла сократить число выбывших из состава республики. Разумеется, правительством нашей республики принимаются, а также применяются все необходимые меры для решения всех перечисленных проблем. И стоит отметить тот факт, что принятая в 2015 году концепция долгосрочной демографической политики республики, в этом помогает.

Использованные источники:

1. Даглас К.М. «Анализ численности населений»- М., 2013. – 342 с.
2. Давлетшина З. М. Татарское население Башкортостана: этнодемографическое исследование. Уфа: Гилем, 2012.
3. Кабашова, Е.В. Социальные аспекты рождаемости в Республике Башкортостан [Текст] / Е. В. Кабашова, С. Х. Кадыров, И. Б. Утяшева. Уфа : РИО РУНМЦ МО РБ, 2006. – 52 с.
4. Кабашова, Е. В. Изучение воспроизводственных процессов как одна из задач демографии [Текст] / Е. В. Кабашова // Экономика сегодня: проблемы и пути решения : материалы III Международной научно-практической конференции. – 2012. – С.66-69.
5. Кабашова, Е. В. О демократических процессах и рынке труда в Республике Башкортостан [Текст] / Е. В. Кабашова // Экономические аспекты антикризисного развития современного общества : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 26 октября 2010 г. – Ч.1. –Саратов, 2010. – С. 147-150
6. Сапарова Э.М. Корреляционно регрессионный анализ миграционных процессов / Сапарова Э. М., Валишина Н. Р. // Тенденции и перспективы развития статистической науки и информационных технологий : сборник научных статей. МСХ РФ, Башкирский государственный аграрный университет. Уфа, 2013. С. 177-179.
7. Ткаченко И. Ю. «Населения России» – М.: ИЦ «Академия», 2014. – 240 с.

*Казакова Е.В.
студент 4 курса
специальность «Экономика»
направление «Бухгалтерский учет, анализ, аудит»
Хромцова Л.С., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «Финансов и банковского дела»
Югорский государственный университет
Россия, г. Ханты-Мансийск*

ПРИМЕНЕНИЕ ОПЕРАЦИОННОГО АНАЛИЗА В УПРАВЛЕНИИ ЗАТРАТ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ХАНТЫ-МАНСИЙСКАЯ АПТЕКА»)

В статье рассматриваются основные проблемы распределения затрат на постоянные и переменные. На примере ОАО «Ханты-Мансийская аптека» проанализированы состав и структура затрат на оказание услуг и распределение их на постоянные и переменные, предложен рациональный подход распределения затрат.

Ключевые слова: операционный анализ, затраты, постоянные, переменные.

The article discusses the main issues of cost allocation into fixed and variable. For example, JSC "Khanty - Mansiysk pharmacy" were considered the composition and structure of costs of production and distribution of their fixed and

variable. The article also provided a rational cost-sharing approach.

Keywords: operational analysis, costs, fixed, variable.

Операционный анализ - анализ результатов деятельности предприятия, основанный на соотношении объемов производства, прибыли и затрат, который позволяет определить взаимосвязи между издержками и доходами при разных объемах производства.

Все затраты можно разделить на переменные и постоянные, т.к. анализ затрат напрямую влияет на принятие управленческих решений.

К постоянным затратам относятся расходы, абсолютная величина которых с увеличением (уменьшением) выпуска продукции существенно не меняется. Они связаны с обслуживанием и управлением производственной деятельностью цехов, а также с обеспечением хозяйственных нужд производства.

К переменным затратам относятся расходы, абсолютная величина которых растет с увеличением объема выпуска продукции, а с его снижением - уменьшается. К ним относятся расходы на «сырье и материалы, покупные комплектующие изделия, полуфабрикаты, технологическое топливо и энергию, на оплату труда работников, занятых в производстве продукции (работ, услуг), отчисления на социальные мероприятия, а также другие расходы.

Рассмотрим применение операционного анализа на примере ОАО «Ханты-Мансийская аптека», основными направлениями деятельности которого являются:

1. Фармацевтическая деятельность
2. Деятельность, связанная с оборотом наркотических средств и психотропных веществ, внесенных в список II, в соответствии с ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах».
3. Деятельность, связанная с оборотом психотропных веществ, внесенных в список III, в соответствии с ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах».
4. Производство. Реализация и ремонт корректирующих очков.
5. Реализация изделий очковой оптики.

Для того, чтобы распределить затраты на постоянные и переменные необходимо составить таблицу, в которой будут отражены все затраты ОАО «Ханты-Мансийская аптека» за один год.

Таблица 1 - Состав и структура затрат на оказание услуг ОАО «Ханты-Мансийская аптека» на 2015 год

Наименование показателя	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %
Материальные затраты	144582	73
Затраты на оплату труда	29489	14,9
Отчисления на социальные нужды	5850	3

Амортизация	1185	0,6
Прочие затраты	16931	8,5
Итого по элементам затрат	198037	100

Опираясь на данные таблицы 1, можно сделать выводы. Наибольший удельный вес затрат на оказание услуг ОАО «Ханты-Мансийская аптека» приходится на материальные затраты (73%). Самым наименьшим показателем в структуре затрат ОАО «Ханты-Мансийская аптека» является амортизация (0,6%).

Анализируя таблицу 1, можно составить следующую таблицу, в которой распределим затраты на постоянные и переменные.

Таблица 2 - Распределение затрат на постоянные и переменные

Постоянные затраты	Сумма, тыс. руб.	Структура, %	Переменные затраты	Сумма, тыс. руб.	Структура, %
Затраты на оплату труда	29489	80,7	Материальные затраты	144582	89,5
Отчисления на социальные нужды	5850	16	Прочие затраты	16931	10,5
Амортизация	1185	3,3			
Итого	36524	100	Итого	161513	100

Проанализировав таблицу 2, можно сделать вывод, что переменные затраты превышают постоянные затраты. Это объясняется тем, что в структуре затрат материальные затраты составляют 73 %.

В прочие затраты ОАО «Ханты-Мансийская аптека» включаются:

1. Перечисление средств, связанных с благотворительной деятельностью;

2. Услуги банка;

3. Налог на имущество;

4. Земельный налог;

5. Доначисления страховых взносов по результатам проверки.

Для того, чтобы провести анализ безубыточности ОАО «Ханты-Мансийская аптека», необходимо произвести расчеты точки безубыточности. Расчеты отразим в таблице 3.

Таблица 3 - Расчет точки безубыточности ОАО «Ханты-Мансийская аптека» за 2015 год

Показатель	Значение, тыс. руб.
Постоянные затраты	36524
Переменные затраты	161513
Объем продаж	212889

Маржинальная прибыль	51376
Точка безубыточности	151346,1

Маржинальная прибыль рассчитывается по формуле: $TR_m = TR - TVC$

где TR_m - Маржинальная прибыль

TR - Доход (total revenue)

TVC - Переменные затраты (total variable cost)

Точка безубыточности рассчитывается по формуле: $T_{бд} = B * Z_{пост} / (B - Z_{пер})$

где B - выручка от продаж.

R_n - объем реализации в натуральном выражении.

$Z_{пер}$ - переменные затраты.

$Z_{пост}$ - постоянные затраты.

C - цена за шт.

$Z_{Спер}$ - средние переменные затраты (на единицу продукции).

$T_{бд}$ - точка безубыточности в денежном выражении.

$T_{бн}$ - точка безубыточности в натуральном выражении.

Проанализировав таблицу 3, можно заметить, что точка безубыточности ОАО «Ханты-Мансийская аптека» составляет 151346,1 тыс. руб., т.е. с этой суммы начинается прибыль. При сумме выручке, равно 151346,1 тыс. руб. в отчетном году, деятельность ОАО «Ханты-Мансийская аптека» будет безубыточной.

Для того, чтобы повысить эффективность распределения затрат необходимо рационально распределять все затраты предприятия на постоянные и переменные.

Рациональное распределение затрат на постоянные и переменные ОАО «Ханты-Мансийская аптека» за 2015 год представлено в таблице 4.

Таблица 4 - Распределение затрат на постоянные и переменные ОАО «Ханты-Мансийская аптека» за 2015 год

Постоянные затраты	Сумма, тыс. руб.	Структура, %	Переменные затраты	Сумма, тыс. руб.	Структура, %
Амортизация	1185	3,9	Материальные затраты	144582	73,4
Затраты на оплату труда	24432	80,4	Прочие затраты	16931	8,6
Отчисления на социальные нужды	4765	15,7	Затраты на оплату труда	5057	3
			Отчисления на социальные нужды	1085	0,6
Итого	30382	100	Итого	167655	100

Проанализировав таблицу 4 можно увидеть, что постоянные затраты сократились на 6142 тыс. руб., а переменные затраты увеличились на эту же

сумму за счет распределения затрат на оплату труда и отчислений на социальные нужды за счет выделения и отнесения сдельной заработной платы и отчислений на социальные нужды в переменные затраты.

Далее следует рассчитать точку безубыточности по новым данным, после распределения затрат. Для того, чтобы рассчитать данный показатель, необходимо составить таблицу 5.

Таблица 5 - Расчет точки безубыточности ОАО «Ханты-Мансийская аптека» за 2015 год

Показатель	Значение, тыс. руб.
Постоянные затраты	30382
Переменные затраты	167655
Объем продаж	212889
Маржинальная прибыль	45234
Точка безубыточности	142848,5

Проанализировав таблицу 5, можно сделать вывод о том, что с сокращением постоянных затрат, увеличением переменных затрат сокращается точка безубыточности. Это, в целом, благоприятно влияет на хозяйственную деятельность ОАО «Ханты - Мансийская аптека» и ведет к стабильности, укреплению надежности, повышению эффективности работы предприятия.

Проведя процедуры по оптимизации распределения затрат, выявлено, что точка безубыточности ОАО «Ханты - Мансийская аптека» сократится на 8497,6 тыс. руб. при увеличении переменных затрат на 6142 тыс. руб.

Использованные источники:

1. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. – 424 с.
2. Любшин Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: Издательский дом «Социальные отношения», 2007. – 512 с.
3. Савицкая Г.В. Экономический анализ: Учебник. – М.: Новое знание, 2004. – 640 с.

Кайтмазова П.М.
студент 1к.
факультет магистерской подготовки
«Дагестанский государственный технический университет»
Устаев И.Ю.
руководитель

Россия, Республика Дагестан, г. Махачкала

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ В СИТУАЦИИ БОРЬБЫ С КРИЗИСНЫМИ ЯВЛЕНИЯМИ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация: В данной статье рассматривается анализ эффективности бюджетной системы в ситуации борьбы с кризисными явлениями в национальной экономике.

Ключевые слова: бюджетная система, кризис, национальная экономика, расходы бюджета, государственный долг, процентная ставка, профицит, финансовые потоки.

Анализ эффективности бюджетной системы в ситуации борьбы с кризисными явлениями в национальных экономиках показал, что антикризисные программы, построенные на основе бюджетных ресурсов органов власти любого уровня, как правило, реализуются без учета рисков нестабильности финансовых потоков по вертикали и горизонтали бюджетных систем, их асимметрии как в плане абсолютных показателей предрасположенности бюджетов к дефициту, так и воздействия на такое состояние отдельных структурных элементов бюджетной системы в целом.

Это означает, что постоянно должна функционировать система мониторинга динамики плановых показателей бюджетов органов власти и их параметров по исполнению. А по мере возникновения необратимой проблемы разбалансированности бюджетов необходимо приводить в действие меры восстановления бюджетного баланса. При этом необходимо учитывать потенциальные изменения показателей бюджетных расходов и доходов по исполнению и оценивать в этой связи финансовую устойчивость системы государственных финансов в целом в долгосрочной перспективе¹⁶¹.

Постоянное наращивание расходов бюджета в сравнении с отстающими в динамике бюджетными доходами предопределяет процесс формирования постоянно действующих факторов наращивания отрицательного сальдо бюджета, которое может быть профинансировано за счет государственных суверенных фондов, а в случае их отсутствия - за счет размещения ценных бумаг государственного займа либо на внутреннем либо на внешнем финансовых рынках. Это же, в свою очередь, приведет к росту процентных расходов в бюджетах органов власти, что объективно заставит правительство сокращаться на их долю прироста в структуре расходов расходы на другие

¹⁶¹ Андропова И.В. Внешнеэкономические аспекты национальных интересов России на постсоветском пространстве. М.: Квадрига. 2013г.

функциональные разделы классификации бюджетных расходов. Это не преминет сказаться на увеличении уровня процентных ставок по кредиту ввиду ограниченного предложения средств в кризисный период и росте инфляции¹⁶².

Для снижения данных рисков необходимо с осторожностью подходить как к снижению налоговых ставок, так и к увеличению трансфертных платежей и расходов бюджета. Кроме того, необходимо избегать распространения мер, имеющих краткосрочный характер, на долгосрочный период. Для этого важно оговорить срок действия мер.

Аналитики МВФ доказывают целесообразность значительного снижения в краткосрочной перспективе бюджетного баланса стран мира в условиях экономической стагнации для целей укрепления устойчивости централизованных финансов в долгосрочном периоде. Для России это положение имеет особое значение, поскольку сбалансированность или профицитность федерального бюджета в течение всех 2000-х годов вплоть до глобального финансового кризиса являлся основой сбалансированности бюджетной системы в целом.

В случае развитых стран МВФ прогнозирует большие параметры бюджетного дефицита, нежели в развивающихся странах. В результате государственные долги развитых стран, включая их процентное обслуживание за счет бюджетных расходов, возросли от 1,5 до 1,9 раза и достигли в 2014 году уровня 120,0 п.п. от ВВП¹⁶³.

Исходя из параметров, заложенных в прогнозе социально-экономического развития Российской Федерации на 2013 - 2015 гг., и с учетом планируемых объемов заимствований, в предстоящий период значения показателей долговой устойчивости Российской Федерации будут по-прежнему вне опасных зон (Таблица 1).

Таблица 1.

**Показатели долговой устойчивости Российской Федерации
(бюджетная позиция), %**

№ п/п	Показатель	2012	2013	2014	2015	Пороговое значение
1	Отношение государственного долга Российской Федерации к ВВП	11,8	13,1	13,7	13,4	25
2	Доля расходов на обслуживание государственного долга Российской Федерации в общем объеме расходов федерального бюджета	2,6	3,2	3,4	3,3	10
3	Отношение платежей на обслуживание и погашение государственного долга Российской Федерации к доходам федерального бюджета	7,9	9,9	7,1	9,3	10
4	Отношение государственного долга Российской Федерации к доходам федерального бюджета	56,2	68,0	72,1	71,4	100

¹⁶² www.ludidela.ru/articles/1082346/

¹⁶³ minfin.ru

5	Отношение государственного внешнего долга Российской Федерации к годовому объему экспорта товаров и услуг	11,5	13,2	14,8	15,4	220
6	Отношение расходов на обслуживание государственного внешнего долга Российской Федерации к годовому объему экспорта товаров и услуг	0,5	0,6			

Источник: Минфин России

Вместе с тем, по ряду параметров имеющийся "запас прочности" не может рассматриваться как безусловный в плане обеспечения долговой устойчивости Российской Федерации.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 21 июля 2012 г. N 126-ФЗ "О ратификации Протокола о присоединении Российской Федерации к Марракешскому соглашению об учреждении Всемирной торговой организации от 15 апреля 1994 г." // СЗ РФ. 2012. N 30. Ст. 4177.
2. Андропова И.В. Внешнеэкономические аспекты национальных интересов России на постсоветском пространстве. М.: Квадрига. 2013г.
3. economic-journal.net/2013/07/110/
4. www.ludidela.ru/articles/1082346/
5. minfin.ru

*Калмыкова А. С.
студент 4-го курса
Задорожная К.Р.
студент 4-го курса*

*Российский государственный социальный университет
Российская федерация, г. Москва*

**К ВОПРОСУ О ПОДБОРЕ И ОТБОРЕ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Аннотация. Современные условия хозяйствования экономических субъектов в России всё более необходимым предопределяют условие эффективного функционирования системы подбора персонала. При этом, к её основным элементам специалисты относят: планирование персонала, оценку текущих кадровых ресурсов, прогнозирование их сокращения, оценку будущей потребности в ресурсах.

Ключевые слова. Подбор, отбор персонала, аутстаффинг, аутсорсинг, внешний отбор, внутренний отбор, альтернативы закрытия вакансий, стратегии подбора персонала.

Функционирование хозяйствующего субъекта неизбежно связано с необходимостью приема сотрудников на работу, где одной из центральных задач является подбор и отбор персонала, как часть одного целого. Поиск сотрудников для замещения вакантных должностей может осуществляться

как за счет внутренних ресурсов организации (внутренний подбор), так и за счет внешних источников (внешний подбор).¹⁶⁴

В настоящее время, коммерческие организации при подборе персонала используют три вида стратегий:

1. Самостоятельный подбор и выращивание экспертов;
2. Постоянная смена кадров или регулярная текучка;
3. Помощь аутстаффинга и аутсорсинга.

Внутренний подбор. Считается, что внутренний подбор имеет ряд преимуществ перед внешним:

1. При заполнении вакансий за счет людей уже работающих в организации, сотрудники хорошо знают организацию, тех, кто в ней работает, что повышает вероятность успешной работы в новой должности за счет более легкой адаптации к условиям работы и новой должности.

2. Такая политика повышает лояльность персонала и стимулирует к большей отдаче в работе.

3. Внутренний подбор обходится, как правило, значительно дешевле, поскольку не предполагает таких расходов как расходы на адаптацию сотрудника и его обучение.¹⁶⁵

Какие подходы можно использовать при внутреннем подборе. Во-первых, это выявление наиболее подходящих кандидатов из числа работающих, на основании формальных характеристик: образование, профессия, стаж работы и пр. Во-вторых, формирование кадрового резерва. И, в-третьих, привлечение работников компании к конкурсу на замещение вакантных должностей. При внутреннем подборе важно наличие большого количества претендентов, которые отвечали бы минимальным требованиям. Число кандидатов может колебаться от нескольких человек, до нескольких десятков.

Внешний подбор. К этому виду подбора относят рекрутмент (recruitment – поиск и найм персонала) и хантинг (hunting «охота» - поиск уже работающих квалифицированных специалистов и переманивание их в пользу другого работодателя).

Стратегия подбора персонала – это комплекс мер, принимаемых компанией для закрытия вакансий. Следует отметить, что в одной компании может быть несколько стратегий найма для закрытия различных категорий вакансий. Стратегия найма для каждой компании индивидуальна и может быть представлена как вектор в пространстве альтернатив закрытия вакансий.

Альтернативы закрытия вакансий – это способы, которыми предприятие может закрыть какую-либо вакансию. Альтернативы включают в себя, во-первых, каналы поиска сотрудников на внешнем рынке труда, а во-

¹⁶⁴ Горшкова Л.И. Оценка управленческого персонала: параметры и методы // Человек и труд – 2011, № 12, с.34

¹⁶⁵ Дуракова И.Б. Управление персоналом: отбор и найм. Исследование зарубежного опыта. – М.: Центр, 2009. – с. 160

вторых, различные способы закрытия вакансии внутренними кандидатами, такие удержание сотрудников старшего возраста, различные виды обучения сотрудников.¹⁶⁶

Каналы поиска сотрудников на внешнем рынке труда – это социальные институты, которыми предприятия пользуются для поиска кандидата на внешнем рынке труда. К каналам поиска относятся, например, рекрутинговые агентства, социальные сети, государственная служба занятости, средства массовой информации, Интернет и др. Сложность поиска и подбора персонала определяется гетерогенностью рынка труда.

В современных реалиях сотрудничество с вузами предполагает участие компаний в ярмарках вакансий, организацию турниров по решению бизнес-кейсов и проведения других мероприятий по привлечению студентов. Как правило, на такие мероприятия приходится затрачивать немало средств, количество участников может достигать



Рисунок 1- Сущность стратегии подбора персонала

¹⁶⁶ Руденко А.А., Лу Т.В. Об особенностях управления конкурентоспособностью и инновационной деятельностью вуза на рынке образовательных услуг. Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2010. № 1. С. 55-56.

нескольких тысяч человек, но далеко не все студенты готовы приступить к работе сразу же.¹⁶⁷

Прежде всего, на выбор стратегии поиска кандидатов влияет состояние внешнего рынка труда: какие кандидаты в данный момент времени ищут работу, каково предложение труда на рынке, каково качество трудовых ресурсов.

Таким образом, современные условия хозяйствования экономических субъектов в России всё более необходимым предопределяют условие эффективного функционирования системы подбора персонала. При этом, к её основным элементам специалисты относят: планирование персонала, оценку текущих кадровых ресурсов, прогнозирование их сокращения, оценку будущей потребности в ресурсах, в том числе и в руководящих работниках, оценку резерва персонала и способов быстрого замещения специалистов; привлечение персонала и т.д.

Использованные источники:

1. Горшкова Л.И. Оценка управленческого персонала: параметры и методы // Человек и труд – 2011, № 12, с.34
2. Дуракова И.Б. Управление персоналом: отбор и найм. Исследование зарубежного опыта. – М.: Центр, 2009. – с. 160
3. Руденко А.А., Лу Т.В. Об особенностях управления конкурентоспособностью и инновационной деятельностью вуза на рынке образовательных услуг. Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2010. № 1. С. 55-56.
4. Руденко А.А., Государственное регулирование предпринимательства: региональный аспект, проблемы и направления / Руденко А.А. // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2011. № 24. С. 288-293.

Камышенко Э.А.

студент 2 курса

Усманов Д.И., к.э.н.

научный руководитель, старший преподаватель

кафедра менеджмента организации

Институт управления НИУ «БелГУ»

Россия, г. Белгород

ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО НЕРАВЕНСТВА И ИХ ПРОЯВЛЕНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: в данной статье описываются глобальные факторы экономического и социального неравенства, рассматриваются следующие проблемы в Российской Федерации: корни неравенства в России и их причины, влияющие на его развитие, сравниваются совокупные капиталы

¹⁶⁷ Руденко А.А., Государственное регулирование предпринимательства: региональный аспект, проблемы и направления / Руденко А.А. // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2011. № 24. С. 288-293.

миллиардеров с валовым национальным продуктом в различных регионах. Внимание уделяется проблеме прогрессивного налогообложения и прозрачности капитала, указывается необходимость установления налога на наследство, и капитал как один из способов решения этой проблемы.

Ключевые слова: социальное неравенство, российская экономика, капитал, экономическое неравенство, экономическая политика, причины неравенства в России.

Наверное, неравенство является наиболее серьезным, широко распространенным, но в то же время, естественным следствием капиталистического способа хозяйственной деятельности и социальной организации во всем мире. Но мы должны признать, что степень неравенства зависит от разных факторов и занимает очень разные места по уровню проблем и конфликтности в разных странах, имеет разную продолжительность существования в глобальной системе капиталистических отношений. Экономические реформы, происходящие в России в течение последних двадцати лет, серьезно изменили социальную структуру общества. Произошло стремительное социальное расслоение, появились слои очень богатых и крайне бедных граждан. Подавляющее большинство людей лишились социальной защиты государства, и оказались перед необходимостью приспособливаться к жизни в условиях рыночной нестабильности. В книге “Капитал в XXI веке”, написанной Томасом Пикетти, есть некая информация о неравенстве в Российской Федерации. Но эти факты не являются достаточно надежным источником информации в нашей стране. Очевидно, что мы должны понимать причины неравенства в России, определять глубину этого социального факта, уметь анализировать и сравнивать с опытом в других странах.

Во-первых, стоит признать, что современная Российская экономическая и политическая системы довольно благоприятная почва для процветания неравенства. В развивающихся странах процесс приватизации государственного имущества оказывает большое влияние на большее накопление капитала и его дальнейший рост. Например, Мексиканский медиа магнат Карлос Слим Хелуимел прибыльные сделки в приватизации мексиканских телекоммуникационных компаний и был неоднократно объявлен самым богатым человеком мира. Так и многие российские олигархи заработали свой капитал за счет приобретения бывших советских предприятий в сырьевых отраслях по очень заниженным ценам в 1990-е годы. После огромного количества таких действий наша страна получила чрезвычайно высокий индекс финансового неравенства. Негативная ситуация возникает, если мы сравним совокупные капиталы миллиардеров с валовым национальным продуктом в различных странах. Например, в Европе, сумма этого показателя составляет 5-10 %, в США – около 15 %, в нашей же стране он достигает четверти ВВП. Этот аспект чрезвычайно опасен. В тоже время,

все действия российского правительства направлены на то, чтобы закрыть нам глаза. В условиях 10 % положительного сальдо внешнеторгового баланса за последние 15 лет золотовалютные резервы достигли лишь приблизительно 30 % ВВП. Противоречие этих показателей представляет собой, как правило, капитал, выходящий за границы, в основном через оффшоры. Проблема налоговых гаваней, очевидно, заботит наше правительство, но в итоге четких методов сопротивления на эту негативную тенденцию нет.

Следующая проблема-отсутствие прогрессивного налогообложения и прозрачности капитала. Если государство хочет уменьшить уровень неравенства, то оба этих фактора являются очень важными. Возможно, Российской Федерации больше, чем любому другому государству, нужно убедить миллиардеров как можно яснее показывать информацию о своих доходах и заставить платить высокие налоги. Если же и дальше у них будут изымать всего лишь 13 % подоходного налога, то диспропорции распределения богатств, сосредоточенных в руках крупных владельцев бизнеса, будут расти еще в большем темпе, и ситуация в стране только усугубится. В то же время, 13 % подоходный налог создает чрезвычайно высокие доходы топ-менеджеров, чья эффективность и производительность слишком преувеличены. Например, в США максимальный подоходный налог для высших чиновников и топ-менеджеров, 50 лет (1930-1980) был 82 %, и американский капитализм страдал от таких мер, но это позволило предотвратить огромный разрыв в уровне благосостояния. Несомненно, сильное сопротивление неизбежно, потому что богатые однозначно не захотят платить больше, несмотря на то, что их потребление значительно отличается от среднего человека: они могут позволить себе потреблять не только дорогие товары, но и быть политиками и даже, в качестве спонсорской помощи "правым сторонам", содержать даже целые политические партии, которые, в свою очередь, поддерживают законы, позволяющие капиталу миллиардеров расти.

Необходимость разделения капитала общества очевидна, даже если говорить о наследниках миллиардов. Когда богатства уже накоплены, они будут продолжать стабильно расти в течение десятилетий только потому, что имеют огромные размеры. Унаследованный капитал, постоянно приумножая доход, является одним из самых серьезных последствий современного капитализма. Это приводит к несоблюдению принципов меритократии и появлению богатого класса.

Например, Лилиан Бетанкур, владелица косметической империи "L'Oreal" получала огромные доходы только унаследовав компанию от отца. Билл Гейтс же в своем завещании указал, что капиталом должны пользоваться не только наследники, но и все общество. Поэтому и возникает необходимость большого налога на наследственный капитал, но, к сожалению, в России такой институт еще не устоялся.

Исходя из всего вышеизложенного, становится ясно, что только

грамотная политика государства может вывести страну на достойный уровень, улучшить социальный климат в обществе, укрепить социальную безопасность и, соответственно, решить проблему бедности и неравенства.

Использованные источники:

1. Пикетти Т. капитал в XXI веке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dowbor.org/blog/wp-content/uploads/2014/06/14Thomas-Piketty.pdf>.
2. Валовый национальный доход [Электронный ресурс] // Всемирный банк. – Режим доступа: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.CD>.
3. Миллиардеры в мире [Электронный ресурс] // Форбс. – Режим доступа: <http://www.forbes.com/billionaires/>.

Каныгина А.С.

студент 2 курса

институт экономики и управления

Казарян М.Т.

научный руководитель, старший преподаватель

Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачева

Россия, г. Кемерово

ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ В РФ

В статье рассматриваются особенности и перспективы рыночной экономики в РФ, ее положительные и отрицательные стороны.

Сегодня рыночная экономика является наиболее действенной. Это связано с переходом на новую экономическую систему. Плановая экономика, существовавшая долгое время, была не способна обеспечить активного экономического роста. В результате перехода на новую экономическую систему изменилась национальная, государственная, социальная и политическая.

Ситуация, которая сложилась во время планово-административной экономики была связана с рядом причин : отсутствие частной собственности, отсутствие теневой экономики, большая значимость военно-индустриального комплекса, а также большая часть сфера была не конкурентоспособна, распад функций на личные средства.

Данная ситуация с каждым годом усугублялась . Для того, чтобы сформировать естественный рынок , не доставало многих предпосылок во время реформирования. В следствие чего, появилось много противоречий между идеальным рыночным хозяйством . [1]

Для Российской экономики переход от плановой структуры к рыночной был важен и необходим. Однако рыночную структуру необходимо адаптировать под экономическую ситуацию в стране, чтобы получить максимальные экономические показатели.

Эта особая форма обязана иметь определенные свойства и методы для существования в нашей стране. Этот способ должен иметь определённые методы для существования в России. До недавнего времени считалось, что для разработки конкурентоспособной рыночной сферы, создания благополучного предпринимательского климата и демократизации общественно-политического порядка возможно исключительно рыночными способами.

Чтобы понять почему невозможно достигнуть того, что необходимо стране производственного рывка, нужно понимать, что нужно сделать для усиления роли России в мировом хозяйстве. Дело в том, что рынок в обстоятельствах развития интеграции и унификации не дает возможность России выйти вперед. Помимо этого, у нашей страны нет возможности справиться с отставанием только рыночными способами. Таким образом, остается один вариант— оставаться постоянным поставщиком редкого материала и недорогой рабочей силы, либо рассчитывать на помощь со стороны мощного государства. [2]

Для того чтобы выйти вперед, стране необходимо задействовать все ресурсы и совершить значительный прорыв. Общественно-финансовые стратегии формирования, которые ранее принимались на муниципальном уровне, в современных обстоятельствах оказались не значительными. Это связано с тем, что причин вернуться к социалистическому прошлому нет, а капитал возможно привлечь только вещественными выгодами и стимулами. Таким образом, не достаточно использовать только общественно-политическую свободу, нужно обладать способностью реализовывать это в жизнь.

Получается, что форма финансового подъема России ослабла за последние 10 лет. Это связано с поднятием тарифов на черное золото и возможностью применения производственных сил. обусловливается значительно высокими тарифами на черное золото и перспективой применения производственных сил. При таком раскладе Россия сможет выступать только в роли поставщика сырья. Возникает проблема «как продвинуться в будущем?»

Понятно, что разрешение данной проблемы под силу только государству в целом, однако, в соответствии с моделью рыночной экономики, его функции и возможности не имеют шансов увеличиваться.[3] Таким образом, можно прийти к выводу, что на сегодняшний день политика финансового формирования страны не сформирована до конца, но существуют определенные утверждения, которые могут послужить значительному прогрессу. Одно из подобного утверждения – потребность в формировании науки и изобретательства, что даст новые открытия и инновации, в которых будет нуждаться современное общество. Но стоит понимать, что для этого прорыва необходимо современное оборудование, материалы и высококвалифицированные работники. Исходя из этого, мы понимаем, что без форсированного наращивания промышленного

потенциала и без восстановления собственного производства данную проблему разрешить невозможно. Россия по уровню и качеству жизни по-прежнему отстает от международных стандартов. Это связано напрямую с механизмом отечественного развития. России сейчас необходима длительная экономическая политика. Для этого необходимо выбрать правильные ориентиры, направленные на расширение производственных сил нации и стабильного благополучия народа России.

Использованные источники:

1. Князев Ю. Перспективы российской экономики: шанс на ускорение. // Общество и экономика. — 2014 г., № 2-3
2. Папова В.О некроекономическом постиндустриализме. // Общество и экономика. — 2014 г.
3. Экономика и общество в процессе формирования рыночных отношений/ Под ред. Юферевой Е.В. - М., 2014.

*Капелюшный Э.Д., к.э.н.
Россия, г. Тольятти
Камалиева Л.В.
студент*

*Российский Государственный Социальный Университет
Россия, г. Москва*

**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ
ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

В статье рассматривается сущность маркетинговой деятельности на рынке туристических услуг, а также необходимость исследования спроса на туристский продукт, рынка сбыта, их ёмкости, реальных и возможных конкурентов для эффективной разработки комплекса маркетинга.

Ключевые слова: маркетинг, рынок туристических услуг, маркетинговая стратегия, комплекс маркетинга.

The article deals with the essence of marketing activity in the tourism market, as well as the need to study the demand for tourism product, a market, their capacity, real and potential competitors for the effective development of the complex of marketing.

Keywords: marketing, tourism market, marketing strategy, complex of marketing.

С каждым годом российская туристическая индустрия все более динамично включается в мировой рынок. Продвижение рынка туристических услуг стимулирует образование рабочих мест и продвижение малого бизнеса, перераспределяет ресурсы среди государств, оказывает стимулирующее влияние на секторы экономики, такие как транспорт, связь, торговая деятельность, сфера услуг, строительство, изготовление товаров народного пользования и является одним из наиболее перспективных направлений структурного преобразования экономики Российской Федерации.

Маркетинг в сфере услуг, в том числе и в туристической, - это процесс планирования и воплощения замысла, ценообразования, а также продвижения и реализации услуг, который ориентирован на выявление характерных потребностей клиентов. Он помогает потребителям оценивать услуги фирмы и делать правильный выбор.

Как обозначает Барабаш В.В.: "Под маркетинговой деятельностью понимают такую систему управления предприятием, которая направлена на изучение и учет спроса и требований рынка для обоснованной ориентации производственной деятельности предприятий на выпуск конкурентоспособных видов продукции, которые соответствуют определенным технико-экономическим характеристикам, в заранее установленных объемах".

Маркетинг - это анализ, планирование, реализация и контроль за воплощением "смеси" маркетинговых решений относительно продуктов фирмы, его цены, системы продвижения и распределения, а также надежд и ожиданий фирмы, т.е. это ключ к достижению целей и задач, которые возникают перед фирмой, которая стремится завоевать целевой рынок.

Цель маркетинга предприятия - обеспечение его рентабельности в определенных временных промежутках.

Главное в маркетинговой деятельности - разработка программ, их основная задача - дать возможность установить эффективную структуру производства, что ориентируется на получение желаемого уровня прибыли.

Рынок туристических услуг по своим основным характеристикам не обладает какими-либо принципиальными отличиями от иных форм хозяйственной деятельности. В связи с этим все основные положения современного маркетинга могут вполне применяться и в туризме.

В то же время в туризме имеется своя особенность, которая отличает его не только лишь от торговли продуктами, но и от других форм торговли услугами. Здесь имеет место торговая деятельность, как услугами, так и продуктами (по оценкам специалистов, доля услуг в туризме составляет 75%, а продуктов - 25%), кроме того особый характер потребления туристических услуг и продуктов в месте их создания, более того, в конкретной ситуации.

Если рассмотреть маркетинг в туризме как организацию, то необходимо отталкиваться тем, что она имеет определенные составляющие части (рис. 1).

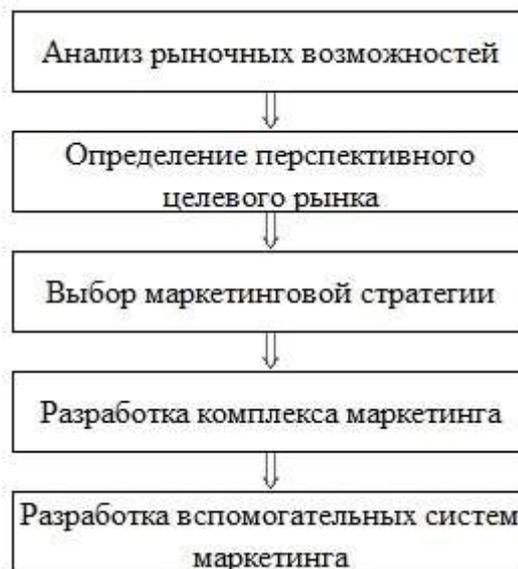


Рис. 1. Технология реализации концепции маркетинга

Процесс маркетинговой деятельности наступает с анализа рыночных возможностей. Их результатом считается анализ исходной ситуации и определенные рекомендации по установлению возможностей деятельности турфирмы с учетом особенно привлекательных направлений вложения капитала. На основе сопоставления выявленных рыночных возможностей с целями и ресурсами компании разрабатываются его маркетинговые возможности.

Такого рода подход дает возможность не разделять маркетинговые усилия, работая на весь рынок, а сконцентрировать их на удовлетворении нужд избранных групп клиентов, обслуживать которых предприятие в состоянии и ему это выгодно.

Один из основных вопросов маркетинга заключается в установлении наиболее допустимой планомерности в деятельности туристической фирмы. Это гарантируется посредством подбора подходящей маркетинговой стратегии. Тем самым снижается степень неопределенности и риска в маркетинговой деятельности и гарантируется концентрация ресурсов на подобранных приоритетных направлениях. Стратегии формируются в программах.

Принимая во внимание чрезвычайную значимость комплекса маркетинга в рамках единой маркетинговой стратегии, разрабатываются частные стратегии согласно всем его основным элементам:

- продуктовая стратегия;
- ценовая стратегия;
- сбытовая стратегия;
- коммуникационная стратегия.

Продуктовая стратегия учитывает разработку туристского продукта, в большей степени подходящего нуждам туристов, и кроме того разработку и введение на рынок новых туристских услуг.

Ценовая стратегия предполагает установление поведения компании на рынке в расчете на долгосрочную перспективу и ценовой тактики на меньший период применительно к любому туристскому продукту, а также определенному сегменту рынка.

Сбытовая стратегия содержит определение каналов, форм и способов доведения туристского продукта до потребителя.

Коммуникационная стратегия обуславливает целенаправленную деятельность туристской компании по распространению положительных данных о себе и о собственном продукте. К данной деятельности относятся: стимулирование сбыта, реклама, личные продажи, пропаганда и в свою очередь участие в выставочных мероприятиях и создание фирменного стиля.

Таким образом, активный характер внедрения технологий маркетинга считается ключевым показателем положительных перемен в экономике России. Современные рыночные правила устанавливают потребность поиска экономически успешных методов общения с потребителями туристических услуг. При жесткой конкуренции успеха имеют шансы достичь только лишь те туристские организации, которые стремятся проводить коммуникационную политику, для того чтобы лучше ориентироваться в нуждах клиентов посредством непрерывного наблюдения.

Современные конкурентные требования устанавливают туристским организациям потребность активного применения всех элементов системы маркетинговых коммуникаций.

Видимые перемены во взаимоотношениях между потребителями и производителями туристических услуг приводят к тому, что определяющими критериями становятся качество обслуживания, высокая квалификация менеджеров по продажам, их нацеленность на нововведения, а также уникальность и качество предлагаемых клиентам туристических услуг.

Использованные источники:

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. - Спб.: Питер, - 2011г. - 86 с.
2. Ушаков Д. С. Стратегическое планирование в туризме. Серия: Высшее образование. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2009г. - 98 с.

Каримов Д.К.

студент-магистрант 1 курса

Уральский институт управления - филиал РАНХиГС

Россия, г. Екатеринбург

ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В Свердловской области разработана государственная программа «Повышение инвестиционной привлекательности Свердловской области до 2020 года», где одним из основных условий для привлечения инвестиций

является устойчивое развитие малого и среднего предпринимательства¹⁶⁸.

Данная программа включает в себя пять подпрограмм, каждая из которых решает отдельные задачи, напрямую влияющие на повышение инвестиционной привлекательности Свердловской области. Так подпрограмма 2, которая называется «Развитие малого и среднего предпринимательства в Свердловской области» называет основные проблемы ограничивающие развитие малого и среднего предпринимательства в Свердловской области:

- 1) недостаток собственных ресурсов у субъектов малого и среднего предпринимательства и затрудненный доступ к источникам финансирования;
- 2) недостаточное развитие финансовых инструментов поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;
- 3) недостаточное развитие организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

В данной работе более подробно остановимся на вышеназванных проблемах и проведем анализ существующей инфраструктуры, а также выявим сложности предоставления поддержки в форме финансирования (на примере органов исполнительной власти Свердловской области).

Структура органов государственного регулирования деятельности малого и среднего предпринимательства Свердловской области

Уполномоченным исполнительным органом государственной власти, осуществляющим реализацию на территории Свердловской области единой государственной инвестиционной политики, направленной на создание благоприятных условий для осуществления предпринимательской деятельности, государственной политики в сфере малого и среднего предпринимательства является Министерство инвестиций и развития Свердловской области (далее Министерство).¹⁶⁹ Министерство является главным распорядителем средств областного бюджета в пределах своих полномочий и осуществляет координацию деятельности некоммерческих организаций в форме фондов.

В Свердловской области сформирована и успешно функционирует многоуровневая инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства, основу которой составляет Свердловский областной фонд поддержки малого предпринимательства, созданный в 2002 году. Сегодня Фонд предоставляет субъектам малого и среднего предпринимательства все виды поддержки (финансовую, консультационную, имущественную, образовательную и др.). На базе Фонда действуют региональная гарантийная организация, региональная микрофинансовая организация, центр поддержки экспортоориентированных и инновационных

¹⁶⁸ Государственная программа Свердловской области «Повышение инвестиционной привлекательности Свердловской области до 2020 года»: Постановление Правительства Свердловской области от 17.11.2014 № 1002-ПП. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

¹⁶⁹ «О Министерстве инвестиций и развития Свердловской области»: Постановление Правительства Свердловской области от 01.10.2014 №850-ПП. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

компаний. В 2012 году в области создан Фонд содействия развитию инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства, предметом деятельности которого является финансирование проектов субъектов малого и среднего предпринимательства в научно – технической сфере. Свердловский венчурный фонд (фонд «Фонд содействия развитию венчурных инвестиций в малые в малые предприятия в научно-технической сфере Свердловской области»), созданный в 2006 году, финансирует проекты компаний, находящихся на стадии раннего роста. Региональная инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства дополняется развитой муниципальной инфраструктурой. На уровне муниципалитетов функционируют 38 фондов поддержки малого и среднего предпринимательства, для поддержки начинающих субъектов малого предпринимательства работают 10 бизнес - инкубаторов, 2 из которых (Свердловский областной и Краснотурьинский бизнес – инкубаторы) созданы с привлечением средств федерального бюджета), а также действует 10 технопарков, резидентами которых являются 80 малых и средних инновационных компаний.

В процесс разработки и реализации государственной региональной политики в сфере развития малого и среднего предпринимательства активно вовлечено предпринимательское сообщество. С целью открытого обсуждения вопросов, касающихся реализации прав граждан на предпринимательскую деятельность, выработки рекомендаций по данным вопросам в 2008 году создан постоянно действующий Совет по развитию малого и среднего предпринимательства в Свердловской области. Муниципальные советы (координационные советы) по развитию малого и среднего предпринимательства при органах местного самоуправления муниципальных образований в Свердловской области созданы в 68 городских округах, в 5 муниципальных районах и в 9 сельских и городских поселениях.

В регионе сложилась эффективная инфраструктура представления интересов различных слоёв предпринимательского сообщества, представленная такими предпринимательскими объединениями и общественными организациями как «Опора России», «Деловая Россия», Уральская торгово-промышленная палата, Свердловский областной союз промышленников и предпринимателей, Союза малого и среднего бизнеса свердловской области и т.д. Представители данных организаций активно участвуют в работе координационных органов, в процедурах оценки регулирующего воздействия проектов принимаемых нормативно-правовых актов.

С 2014 года на территории Свердловской области защиту прав и законных интересов российских и иностранных субъектов предпринимательской деятельности осуществляет Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Свердловской области, который принимает участие в реализации государственной политики и определении приоритетов

в сфере развития предпринимательской деятельности.

**Финансовая поддержка как один из инструментов
государственного регулирования деятельности малого и среднего
предпринимательства Свердловской области.**

Как уже нами ранее было отмечено, финансовая поддержка осуществляется путем распределения средств областного бюджета Министерством инноваций и развития Свердловской области, между некоммерческими организациями в форме фондов (Свердловский областной фонд поддержки малого предпринимательства), учредителями которого являются: Свердловская область в лице Правительства Свердловской области и Государственное учреждение «Федеральный фонд поддержки малого предпринимательства».

Финансовая поддержка безоговорочно является основным и самым востребованным инструментом государственного регулирования деятельности малого и среднего предпринимательства Свердловской области. При анализе данного инструмента регулирования, следует выделить следующие индикаторы:

1. *Финансовые* - которые включают в себя следующие показатели: сумма, направленная на финансовую поддержку малого и среднего предпринимательства; количество получателей финансовой и нефинансовой поддержки; количество созданных рабочих мест получателями поддержки и сумма уплаченных ими налогов. (Таблица №1).

Следует уточнить, что финансовая поддержка заключается в предоставлении субсидий на модернизацию оборудования, поручительства по банковским гарантиям и кредитам, предоставлению льготных кредитов и микрозаймов, грантов для начинающих предпринимателей. Нефинансовая поддержка заключается в стимулировании развития экспорта (бизнес-миссии, биржи контрактов, исследования); помощь в привлечении инвестиций в проекты малого и среднего бизнеса (консультирование, патентование); обучение и консультирование.

2. Индикаторы *доступности заемных ресурсов* для малого и среднего предпринимательства. (Таблица №2)

Для составления таблиц и анализа полученных данных обратимся к Итогам годового отчета Свердловского областного фонда поддержки малого предпринимательства (далее Фонда) за 2014, 2015 годы¹⁷⁰

¹⁷⁰ Данные годового отчета Свердловского областного фонда поддержки малого предпринимательства за 2014, 2015 годы (по состоянию на 10.02.16). <http://www.sofp.ru/>

					Таблица №1	
№п/п	Наименование показателя	Ед.измерения		Данные за 2014г.	Данные за 2015г.	
1	Количество получателей финансовой поддержки	Субъект малого и среднего предпринимательства		795	744	
2	Сумма, направленная на финансовую поддержку малого и среднего предпринимательства	Тысяч рублей		1 074 592,8	1 259 628	
3	Количество получателей нефинансовой поддержки	Субъект малого и среднего предпринимательства		5827	8134	
4	Всего получателями поддержки было создано	Рабочих мест		4049	2112	
5	и уплачено налогов в бюджеты всех уровней	Тысяч рублей		1005199,7	909 287,61	

**Доступность заемных средств для субъектов
малого и среднего предпринимательства (за период 2014-2015
годы)**

												Таблица №2	
№п/п	Вид поддержки	Количес тво СМСП подавши х заявки		Количест во одобренн ых заявок		Количест во получив ших поддержк у		Сумма поддержки, тыс.рублей		Сумма привлеченных заемных ресурсов, тыс.руб.			
		2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015		
1	Поручитель ство по банковским кредитам и гарантиям	263	266	219	227	-----	21	38739	61198	87928	180138		
						-	1	4,8	9,7	9,3	6,4		
2	Льготные инвестицио нные кредиты	19	38	17*	31	-----	29	79520	14541	79520	145415		
				*		-		**	5				
3	Микрозайм ы	241	732	49	180	-----	18	38050	12542	38050	125420		
						-	0		0				
4	Итого	523	1036	285	438	-----	42	504 96	88282	99685	207222		
						-	0	4,8	4,7	9,3	1,4		

Исходя из анализа табличных данных (таблица №1) количество получателей финансовой поддержки в 2015 году на 51 субъект меньше

относительно показателей 2014 года, что может быть обусловлено тем фактом, что произошел спад количества предприятий и организаций Свердловской области за 2015 год в силу сложной экономической ситуации в стране. К сожалению, на момент написания данной статьи нет данных статистики за рассматриваемый нами период, однако данный вывод можно сделать на основе показателей 2014 года, где уже мы видим уменьшение количества индивидуальных предпринимателей и малых предприятий (Таблица №3)

Количество субъектов малого и среднего предпринимательства Свердловской области

Таблица №3

Категория	2013 г.		2014 г.	
	единиц	темп роста к 2012 году, %	единиц	темп роста к 2013 году, %
Индивидуальные предприниматели	110 771	87,5	107 327	96,9
Микропредприятия	73 890	109,1	75 278	101,9
Малые предприятия	7 850	89,1	6 565	83,6
Средние предприятия	388	112,5	445	114,7
ВСЕГО	192 899	94,8	189 615	98,3

Однако, исходя из анализа таблицы №2 видно, что количество подавших заявки на получение финансовой поддержки в 2015 году практически в 2 раза больше чем в 2014 году (1036 заявок в 2015 году, 523 заявки в 2014 году). Это говорит о том, что в 2015 году, несмотря на возможное снижение количества малых и средних предприятий, необходимость в получении финансовой поддержки увеличилась вдвое (по сравнению с 2014 годом), что свидетельствует о резком снижении доходности и необходимости пополнения оборотных средств, а также отсутствия должной поддержки со стороны финансовых учреждений-банков.

Продолжая анализ осуществления финансовой поддержки органов исполнительной власти Свердловской области через экономические индикаторы и индикаторы доступности, стоит отметить что, сумма направленная на финансовую поддержку малого и среднего предпринимательства на 15% больше показателя 2014 года и составила

1 259628 тысяч рублей. Однако, проанализировав индикаторы доступности заемных средств, можно обоснованно сделать вывод, что сумма необходимая для поддержки должна быть как минимум в 2 раза больше (количество поданных заявок-1036, количество одобренных заявок-438, количество получивших поддержку – 420), то есть спрос на получение заемных средств на 60% больше его предложения, что скорее говорит о сложной экономической ситуации и отсутствии надлежащего

финансирования. Безусловно, показатель одобренных заявок к показателю поданных почти в 2,5 раза ниже, что может говорить об отсутствии финансовой возможности удовлетворить все ожидания предпринимателей, а также о несоответствии субъектов малого и среднего предпринимательства заявленным требованиям для получения поддержки по различным причинам: направлению деятельности, рискованности финансируемой отрасли, бухгалтерской и налоговой отчетности.

Проведенный нами анализ показал, что проблемы, обозначенные в государственной программе «Повышение инвестиционной привлекательности Свердловской области до 2020 года» актуальны лишь в части доступности к источникам финансирования.

На наш взгляд, «проблема недостаточного количества организаций, образующих инфраструктуру малого и среднего предпринимательства» на сегодняшний день не актуальна и сложившаяся инфраструктура успешно справляется с поставленными задачами. Более того на сегодняшний день создано достаточное количество финансовых инструментов поддержки малого и среднего предпринимательства любой формы собственности и на любом этапе развития.

Использованные источники:

1. Государственная программа Свердловской области «Повышение инвестиционной привлекательности Свердловской области до 2020 года»: Постановление Правительства Свердловской области от 17.11.2014 № 1002-ПП
2. «О Министерстве инвестиций и развития Свердловской области»: Постановление Правительства Свердловской области от 01.10.2014 №850-ПП
3. Данные годового отчета Свердловского областного фонда поддержки малого предпринимательства за 2014, 2015 годы (по состоянию на 10.02.16). <http://www.sofp.ru/>

*Катеринич Т.Н.
студент 4 курса*

*Шешко А. В.
студент 4 курса*

факультет «Инженерно-экономический»

Беларусь, г. Минск

СОЗДАНИЕ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ПОМОЩИ СИСТЕМЫ CSRP

В статье рассматривается система управления ресурсами на предприятии CSRP. Отражены преимущества использования на предприятии системы управления CSRP. Приведены примеры успешного применения описанной системы.

Ключевые слова: система управления, эффективность, управление ресурсами, запасы, CSRP.

In article the resource management system at the entity of CSRP is considered. Use benefits are reflected in the entity of a management system of CSRP. Examples of successful use of the described system are given.

Keywords: management system, efficiency, resource management, inventories, CSRP.

Существует несколько критичных для бизнеса вопросов: "Какие продукты покупатель потребует в течение шести месяцев?" и "Какое усовершенствование продукции создаст конкурентные различия?"

Если предпочтения покупателей меняются с беспрецедентной скоростью, то каким образом возможно получать критичную информацию о рынке? Интегрировать покупателей с бизнес планированием и исполнительной системой.

Современной концепцией управления ресурсами предприятия является CSRP (customer synchronized resource planning, планирование ресурсов, синхронизированное с клиентом), захватывающая почти весь жизненный цикл товара. Такой подход позволяет на порядок точнее управлять стоимостью товара, учитывая производство, продвижение и обслуживание товара данного типа, и учитывать все элементы его функционального жизненного цикла, а не только производства, как во всех стандартных системах предыдущих поколений.

Если MRP, MRP-II, ERP ориентировались на внутреннюю организацию предприятия, то CSRP включил в себя полный цикл от проектирования будущего изделия, с учетом требований заказчика, до гарантийного и сервисного обслуживания после продажи. Согласно данной концепции не отдел сбыта, а сам покупатель непосредственно размещает заказ на изготовление продукции - соответственно сам несет ответственность за его правильность, сам может отслеживать сроки поставки, производства и пр. При этом предприятие может очень четко отслеживать тенденции спроса и т.д.

Предназначение CSRP – создание продуктов с повышенной ценностью для покупателя, т.е. продуктов, которые удовлетворяют специфическому набору требований каждого конкретного покупателя.

Конкурентные преимущества все чаще определяются, как способность производителей удовлетворять уникальные потребности конкретного покупателя каждый день.

Цель применения CSRP – создание устойчивого конкурентного преимущества.

Лидирующая компания-производитель CSRP-систем – Symix.

Продукт SyteLine фирмы SYMIX Systems, Inc. является полностью интегрированной современной системой управления производством и финансового контроля, разработанной для производителей, дискретной продукции со смешанным типом производственного процесса.

В настоящее время более 3 200 промышленных предприятий используют программное обеспечение SYMIX, которое переведено на 12 языков, в 40 странах мира. Данный продукт позволяет организовать производство по типам «под заказ», «на склад», «заказ-наряды в производство» или использовать их любую комбинацию.

Информация о том, что действительно требуется, что работает, а что нет, что будет продаваться, а что не будет, исходит от покупателя. Задача подразделений продажи и маркетинга – знать нужды покупателей и предлагать соответствующее решение, создавая спрос.

У сервисных служб есть данные о том, с какими продуктами возникают проблемы, каких усовершенствований требуют покупатели чаще всего и какие предлагаемые услуги могут быть для них наиболее ценными. Конструкторский отдел и отдел исследований и разработок занимаются созданием новых товаров и прототипов – продукцией будущего. Как новые продукты будут приняты на рынке, что имеет приемлемую цену, а что нет – CSRP – первая бизнес-методология, которая включает деятельность, ориентированную на интересы покупателя, в ядро системы управления бизнесом.

CSRP перемещает фокус внимания с планирования производства на планирование заказов покупателей. Информация о клиентах и услуги внедряются в основу деятельности организации.

Технологию работы такой системы можно проиллюстрировать на примере деятельности компании по производству компьютеров – Dell Computer. Потребители направляют заказы в систему Dell по электронной сети, определяя в них все необходимые им характеристики (объем памяти, производительность, перечень периферийных устройств и т. д.). Автоматически вносятся изменения в график производства, и клиент информируется о времени выполнения заказа. Одновременно формируются заказы поставщикам комплектующих, которые могут начинать подготовку производства необходимой продукции. Это помимо прочего дает возможность значительно сократить производственные запасы у головного производителя.

Внедрение информационных технологий улучшает использование всех ресурсов организации, повышает ее гибкость и адаптируемость к изменению внешней конъюнктуры, качество принимаемых решений и, как следствие, обеспечивает более высокую конкурентоспособность.

Для внедрения CSRP необходимо:

1. Оптимизировать производственную деятельность (операции), построив эффективную производственную инфраструктуру на основе методологии и инструментария ERP.

2. Интегрировать покупателя и сфокусировать на покупателе подразделения организации, с основными планирующими и производственными подразделениями.

3. Внедрить открытые технологии, чтобы создать технологическую инфраструктуру, которая может поддерживать интеграцию покупателей, поставщиков и производственные приложения.

Выгоды применения CSRP:

- повышение качества товаров;
- создание инфраструктуры приспособленной для создания продуктов, удовлетворяющих потребностям покупателей;
- улучшение обслуживания покупателей;
- повышение ценности продуктов для покупателей.

*Катеринич Т.Н.
студент 4 курса*

*Шешко А. В.
студент 4 курса*

*факультет «Инженерно-экономический»
Беларусь, г. Минск*

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛОГИСТИКИ

В статье рассматриваются основные методы оценки эффективности логистики. Выделены ключевые параметры, опираясь на которые производится оценка логистики на предприятии. Каждый параметр описан.

Ключевые слова: логистика, эффективность, оценка эффективности, издержки, анализ.

In article the main evaluation methods of efficiency of logistics are considered. Key parameters are allocated, relying on which the logistics assessment at the entity is made. Each parameter is described.

Keywords: logistics, efficiency, assessment of efficiency, expenses, analysis.

За время развития логистики в промышленно развитых странах сформировалась система показателей, в общем плане оценивающих ее эффективность и результативность, к которым обычно относятся:

- общие логистические издержки;
- качество логистического сервиса;
- продолжительность логистических циклов;
- производительность;
- возврат на инвестиции в логистическую инфраструктуру.

Эти показатели можно назвать ключевыми или комплексными показателями эффективности логистической системы. Они лежат в основе отчетных форм компаний и систем показателей логистических планов разных уровней. Существуют общепринятые процедуры сравнительной оценки фирм (бенчмаркинг) в области логистики на основе аналитических и экспертных методов, использующие указанные комплексные показатели.

Таким образом, ключевыми/комплексными показателями

эффективности логистической системы называются основные измерители эффективности использования ресурсов в компании для сформированной логистической системы, в комплексе оценивающие результативность логистического менеджмента и являющиеся основой логистического планирования, учета и контроля.

Рассмотрим краткую характеристику комплексных показателей.

Общими логистическими издержками называются суммарные затраты, связанные с комплексом операционной деятельности логистики и логистическим администрированием.

К ним относятся: затраты на управление заказами, затраты на складирование и грузопереработку, затраты на управление запасами, затраты на транспортировку, затраты на информационно-компьютерную поддержку логистики и др. [1].

Анализ структуры логистических издержек в различных отраслях промышленности экономически развитых стран показывает, что наибольшую долю в них занимают затраты на:

- управление запасами (20-40%);
- транспортные расходы (15-35%);
- расходы на административно-управленческие функции (9-14%).

Анализ логистических издержек западными компаниями обычно проводится в процентном отношении к стандартным, объемным или ресурсным показателям, например:

- логистические издержки в отношении объема продаж;
- отдельные составляющие логистических затрат в отношении общих издержек;
- логистические издержки фирмы в отношении стандартов или среднего уровня в данной отрасли;
- логистические издержки в отношении соответствующих статей бюджета фирмы;
- логистические ресурсы бюджета на текущий момент в отношении прогнозируемых затрат.

Понятие **качества логистического сервиса** базируется на стандартизированных терминах «услуга» и «сервис».

По существу подавляющее большинство логистических операций/функций является услугами, поэтому логистический сервис можно определить как процесс предоставления логистических услуг (в результате выполнения соответствующих операций или функций) внутренним или внешним потребителям.

Характеристики услуги:

1. Природа услуги, при всем их разнообразии, имеет четыре основные характеристики (с точки зрения маркетинга): неосвязаемость, неотделимость, изменчивость и невозможность хранения (недолговечность).

2. Стандартизация и контроль качества услуг весьма сложны.

3. Для услуг нет потребности в наличии складов.
4. Очень важным является временной фактор оказания услуги.
5. Оказание услуг предполагает особую структуру канала распределения [2].

Посредники, действующие в логистической системе, являются в основном предприятиями сервиса, в которых услуги неразрывно связаны с продуктом, распределяемым продвигаемым и продаваемым на различных участках логистической сети. К таким звеньям относятся различные транспортные компании, экспедиторы, оптовые и розничные торговцы, склады, терминалы, таможенные брокеры, страховые компании и т.п. При этом стоимость логистических услуг может значительно превосходить затраты непосредственно на производство продукции.

Очень важно учитывать тот факт, что качество сервиса в логистике проявляется в тот момент, когда встречаются поставщик сервиса и покупатель. Измерение качества сервиса при анализе и проектировании логистической системы должно основываться на критериях, используемых покупателями логистических услуг для этих целей.

Важнейшим комплексным показателем эффективности логистической системы является **продолжительность полного логистического цикла** – время исполнения заказа потребителя (покупателя). Использование этого показателя (или его отдельных составляющих) обусловлено требованиями корпоративной стратегии, если в качестве основного фактора повышения конкурентоспособности фирмы выбирается время.

Комплексный показатель - **производительность (результативность) логистической системы** - определяется объемами логистической работы (услуг), выполненными техническими средствами, технологическим оборудованием или персоналом, задействованными в логистической системе, в единицу времени, или удельными расходами ресурсов в логистической системе.

Показатели производительности могут применяться для инфраструктурных логистических подразделений логистической системы в целом. Например, общим показателем производительности склада может служить грузооборот склада за сутки и т.п.

Комплексный показатель - возврат на инвестиции в логистическую инфраструктуру - характеризует эффективность капиталовложений в подразделения инфраструктуры логистической системы, к которым в настоящее время относят:

- складское хозяйство (склады разного вида и назначения, грузовые терминалы и терминальные комплексы);
- транспортные подразделения различных видов транспорта;
- транспортные коммуникации (автомобильные и железные дороги, железнодорожные подъездные пути и т.п.);
- ремонтные и вспомогательные подразделения, обслуживающие

транспортно-складское хозяйство;

- телекоммуникационная система;
- информационно-компьютерная система (комплекс технических средств и оргтехника).

Возврат на инвестиции в перечисленные объекты логистической инфраструктуры определяется в соответствии с действующими нормативно-методическими документами оценки эффективности капиталовложений.

Использованные источники:

1. Афанасенко И.Д., Борисова В.В. Логистика снабжения: Учебник для вузов. 2-е изд. Стандарт третьего поколения.
2. Пузыревская, А.А. Промышленный сервис: тексты лекций для студентов специальности «Маркетинг» заочной формы обучения. Минск: БГТУ, 2014.

*Катеринич Т.Н.
студент 4 курса*

*Шешко А. В.
студент 4 курса*

факультет «Инженерно-экономический»

Беларусь, г. Минск

МЕТОДЫ И МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматриваются методы оценки эффективности сбытовой деятельности на предприятии. Рассмотрено понятие сбытовой деятельности, факторы, влияющие на сбытовую деятельность, а также проанализированы методики оценки эффективности управления сбытовой деятельностью.

Ключевые слова: сбыт, сбытовая деятельность, оценка эффективности, методы оценки, балльные методы, социологические методы

In article evaluation methods of efficiency of sales activities at the entity are considered. The concept of sales activities, factors influencing sales activities is considered and also techniques of an efficiency evaluation of management of sales activities are analysed.

Keywords: sale, sales activities, efficiency evaluation, evaluation methods, mark methods, sociological methods

В рыночных условиях проблема управления сбытом решается уже на стадии разработки цели деятельности предприятий. Это означает, что прогнозирование производства продукции с самого начала должно быть ориентировано на конкурентные формы и методы сбыта. Поэтому сбытовая политика нацелена на обеспечение наибольшей эффективности процесса реализации товара.

Сбытовая деятельность – это комплекс мер по распределению готовой продукции (организация передачи права собственности на продукцию и ее

физическое перемещение от производителя к конечному потребителю) в рамках реализации общей политики маркетинга предприятия [1].

Оценка сбытовой политики предприятия позволяет определить, в правильном ли направлении движется отдел сбыта предприятия и само предприятие в целом.

Социологические методы оценки эффективности сбытовой деятельности нацелены на использование инструментов прикладной социологии – разработку программы социологического исследования и в соответствии с ней проведение самого исследования. На применение инструментов прикладной социологии также ориентирована оценка эффективности маркетинговых коммуникаций (эффективности рекламы, стимулирования сбыта, связей с общественностью, личных продаж, прямого маркетинга).

Балльные методы оценки эффективности сбытовой деятельности «вычлениают» эффективность по каждому мероприятию на соблюдение перечня критериев соответствия структур и процессов концепции маркетинга с выставлением определенных баллов по каждому критерию [2].

Показателями экономической эффективности сбытовой политики фирмы являются:

1) коэффициент реагирования клиента на коммерческие обращения, равный отношению объема реализации продукции к совокупным затратам, связанным со сбытом данной продукции;

2) коэффициент прибыльности затрачиваемого на сбыт времени, равный отношению полученной прибыли от сбыта продукции к стоимости затрат времени, потраченного на сбыт;

3) рентабельность сбыта, равная отношению затрат на сбыт продукции к проценту полученной при этом прибыли, определяемому, в свою очередь, отношением полученной прибыли к выручке от реализации товаров (услуг) [3].

Так же эффективность системы сбыта оценивается совокупностью различных показателей:

- увеличение прибыли от реализации продукции, работ, услуг;
- сокращение сбытовых издержек;
- увеличение товарооборота;
- сокращение времени доставки товара и прохождения по каналам товародвижения;
- увеличение количества удовлетворенных потребителей и снижение числа рекламаций;
- рост конкурентоспособности товара и конкурентного статуса предприятия;
- увеличение доли рынка [4].

Повышение эффективности подразумевает получение наибольших результатов при наименьших затратах или снижение совокупных затрат на

единицу продукции или выполненных работ, т.е. сопоставление результатов деятельности с затратами труда. Можно определять эффективность системы сбыта предприятия как соотношение роста объема продаж в результате стимулирования сбыта на рост сбытовых затрат .

Одним из элементов, которые изучаются при оценке эффективности системы сбыта, является канал сбыта.

По оценке эффективности каналов сбыта принимается решение вопроса о целесообразности использования посредников в канале.

В общем случае, услуги посредника востребованы, если их стоимость ниже собственных расходов на выполнение каких-либо работ.

Оценке эффективности также подвергается и комплекс сбытового маркетинга организации. Оценка системы продвижения происходит на этапе функционирования системы сбыта предприятия, так как для осуществления этой оценки необходимо иметь данные до применения организацией какого-либо метода и после.

Для расчета экономической эффективности рекламы могут быть использованы следующие методы:

- метод сравнения товарооборота до и после изменения в комплексе сбытового маркетинга;
- расчет эффекта от использования краткосрочного инструмента комплекса сбытового маркетинга;
- оценка рентабельности инструмента сбытового маркетинга;
- метод целевых альтернатив;

По методу сравнения товарооборота до и после изменения в комплексе сбытового маркетинга эффективность комплекса определяется либо путем сопоставления товарооборота за определенный отрезок текущего года, когда применялся новый комплекс продвижения, с данными за аналогичный период прошлого года, либо путем сопоставления ежедневного товарооборота до и после проведения краткосрочных изменений. Последний способ считается более оптимальным, так как постоянный рост цены из-за инфляции делает сопоставление данных за большие промежутки времени весьма затруднительным.

Метод целевых альтернатив определяет эффективность путем сопоставления планируемых и фактических показателей, оцениваемых как результат вложения средств в комплекс продвижения.

Говоря о критериях эффективности той или иной системы сбыта в общем, нужно заметить, что любая система сбыта должна стремиться к тому, чтобы быть: экономически эффективной, результативной, качественной.

Использованные источники:

1. Бурцев В.В. Сбытовая политика коммерческой организации// Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. - №12. – С.38-32.
2. Наумов В.Н. Маркетинг сбыта /Под научной редакцией профессора

Г.Л.Багиева: Учебное пособие - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. - 508 с.

3. Кононов М.В. Критерии оценки эффективности сбытовой политики //Современные аспекты экономики. – 2009. – № 1. – С.43-48.

4. Кобцев Р. Ю. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на основе единой модели// Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. - №6

*Качапкина А.С.
студент, 3 курс*

*Российский Экономический Университет им. Плеханова
факультет гостинично-ресторанной, туристической и
спортивной индустрии
Россия, г. Москва*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье рассмотрены основные тенденции в системе налогообложения малого бизнеса. Дана оценка произошедшим и предстоящим изменениям в системе налогообложения. Ключевые слова: налогообложение, малый бизнес, специальные налоговый режимы, упрощенная система налогообложения, единый налог на вмененный доход

The article describes the main trends in the taxation system of small businesses. The estimation of the past and the upcoming changes in the tax system was given.

Keywords: taxation, small business, special tax regimes, simplified tax system, single tax on imputed income.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Малые бизнес очень чутко реагирует на трансформации в системе налогообложения[13]. В последние годы можно отметить как положительные, так и негативные тенденции в сфере налогообложения малого бизнеса. Неблагоприятное воздействие на ведение предпринимательской деятельности оказывает введение торгового сбора, отмены льготы по налогу на имущество [8] для некоторых категорий налогоплательщиков, применяющих упрощенную систему налогообложения и ЕНВД. Зачастую принимаемые решения противоречат друг другу и сводят все усилия к нулю, если не к минусу, как в случае со страховыми взносами для индивидуальных предпринимателей в 2013 году.

Отметим в качестве положительного момента, что региональные и местные власти получили право снижать ставки налога по упрощенной системе налогообложения (УСН), как по объекту налогообложения «доходы - расходы», так и по объекту «расходы» и единого налога на вмененный доход (ЕНВД), но они не обязаны это делать.

В период 2013-2015 годов проведена масштабная работа по упрощению процедур взаимодействия налоговых органов с налогоплательщиками на основе использования современных информационно-коммуникационных технологий, и работа по совершенствованию налогового администрирования продолжается.

Повышены предельных значений дохода от осуществления предпринимательской деятельности для отнесения хозяйственных субъектов к категории малый и средний бизнес [2], что позволит автоматически присваивать статус субъекта малого и среднего предпринимательства юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям без прохождения административных процедур, связанных с предоставлением дополнительных документов, и совершения других действий для подтверждения соответствующего статуса[1].

Рассмотрим структуру поступивших налогов в бюджетную систему Российской Федерации (рис.1).

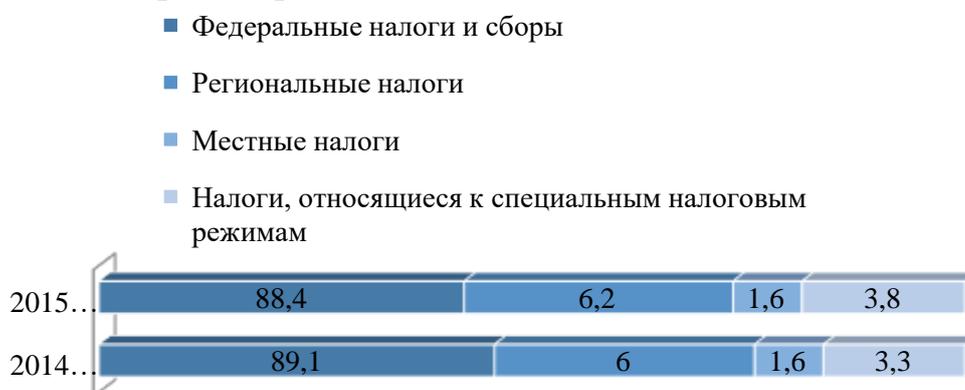


Рисунок 1. - Структура поступивших налогов, сборов, иных обязательных платежей в бюджетную систему РФ,% [7]

Анализ структуры поступивших налогов и сборов (рис. 1) позволяет сделать вывод о том, что роль малого бизнеса в пополнении бюджета незначительна. Малый бизнес, прежде всего, обеспечивает занятость населения[10;12], удельный вес занятых на малых предприятиях в 2014 году составил 23,6%[9].

Внесение изменений в специальные налоговые режимы планируются продолжить и в 2017 -2018 гг.

В плане действий Правительства России, направленных на обеспечение стабильного социально-экономического развития Российской Федерации в 2016 году предложено в рамках поддержки малого и среднего предпринимательства в сфере налогообложения следующие мероприятия (срок реализации 2 квартал 2016 года)[3]:

1. Увеличение пороговых размеров дохода для применения специальных режимов налогообложения (до 120 млн. рублей).

2. Повышение предельного размера стоимости основных средств, используемого в целях применения упрощенной системы налогообложения

3. Введение налоговых вычетов в части понесенных расходов в связи с приобретением контрольно-кассовой техники нового образца индивидуальными предпринимателями, применяющими специальные налоговые режимы в виде единого налога на вмененный доход и патентную систему налогообложения, деятельность которых ранее не требовала применения контрольно-кассовой техники

4. Корректировка механизма установления значения коэффициента-дефлятора, используемого в рамках системы налогообложения в виде единого налога на вмененный доход.

5. Введение для граждан, осуществляющих приносящую доход деятельность и не зарегистрированных в качестве индивидуальных предпринимателей, возможности добровольного уведомления об осуществлении указанной деятельности с освобождением их на три года от уплаты налогов и обязательных платежей в государственные внебюджетные фонды, а также освобождение указанных граждан от ответственности за ведение незаконной предпринимательской деятельности.

Планируемые мероприятия позволят большему числу субъектов предпринимательской деятельности использовать специальные налоговые режимы, что даст им возможность снизить налоговую нагрузку.

Повышение числа организаций, использующих упрощенную систему налогообложения, будет способствовать росту малого и среднего бизнеса в Российской Федерации.

Важнейшие изменения коснутся ЕНВД. Согласно Федеральному закону от 29 июня 2012 г. N 97-ФЗ положения главы 26.3 части второй Налогового Кодекса не применяются с 1 января 2018 г, т.е. с 2018 года ЕНВД отменяются. В антикризисном плане Правительства на 2016 год отмечается обеспечение продления действия системы налогообложения в виде единого налога на вмененный доход юридических лиц до 31 декабря 2020г. с одновременным сокращением сферы его применения. Отметим, что Президент России 2 июня 2016 года подписал закон о продлении срока действия льготной системы налогообложения в виде единого налога на вмененный налог до 1 января 2021 года. ЕНВД наряду с упрощенной системой налогообложения является одним из самых востребованных специальных режимов налогообложения, используемых малым бизнесом для снижения налогового бремени (рис.2) .

- Количество налогоплательщиков, представивших налоговые декларации по налогу, уплачиваемому в связи с применением упрощенной системы налогообложения (ед./чел.), всего:
 - по объекту налогообложения - доходы
 - по объекту налогообложения – доходы – расходы
- Количество индивидуальных предпринимателей, применяющих патентную систему налогообложения (чел.)
- Количество налогоплательщиков, представивших налоговые декларации по единому налогу на вмененный доход для отдельных видов деятельности (ед./чел.)

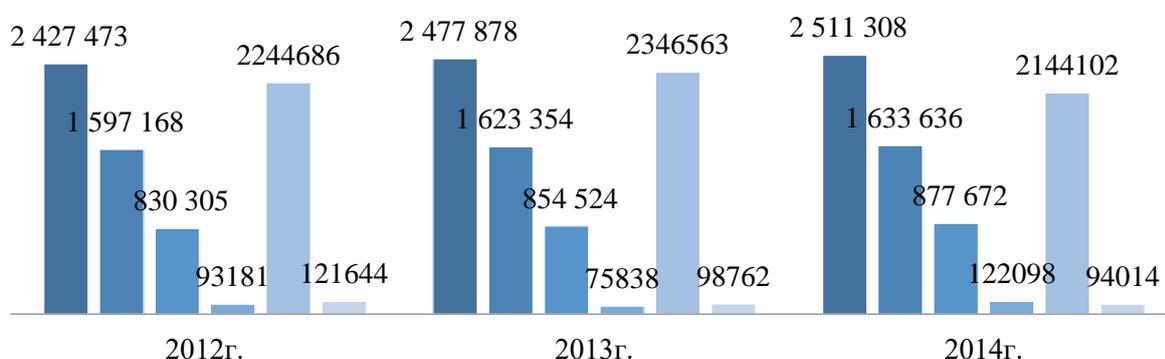


Рисунок 2 - Количество налогоплательщиков, подавших налоговую декларацию, в связи с применением специальных налоговых режимов за 2012 – 2014 гг. [7]

Данные мероприятия направлены на структурную перестройку модели экономического развития и будут использованы инструменты, обеспечивающие улучшение условий ведения бизнеса и регуляторной среды, поддержку малого и среднего предпринимательства, импортозамещения, экспорта несырьевой продукции [12].

По нашему мнению, в целях поддержки малого предпринимательства, необходимо дальнейшее развитие налоговой системы. Использование специальных налоговых режимов существенно снижает налоговую нагрузку на малый бизнес и дополнительно сокращаются затраты на ведение бухгалтерской и налоговой отчетности. Планируемое увеличение пороговых значений дохода, при котором налогоплательщик должен использовать основную систему налогообложения до уровня 120 млн. руб., будет стимулировать рост малого и среднего бизнеса, и способствовать гармонизации налогового законодательства и законодательства о развитии малого и среднего предпринимательства.

Существенные изменения коснутся и страховых взносов, с 1 января

2017 года вводится единый социальный страховой взнос (ЕССС).

Для малого бизнеса можно отметить в качестве положительного момента, сокращение затрат на взаимодействие с различными органами власти и внебюджетными органами, так как администрирование страховых взносов на обязательное пенсионное и социальное страхование будет возложено на ФНС. Можно предположить, что это повлечет за собой и сокращение форм отчетности.

Однако изменение администрирования страховых взносов до 01.01.17 сопровождается внесением изменений в более чем 50 нормативных актов, которое может затронуть и предоставляемые льготы для малого бизнеса. Значительный объем в налоговой нагрузке малого бизнеса сегодня приходится на страховые взносы, актуальным является вопрос о расширении перечня льгот в отношении страховых взносов. Отметим, что этот вопрос регулярно обсуждается бизнес сообществом, и расширение перечня льгот можно рассматривать как дополнительную меру поддержки малого бизнеса.

С целью выявления неналоговых платежей, обладающих, по сути, налоговой природой и недопущения роста их числа, следует провести инвентаризацию на федеральном, региональном и муниципальном уровне. Инвентаризацию позволит систематизировать все платежи и сборы, провести кодификацию существующих платежей, а также сократить или исключить избыточную либо неэффективную часть. Антикризисный план Правительства РФ на 2016 год предусматривает закрепление в законодательстве Российской Федерации принципов установления и взимания неналоговых платежей субъектов предпринимательской деятельности (срок выполнения установлен декабрь 2016 года). На среднесрочный период установить мораторий в отношении неналоговых платежей.

Постоянные изменения в налоговых режимах, в условиях нестабильности макроэкономической ситуации, негативно отражаются на предпринимательской и инвестиционной активности [4;5;11]. По нашему мнению, перспективы развития налогообложения малого бизнеса не должны приводить к повышению налоговой нагрузки этой категории субъектов хозяйствования.

Самое главное при планировании изменений в налоговом законодательстве, необходимо учитывать, что для ведения предпринимательской деятельности и возможности эффективного планирования, важным фактором является стабильность законодательства, в том числе в сфере налогообложения.

Использованные источники:

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» статья 4
2. Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего

предпринимательства»

3. План действий Правительства России, направленных на обеспечение стабильного социально-экономического развития Российской Федерации в 2016 году [Электронный ресурс]: //

<http://government.ru/media/files/X6NrRVuOj1ALG5ZoCbVm5G3IQ0lCkh.pdf>

4. Аверин А. В., Рязанов А. А. Совершенствование механизмов государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства московской агломерации // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. - 2015. № 1-1. - С. 24-31.

5. Верещагина Е.Ю., Полякова А.А. Подходы к классификации затрат учреждений высшего профессионального образования // Вестник ТвГУ. - 2014. - №2. – С. 191-203.

6. Виноградская Н.А., Каплин А.С. Практика использования механизма самооценки кредитоспособности предприятия. // Экономика в промышленности. 2011. № 4. С. 68-73

7. Данные по формам статистической налоговой отчетности. [Электронный ресурс]: //

https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/forms/

8. Ларионова А.А., Буташ Ю.И. Налог на имущество организаций в 2015 году и упрощенная система налогообложения. В сборнике: Всероссийская студенческая конференция «ИНТЕКС 2015». Москва, 14-16 апреля 2015 г. С. 97-99

9. Малое и среднее предпринимательство в России. 2015: Стат.сб./ М 19 Росстат. М., 2015. - 96 с.

10. Полякова А. А. Виды затрат вузов на оказание образовательных услуг // Ценности и интересы современного общества: сб. науч. трудов по рез. междунар. науч.-практ. конф. – Москва. – 2014. – С. 322-325.

11. Полякова А. А. К вопросу о зависимости финансовой устойчивости вуза от его формы собственности // Экономика и предпринимательство. – Москва. – 2016. - №3-2 (68-2). – С. 650-653.

12. Полякова А. А. Проблемы импортозамещения в современной России // Актуальные проблемы финансово-кредитной сферы и финансового менеджмента: каф. сб. ст. – Москва. – 2015. – С. 52-57

13. Федотова Г.А., Андреева О.В., Воронкова О.Н., Гульпенко К.В., Логинова В.А., Майорова А.Н. Состояние и перспективы развития экономики (мировой, национальной, региональной). Монография. В двух книгах / Одесса, 2015. Том Книга 1

14. Rudenko, L.G., Zaytseva, N.A., Larionova, A.A. Chudnovskiy, A.D. & Vinogradova, M.V. Socio – Economic Role of Service – Sector Small Business in Sustainable Development of the Russian Economy. // European Research Studies. 2015. Volume XVIII, Special Issue, 219 – 234

*Качурина А.С.
студент 4го курса
Мостыка К.С.
студент 4го курса
Белорусский государственный технологический университет
Беларусь, г. Минск*

СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПРИНЦИПЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Статья посвящена управлению сбытовой деятельностью. Сбытовая деятельность является важной структурной составляющей любой организации. Следовательно, обеспечив эффективное управление сбытовой деятельностью, можно достичь не только планируемых показателей прибыли, выручки, но и превысить их.

Ключевые слова: сбытовая деятельность, принцип, контроль, управление сбытовой деятельностью.

The article is devoted to managing sales activities. Marketing activities are an important structural component of any organization. Therefore, ensuring effective management of marketing activities, not only to achieve the planned indicators of profit, revenues, but to exceed them.

Key words: marketing activity, principle, control, management and marketing activities.

Сбыт определяется как сфера деятельности предприятия-производителя (либо фирмы, оказывающей услуги), имеющая своей целью реализацию продукции на соответствующих рынках [1, с.20].

«Термин «управление сбытом» имеет несколько толкований. В широком смысле он может толковаться как общее руководство сбытовой деятельностью фирмы. Так, совет директоров управляет сбытом, используя различные методы и принимая различные решения [2, с.106].

Управление продажами, в общем, не отличается от управления любой другой деятельностью. В каждом случае руководитель должен:

- определить цели работы;
- вести контроль достижения этих целей;
- управлять процессом достижения целей [2, с.108].

В узком смысле управление сбытом понимается как планирование и реальное каждодневное руководство сбытовой деятельностью фирмы. Управление сбытом как одна из многочисленных функциональных задач компании и должна осуществляться в соответствии с одобренным планом, который является составной частью маркетинга, а тот в свою очередь – частью общего плана компании [2, с.110].

Достижение целей необходимо контролировать не только по итоговому результату, но и по текущим показателям процесса сбыта. Тем не менее часто процесс управления сбытом подменяется процессом управления работой сотрудников, а точнее их активностью.

Чтобы управлять результатами сбыта, необходима информация, характеризующая процесс сбыта, процесс работы с клиентом, начиная с момента его поиска и заканчивая получением оплаты и отгрузкой товара или оказанием услуги. Каждый процесс может завершаться либо успехом – продажей товара, либо отказом клиента от покупки [2, с.115].

Эффективное функционирование любой фирмы невозможно без правильно организованной службы сбыта. Для реализации товаров организация должна проводить комплекс целенаправленных действий, обеспечивающих перемещение товаров в рыночном пространстве.

Вместе с тем высокая результативность сбыта продукции может быть достигнута только в том случае, если сбытовой деятельностью профессионально управлять [2, с.130].

Существует пять исходных управленческих функций – планирование, подбор персонала, его обучение, руководство и контроль.

Планирование продаж – одна из функций управления сбытовой деятельностью, которая представляет собой процесс определения целей и путей их достижения. Специфическими функциями планирования определяются распределение ресурсов, адаптация к рыночной среде, внутренняя координация и стратегическое предвидение. Это создание рентабельных команд торговых работников, ориентированных на потребителей.

Кадровое обеспечение представляет собой деятельность, связанную с привлечением, развитием и поддержкой эффективного торгового персонала. Оно включает две задачи: планирование потребностей в персонале для деятельности по сбыту и планирование его занятости. При решении первой задачи определяется, какой именно персонал, и в каком количестве необходим. Планирование занятости включает такие процессы, как отбор и социализацию в группе торговых работников.

Подготовка сбытового персонала – это действия, направленные на формирование у работников необходимой организационной культуры и знаний, способствующих эффективным продажам. Обучение проводится для повышения удовлетворенности потребителей.

Руководство – это способность оказывать влияние на отдельные личности и группы людей, направляя их усилия на достижение целей организации. Оно предполагает руководство сбытовым персоналом для получения необходимых результатов.

Контроль – это мониторинг деятельности аппарата сбыта, позволяющий определить, достигает ли компания поставленных целей или нужно внести поправки в ее работу [3, с.278].

Методологическим обоснованием управления сбытовой деятельностью выступает система принципов, которая выработана теорией и практикой. Данная система включает общие и частные принципы.

Общие принципы относятся к самой сути управления и постоянны в

любых управленческих условиях. К общим принципам управления относят: научность, системность, комплексность, эффективность, гибкость, принцип оптимального сочетания централизованного и децентрализованного управления, единоначалия.

Частные принципы актуальны для конкретных действий и вытекают из особенностей объекта управления. В данном случае можно выделить следующие частные принципы:

- принцип ориентации на рынок означает, что критерием принятия решений по сбыту должен быть потребитель, модели его поведения;

- принцип организационной гибкости требует обретение системой управления сбытом способности гибко реагировать на изменения рынка и выработать эффективные меры по адаптации к рынку;

- принцип профессионализации сбыта предполагает специальную подготовку торгового персонала, потому что только при профессиональном управлении можно достичь значимых результатов;

- принцип выделения приоритетов, который направлен на постоянное изучение и знание всех особенностей и деталей управления сбытом и определение наиболее приоритетных управленческих воздействий, способствующих получению высокой результативности сбыта;

- принцип ориентации на управление рисками, в соответствии с которым руководство компании должно обладать умением предвидеть и упреждать риски, возникающие из-за высокой неопределенности среды сбыта;

- принцип личной инициативности предполагает, что каждый сбытовой работник должен не только исполнять должностные инструкции, но и проявлять инициативу;

- принцип ответственности за принятые полномочия, который обеспечивает высокую результативность сбыта, а, следовательно, и высокую репутацию работников этой сферы;

- принцип организационной оптимизации, который нацеливает на формирование эффективной, в то же время, гибкой и адаптивной структуры управления сбытом [3, с.317].

Управление сбытовой деятельностью предприятия можно разделить на следующие этапы:

1. Определение каналов сбыта;
2. Выбор посредников;
3. Организация поставок;
4. Стимулирование деятельности посредников;
5. Контроль деятельности посредников [4, с. 154].

1 этап. Выбор определенного типа канала сбыта зависит от планируемых показателей продаж и прибыли компании, ресурсов, имеющихся в её распоряжении, и стратегии позиционирования.

2 этап. Необходимо определиться с общим количеством посредников,

через которых будет продаваться продукция фирмы. Ключевой фактор, который оказывает максимальное влияние на принятие данного решения – выбранная стратегия охвата.

3 этап. При организации поставок продукции фирмы на предприятия-посредники важно учитывать следующие требования:

1. Плановость поставок;
2. Ритмичность доставки;
3. Оперативность поставок;
4. Экономичность поставок.

4 этап. Для того, чтобы участники сбытовой сети эффективно продавали продукцию поставщика, их необходимо мотивировать. Различают стимулирующие и партнерские факторы мотивации.

5 этап. Контроль деятельности посредников. Контроль производителя над деятельностью участников сбытового канала позволяет направлять её в интересах поставщика, или по крайней мере оказывать на неё значительное влияние.

Использованные источники:

1. Баркан Д. И. Б25 Управление продажами: Учебник / Д. И. Баркан; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб.: Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2007. – 908 с.
2. В. Вертоградов. Управление продажами. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2005. – 240 с: ил. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»).
3. Добротворский И.Л.; автор-составитель. Практика продаж. М. 2006

*Качурина А.С.
студент 4го курса
Мостыка К.С.
студент 4го курса*

*Белорусский государственный технологический университет
Беларусь, г. Минск*

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ И ПОСТРОЕНИЮ СБЫТОВЫХ СИСТЕМ

Статья посвящена сбытовым системам и их построению. Построению сбытовых систем необходимо уделять немалое внимание, так как от их функционирования будет зависеть сбытовая деятельность в целом.

Ключевые слова: сбытовая система, сбыт, канал, прямой канал, непрямо́й канал, структура.

The article is devoted to value systems and their construction. Building distribution systems should be given considerable attention, as their functioning will depend on the marketing activity in General.

Keywords: sales system, sales, channel, direct channel, indirect channel structure.

Сбытовая система производственного предприятия представляет собой совокупность субъектов сбытовой деятельности и определенные организационно-правовые взаимоотношения и взаимосвязи между ними [1, с. 159].

Система сбыта продукции – ключевое звено логистики сбыта и своего рода финишный комплекс во всей деятельности фирмы по созданию, производству и доведению товара до потребителей [1, с.160].

Организация сбыта тесно связана с планированием, упорядочением всех работ во времени и в пространстве, и с распределением их между сотрудниками отдела сбыта.

Основным средством и инструментом координации является организационная форма, структура службы сбыта, которая отражает размер фирмы, тип и ассортимент товаров, количество и месторасположение покупателей, каналы распределения, методы торговли, права и ответственность от вышестоящего к нижестоящему уровню. В зависимости от сочетания этих факторов фирмы могут использовать следующие формы организации службы сбыта: функциональную, региональную, товарную, отраслевую, комбинированную.

Функциональная организация службы сбыта используется малыми и средними фирмами, имеющими однородную номенклатуру товаров. Коммерческий директор координирует торговые операции на национальном и внешнем рынках, рекламу и стимулирование сбыта. Управляющий по сбыту на национальном рынке организует работу сбыта с помощью трех управляющих по сбыту, осуществляет контроль за складированием, транспортировкой и доставкой товара через заведующего отделом распределения.

Недостатком этой формы организации является то, что могут потребоваться значительные средства на ее адаптацию в случае расширения номенклатуры продукции и появления возможности реализации товара на различных рынках. Региональная организация сбыта применяется компаниями, которые выпускают ограниченное количество однородных товаров и используют разветвленную распределительную сеть с большим числом торговых точек.

Каждое подразделение в такой организационной структуре возглавляет региональный коммерческий директор, подчиненный – маркетинг-директору фирмы. Такая организация позволяет агентам по сбыту тесно сотрудничать с потребителями в пределах обслуживаемой территории и работать с минимальными затратами времени и средств на разъезды, так как они проживают на территории этого региона.

Региональная организационная структура эффективна, когда имеют место рассредоточенность торговых операций, высокая концентрация предприятий в пределах каждого отдельного района и различия во вкусах и предпочтениях покупателей, проживающих в разных географических

районах. Достоинством такой организации сбыта является то, что такие смежные отделы, как рекламный, маркетинговых исследований, планирования ассортимента продукции, централизованны, т. е. входят в состав главного управления фирмой и обслуживают все региональные группы сбыта продукции.

Товарная организация сбыта формируется, когда планируется реализация товаров широкого ассортимента и различной номенклатуры. Вся ответственность за планирование и разработку стратегий для реализации определенного продукта или группы продуктов возлагается на управляющего продуктом (группой продуктов). Управляющий сбытом организует разработку стратегии сбыта, прогноза и сметы сбыта, политики цен и упаковки, мероприятий по рекламе и стимулированию сбыта. Торговые уполномоченные руководят специалистами по сбыту конкретного товара или группы товаров и несут ответственность за формирование заказов и реализацию товара (А Б, В и т.д.). Специалисты по сбыту конкретного товара являются высококвалифицированными работниками, компетентными в области характеристик, назначения и использования товара А, имеющими опыт работы с покупателями.

Достоинство товарной организации сбыта – возможность комплексной координации сбыта по определенному продукту или товарной группе. Такая организация сбыта, целесообразна в первую очередь для очень крупных фирм, которые имеют большой товароборот по каждой группе товаров и каждому виду товара. Однако с расширением номенклатуры товаров значительно возрастают затраты на содержание персонала, так как растет численность сотрудников.

Отраслевая организация сбыта применяется для поставки однородной продукции фирмам-потребителям различного профиля (машиностроение, энергетика, химия, текстильная промышленность и т. д.).

Коммерческому директору подчиняются управляющие сбытом продукции по каждой отрасли промышленности. Количество специализированных отделов (групп) сбыта определяется числом обслуживаемых отраслей промышленности. В качестве уполномоченных по сбыту привлекаются торговые работники, имеющие инженерную или инженерно-экономическую подготовку по конкретной отрасли промышленности.

Такая организация службы сбыта наиболее приемлема для реализации товаров производственно-технического назначения и сырьевых продуктов. Комбинированная организация сбыта наиболее часто используется организациями, экстенсивно расширяющими предпринимательскую и торговую деятельность.

Комбинированная структура сбыта, как правило, более гибкая и имеет высокую готовность к новым требованиям расширения номенклатуры производимой продукции, появлению новых рынков, новым требованиям

покупателей.

На практике применяются различные комбинации структур организации сбыта, например, функционально-продуктовая, продуктово-рыночная, регионально-функциональная и др. От того, какая будет принята и использована организационная структура сбыта, зависят во многом результаты деятельности не только сбытовой службы, но и организации в целом [3, с 239].

В мировой практике анализ разработки и создания структур в канале обозначается термином «дизайн канала». Данный термин достаточно точно характеризует сущность формирования каналов, и включает не только строгие методические подходы и научные основания, но и творческие навыки, фантазию, неординарные взгляды на создание канала. Поскольку дизайн как таковой в любом своем проявлении и выступает как единство науки и искусства создания чего-либо, то термин, принятый в мировой практике маркетинга, вполне правомерен [4, с. 317].

Структура канала распределения характеризуется числом входящих в него уровней между производителем и конечным потребителем. Под уровнем канала подразумевается конкретный посредник за исключением сервисных компаний, которые имеют отношение лишь к системе организации торговых операций. Существуют и такие каналы распределения, в которых нет посредников, а, следовательно, и уровней. Согласно критерию наличия или отсутствия уровней различают прямые и непрямые каналы распределения.

В прямом канале производитель продает товар непосредственно потребителю, в данном канале нет посредников, и поэтому его называют каналом 0-го уровня.

В непрямом канале существует один или несколько разных посредников. В зависимости от их количества каналы различают на длинные не прямые и короткие не прямые. Длинные не прямые каналы труднее контролировать, так как увеличение числа посредников, прежде всего, уменьшает конкурентоспособность товара по цене и искажает политику торговых марок производителя, но с другой стороны, такие каналы позволяют получить достаточно большой охват рынка. Поэтому определение конфигурации каналов распределения является одним из ключевых стратегических маркетинговых решений производителя, при котором он должен руководствоваться различными критериями.

Использованные источники:

1. Казаков С. П. Система товародвижения // В кн.: Основы маркетинга / Рук.: И. В. Липсиц; под общ. ред.: И. В. Липсиц, М. Н. 2014. Гл. 6. С. 150-177.
2. Торговое дело: экономика и организация: Учебник/Под общ. ред. проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько. М.: ИНФРА-М, 1997. – 256 с.
3. Джоббер Д., Ланкастер Дж. Продажи и управление продажами: Учеб. пособие для вузов.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. - 622 с.
4. Светлана Хлуднева. Управление продажами.

5. Кондрашов В.М. Управление продажами / Под ред. В.Я. Горфинкеля. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007;

*Качурина А.С.
студент 4го курса
Мостыка К.С.
студент 4го курса
Белорусский государственный технологический университет
Беларусь, г. Минск*

МЕТОДЫ АНАЛИЗА КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ

Статья посвящена определению наиболее часто используемых методов анализа клиентской базы. Выделены прогнозные и описательные методы анализа. Более подробно рассматривается сущность и этапы проведения ABC-анализа, XYZ-анализа, BCG-анализа и VEN-анализа.

Клиентская база, клиент, метод, анализ, ABC-анализ, XYZ-анализ, BCG-анализ, VEN-анализ.

Ключевые слова: клиентская база, описательный анализ, динамика, клиенты.

The article is devoted to defining the most frequently used methods of analysis of the customer base. Dedicated predictive and descriptive methods of analysis. More in detail the nature and stages of the ABC-analysis, XYZ-analysis, BCG-analysis and VEN analysis.

Client base, client, method, analysis, ABC-analysis, XYZ-analysis, BCG-analysis, VEN-analysis.

Keywords: customer base, the descriptive analysis of dynamics customers.

Современный потребительский рынок характеризуется жесткой конкурентной борьбой за клиента. Информация о потребителе и история его покупок, собранная в клиентскую базу данных, дают преимущество ее владельцу в конкурентной борьбе.

Клиентская база – это данные о покупателях, их характеристиках, потребительском поведении и прошлых покупках, собранные и организованные таким образом, чтобы их можно было быстро извлечь для получения необходимой информации. Помимо данных о существующих клиентах, клиентская база содержит сведения о потенциальных клиентах [1].

Методы анализа клиентской базы позволяют статистически достоверно выделить наиболее перспективных лиц для конкретного предложения, продукта или услуги. Кроме того, они позволяют прогнозировать или отслеживать влияние того или иного маркетингового мероприятия на продажи.

Выделяют два вида анализа клиентской базы: описательный и прогнозный.

Описательный анализ – это исследование прошлого и настоящего, служащее для предоставления полного описания истории, моделей поведения

и действий клиента. Выявляются шаблоны в рамках имеющихся данных о покупательском поведении. В чисто описательном анализе трудно разглядеть будущее, однако он обеспечивает надежную основу для предсказательной аналитики.

Прогнозный анализ используется для прогнозирования будущего поведения клиента. Имея клиентскую базу и историю поведения клиентов, можно определить, поступит ли клиент определенным образом. Например, можно с достаточно большой точностью предсказывать уход клиента из компании. В настоящее время уже существуют программные продукты, позволяющие проводить многомерные анализы с помощью методов дерева решений и нейронных сетей и выдавать определенную вероятность наступления события.

К описательным методам анализа клиентской базы относятся ABC-анализ, XYZ-анализ, BCG-анализ и VEN-анализ.

ABC-анализ – это один из самых простых и наиболее распространенных методов анализа клиентской базы, который заключается в распределении клиентов на категории (А, В или С) в зависимости от размера их оборота или прибыли. Данный метод показывает позицию каждого клиента по отношению к общему объему продаж, позволяет отследить динамику процесса и для каждой группы клиентов разработать индивидуальные стратегии и тактики работы.

Клиенты группы «А» – ключевые клиенты, на которых приходится более половины продаж. Для того чтобы клиентская база была сбалансирована, необходимо стремиться довести данную группу хотя бы до 20% от общего числа клиентов.

Клиенты группы «В» обычно обеспечивают 20% общего объема продаж. При работе с этой группой важно сосредоточиться на повышении «статуса» каждого из клиентов, в этом случае клиенты группы «В» будут плавно перетекать в более высокую и более прибыльную группу «А».

Группа «С» – это основная масса клиентов, на которых обычно приходится оставшиеся 5% продаж. Работа с такими клиентами сопряжена с большими затратами времени и труда менеджеров и часто не только отличается невысокой рентабельностью, но и бывает прямо убыточной. Основная задача при взаимодействии с такими клиентами – сокращение издержек.

Классический ABC-анализ по обороту включает следующие этапы: определение поступлений от каждого из клиентов за отчетный период, определение доли каждого клиента в общей сумме поступлений; распределение клиентов в порядке убывания по доле финансовых поступлений; определение клиентов, которые попадают в категорию А, В и С; группировка клиентов по группам; анализ причин, по которым компания работает с клиентами группы В и С; разработка предложений и рекомендаций.

XYZ-анализ – это метод анализа клиентской базы, с помощью которого

можно оценить лояльность клиентов, основанную на стабильности покупок.

XYZ-анализ предполагает деление клиентов на 3 группы.

– Группа X: самые лояльные клиенты, с самой стабильной частотой закупок.

– Группа Y: клиенты с менее стабильными закупками.

– Группа Z: клиенты с нестабильными (хаотическими закупками).

В случае, когда клиентская база сегментирована по ABC и XYZ, можно сформировать BCG-анализ. Наложение результатов XYZ-анализа на данные анализа по методу ABC позволяет сформировать матрицу деления клиентской базы на девять подгрупп: AX, AY, AZ, BX, BY, BZ, CX, CY, CZ и на основании этих данных строить отношения с клиентами. Наиболее ценными клиентами являются клиенты группы AX, а наименее ценные – клиенты группы CZ.

Звезды (AZ) – это те клиенты, которые купили неожиданно много, поэтому можно предположить, что у них высокий потенциал. Их должны обслуживать самые лучшие менеджеры по продажам, с целью «раскрутки» на постоянные большие объемы.

Коровы (AX) – это самые лучшие клиенты, они покупают много и постоянно, поэтому необходимо, чтобы их обслуживали самые исполнительные продавцы, которые исполняют в срок все обязательства, аккуратно и точно выполняют все поступающие заказы.

Собаки (CZ) покупают мало и редко, поэтому можно обратить на них внимание в последнюю очередь, или вообще не продолжать отношения с ними [2].

Трудные дети. К этой группе относятся все остальные клиенты, которые не вошли в предыдущие группы.

VEN-анализ необходимо проводить совместно с ABC-анализом. VEN-анализ позволяет оценить рациональность (разумность) расходования финансовых средств. Для этого всю клиентскую базу делят на 3 категории: V – жизненно важные, E – необходимые и N – неважные клиенты.

Рассмотренные методы анализа клиентской базы позволяют ранжировать клиентов по степени привлекательности для компании. Анализ клиентской базы и распределение клиентов на категории позволяет разработать дифференцированный подход по отношению к каждой категории клиентов. При этом компания не распывает свои средства на неприбыльных клиентов, а предоставляет дополнительные ценности и укрепляет взаимоотношения с наиболее перспективными и прибыльными клиентами и максимальные ресурсы направляет на раскрытие потенциала клиентов и увеличение их прибыльности. Следует отметить, что перечисленные методы должны применяться в целостной взаимосвязанной системе, что позволяет существенно расширить область применения такого инструментария и дать дополнительный экономический эффект.

Использованные источники:

1. Андреева А.В. Оптимальное управление клиентской базой компании на основе показателя долгосрочной стоимости клиента // Бизнес-информатика. 2012. № 4 (22). – 61с.
2. Полежаев И.Е. Метод сегментации клиентских баз данных на основе жизненного цикла клиента // Электронный научный журнал «Исследовано в России». 2006.

*Качурина А.С.
студент 4го курса
Мурашко А.С.
студент 4го курса*

*Белорусский государственный технологический университет
Беларусь, г. Минск*

МАТРИЦА ADL В УПРАВЛЕНИИ СБЫТОМ

Статья посвящена управлению сбытовой деятельностью при помощи модели ADL. Сбытовая деятельность является важной структурной составляющей любой организации. Следовательно, обеспечив эффективное управление сбытовой деятельностью, можно достичь не только планируемых показателей прибыли, выручки, но и превысить их.

Ключевые слова: сбытовая деятельность, принцип, контроль, управление сбытовой деятельностью, модель ADL.

The article is devoted to managing sales activities using the model ADL. Marketing activities are an important structural component of any organization. Therefore, ensuring effective management of marketing activities, not only to achieve the planned indicators of profit, revenues, but to exceed them.

Key words: marketing activity, principle, control, management and marketing activities, the model ADL.

В условиях жесткой конкуренции главной задачей в системе управления сбытом становится завоевание и сохранение организацией предпочтительной доли рынка и удержание превосходства над конкурентами в избранном сегменте.

Главная задача сбытовой деятельности – получение прибыли от реализации продукции предприятия. Однако служба сбыта не может решить данную задачу, функционируя изолированно, поэтому сбыт должен взаимодействовать с другими подразделениями предприятия.

Каждому предприятию, планирующему объем производства и производственную мощность, необходимо знать, какую продукцию, в каком объеме, где, когда и по каким ценам оно будет продавать. Для этого нужно изучить спрос на продукцию, рынки ее сбыта, потенциальных покупателей, доступность необходимых материальных ресурсов, наличие кадров нужной квалификации и т. д. От этого зависят конечные финансовые результаты, воспроизводство капитала, его структура и, как следствие, финансовая

устойчивость предприятия. Основной задачей управления сбытом на данном этапе является формирование портфеля заказов.

Портфель заказов – совокупность товаров, которые будут реализованы на рынке. От портфеля заказов зависят производственная мощность предприятия и степень ее использования в процессе дальнейшей деятельности. Если спрос на продукцию падает по каким-либо причинам, то, соответственно, уменьшается портфель заказов, идет спад производства, растет себестоимость продукции, формируются убытки и предприятие может стать банкротом.

Можно выделить следующие источники формирования заказов:

– перечень договоров (заказов), которые заключены с предприятием на определенный период времени (заказы от постоянных заказчиков, правительственный заказ);

– прогноз объема сбыта готовой продукции.

Чтобы спрогнозировать объем сбыта готовой продукции предприятие должно уметь управлять своим ассортиментом.

Управление ассортиментом – это выбор, какие товары производить, в каком объеме и по какой цене их продавать. Ответив правильно на все 3 вопроса, можно существенно повысить эффективность деятельности предприятия. Управление ассортиментом лежит на стыке экономического и маркетингового анализа. Работа по оптимизации ассортимента начинается с маркетингового анализа. Маркетинговый анализ представляет собой сбор, изучение и анализ информации о рынке: общее состояние и тенденции развития отрасли, расклад сил по компаниям конкурентам, изменения в потребительских предпочтениях и ожиданиях[1].

Для этого на предприятии может быть использована модель ADL. При разработке стратегии целой компании важно учитывать состояние отрасли и понимать, вписывается ли в нее товар или услуга. Наиболее простой и удобный способ ответить на этот вопрос поможет использование ADL матрица.

ADL матрица является удобным инструментом при разработке стратегии, она позволяет планировать стратегию компании, товара или услуги в соответствии со стадией жизненного цикла отрасли и силой компании на рынке.

Используя матрицу, всего лишь за несколько минут можно выработать правильные направления для стратегических управленческих решений, определить долгосрочный вектор развития товара или услуги.

Матрица ADL состоит из 20 различных стратегий, которые формируются на основе разного сочетания зрелости отрасли и конкурентной позиции компании в отрасли.

Для построения матрицы нужно выполнить три шага.

Шаг первый: Определить степень зрелости рынка.

Сперва следует ответить на следующие вопросы:

Как быстро растет Ваш рынок?

Насколько высок потенциал рынка? (высокий, средний, рынок достиг своего максимума).

Какова пенетрация товара или услуги среди целевой аудитории?

Как бы Вы оценили уровень конкуренции на рынке?

Как бы Вы оценили степень новизны используемых технологий?

Уровень инвестиций в рынок увеличивается или уменьшается?

Насколько уровень цен в отрасли является завышенным?

Далее выбрать наиболее подходящую стадию зрелости рынка, исходя из описания:

– стадия становления отрасли. Характеризуется высокими темпами роста рынка, низким количеством игроков, использованием новых технологий, высоким уровнем инвестиций в отрасль и высоким уровнем цен. На стадии становления отрасли пенетрация (% потребления) товара или услуги среди населения мала. Потенциал роста рынка высок;

– стадия роста отрасли. Характеризуется укреплением рынка, который продолжает расти, показывая высокие темпы увеличения продаж и прибыли. Конкуренция на стадии роста еще невелика, поэтому компании, оперирующие в отрасли, «пожинают плоды» своих инвестиций. Уровень цен стабилен. Но новые игроки, постепенно заимствуя технологию, начинают входить на рынок. К концу стадии роста пенетрация товара или услуги достигает своего максимума. Потенциал роста рынка высок;

– стадия зрелости отрасли. На данном этапе жизненного цикла отрасли рынок стабилизируется, темпы роста замедляются. Конкуренция растет за счет увеличения количества игроков. Начинается период развития дифференциации между многочисленными товарами. Уровень цен снижается. Пенетрация товара или услуги среди населения максимальна, растет частота использования;

– стадия старения. Динамика продаж и спрос на рынке снижается. Компании начинают уходить с рынка или начинаются процессы консолидации. За рыночную долю сохраняют борьбу только сильные игроки.

Ответив на вопросы и выбрав наиболее подходящую стадию зрелости рынка, можно перейти к шагу 2.

Шаг второй: Определить устойчивость позиции компании в отрасли.

Сперва следует ответить на следующие вопросы:

Как бы Вы оценили динамику продаж Вашей компании на рынке?

Оцените долю рынка Вашей компании?

Выберите свое место в рейтинге компаний на рынке?

Как бы Вы оценили конкурентное преимущество Вашей компании?

Оцените уровень лояльности Ваших клиентов? Возможность их переключения на товары конкурентов?

Оцените уровень знания Вашей компании, товара или услуги среди аудитории?

Оцените свою свободу в установлении уровня цены на товар или услугу?

Опишите своих конкурентов?

Оцените уровень угрозы со стороны конкурентов?

Далее выбрать наиболее соответствующую позицию компании в отрасли исходя из описания:

– доминирующая. Существует редко и, как правило, такая позиция ограничена во времени. Означает преобладание компании в отрасли. Компания «задает тон» категории, определяет уровень цен и ключевые свойства товара, имеет масштабное покрытие по всему рынку. Является *top of mind* среди потребителей рынка. Обладает высоким уровнем знания и высокой репутацией и доверием со стороны потребителя. Очень часто владеет уникальной технологией, которая позволяет ее сохранять монополистическую позицию. Доля рынка доминирующей компании более 50% рынка;

– сильная. Означает стабильное положение компании в отрасли. Компания растет с рынком или быстрее него. Компания обладает высокой долей лояльных потребителей (не переключающихся на конкурентов даже в условиях снижения цен). Обычно компания имеет устойчивое конкурентное преимущество и постепенно захватывает рыночную позицию. Положение компании остается стабильным, независимо от того, какие действия предпринимают конкуренты;

– благоприятная. Компания с такой позицией имеет конкурентные преимущества в определенных сегментах рынка. Тем не менее, у компании существует много конкурентов, на которых могут переключиться потребители или к которым могут уйти клиенты в случае, например, снижения цен. Компания вынуждена постоянно поддерживать свою актуальность и много усилий прилагать к сохранению конкурентных позиций, чтобы поддерживать и растить свою рыночную долю.

– неустойчивая. Компания имеет небольшую долю рынка, которая основана на присутствии в определенной рыночной нише и удовлетворении узкого числа потребителей. Компания может обладать конкурентными преимуществами, обеспечивающими ей стабильное положение в рыночной нише – преимущество географического положения или дифференциации товара. Крупные игроки способны легко нарушить стабильное положение компании, если войдут в сегмент со своим товаром;

– слабая. Компания постоянно теряет долю рынка. Объем продаж слишком мал, чтобы сохранять прибыльность в долгосрочной перспективе.

Шаг третий: Выбор стратегии [2].

При использовании матрицы может получиться ситуация, когда бизнес находится на грани между двумя позициями. Следует посмотреть на окружающие стратегии и выбрать наиболее приемлемый вариант. Это может быть и микс из разных стратегий.

При использовании матрицы главное понимать, что она представляет собой инструмент оценки положения, а не универсальное решение. Она предоставляет возможность систематизированного обобщенного взгляда на положении компании, помогает начать думать стратегически. Остальное должны сделать компании, наложив на получившееся направление экспертные инсайдерские знания отрасли и товара.

Использованные источники:

1. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. 122 с.
2. http://powerbranding.ru/marketing_lessons/

*Качурина А.С.
студент 4го курса
Мурашко А.С.
студент 4го курса*

*Белорусский государственный технологический университет
Беларусь, г. Минск*

МЕТОДЫ И МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ВЫПОЛНЕНИЯ ПЛАНОВ СБЫТА

Статья посвящена методам и методикам анализа выполнения планов сбыта. Каждое предприятие планирует и прогнозирует показатели на будущий период, то есть составляет план сбыта. Важным является сравнение текущих и плановых показателей, а также определение факторов, влияющих на показатели сбыта.

Ключевые слова: план сбыта, прогноз, методика, факторный анализ, маржинальный анализ, метод экспертной оценки.

The article is devoted to methods and techniques for the analysis of the implementation of plans of sales. Each company plans and forecasts indicators for the future period, then there is the demand plan. Important is to compare current and planned performance, and identifying factors influencing the sales figures.

Keywords: marketing plan, forecast, methodology, factor analysis, marginal analysis, method of expert assessment.

Компании постоянно вступают в маркетинговые коммуникации со своими оптовыми и розничными покупателями. План сбыта, как и план маркетинга, – это составные и неразделимые части интегрированных маркетинговых коммуникаций компании. План сбыта – это не просто продажа произведенной продукции, но и управление поведением покупателей и конкурентов через комплекс мероприятий, включающихся в общую программу продвижения товаров и услуг компании через работу с покупателями (старыми, новыми) и конкурентами, ассортиментную политику, ценообразование [1].

План сбыта может и должен включать прогнозы, но в первую очередь он должен отвечать всем предъявляемым к нему требованиям:

1. План содержит описываемые результаты, которые необходимо достичь;
2. План предполагает, что он может быть выполнен, т.е. результат будет достигнут;
3. План содержит набор реальных условий, при которых он может быть выполнен;
4. План описывает действия, при помощи которых он может быть выполнен;
5. План составляется на основании прогнозов развития рынка, а поэтому может предполагать сценарий исполнения.

Таким образом, каждая компания стремится выполнить поставленный план сбыта, так как достижение плановых показателей свидетельствует о хорошо проделанной работе.

Важным этапом ведения бизнеса является проведение анализа выполнения плана сбыта, который бы позволил определить степень соответствия текущих показателей к базовым, динамику их развития, соотношение и т.д. Существуют различные методики анализа сбытовой деятельности.

Методика – это совокупность способов и правил наиболее рационального выполнения аналитической работы.

Объектами анализа сбыта являются политика сбыта, организация сбыта, торговый персонал, каналы распределения и т.д. В литературе выделяется несколько методик анализа сбытовой деятельности.

При анализе выполнения планов сбытовой деятельностью важным является определение факторов, влияющих на уровень текущих показателей. Например, выявить причины роста/снижения объема продаж, прибыли, рентабельности и др.

Существует два подхода к проведению данного анализа:

- экспертная оценка;
- экономико-математический.

Первый подход основан на обработке экспертных мнений. Сначала собираются мнения различных специалистов о том, какие факторы, на их взгляд, в большей степени влияют на продажи. Полученный список обрабатывается и формируется итоговый список факторов.

Следует иметь в виду, что не всегда корректно брать в качестве фактора просто уровень цен или качество продукции. Имеет смысл определять такие факторы относительно чего-либо – уровня цен конкурентов, уровня цен основного конкурента, уровня цен на товары-заменители и т. п.

В данном случае проводится исследование степени влияния факторов на объем продаж. Соответственно, если фактор «уровень цен» имеет наибольшее значение степени влияния на объем продаж, это будет значить, что «если мы изменим уровень цен, то это по сравнению с другими факторами произведет наибольшее влияние на объем продаж», но не позволит

определить увеличится он или уменьшится. При данном подходе необходимо выбирать факторы так, чтобы они позволяли определить направление изменения анализируемого показателя, то есть иметь собственное направление, например: «снижение цен», «повышение качества продукции» и т. п.

После выбора факторов, составляются анкеты, которые далее раздаются экспертам для заполнения и выставления оценок. После заполнения анкет данные собираются и обрабатываются, определяются средние значения степени влияния каждого из факторов и производится ранжирование факторов по степени влияния на сбытовую деятельность.

Следует также грамотно подходить к выбору экспертов. В первую очередь выбирать тех, кто постоянно работает с рынком. Это менеджеры по прямым продажам, менеджеры по работе с партнерами, маркетологи, бренд-менеджеры и партнеры компании. В редких случаях к участию в таких опросах стоит привлекать руководителей компании, так как вполне вероятно, что их точка зрения в большинстве своем сформирована на основе общения с его же сотрудниками.

К недостаткам этого метода стоит отнести его субъективность и зависимость от ситуации в компании.

Экономико-математический подход заключается в применении экономических и математических методов. Данные методы хороши тем, что позволяют выявить зависимости, которых могут не замечать эксперты, работающие «внутри» рынка.

Факторный анализ.

Факторный анализ – многомерный метод, применяемый для изучения взаимосвязей между значениями переменных. Предполагается, что известные переменные зависят от меньшего количества неизвестных переменных и случайной ошибки.

Существуют различные типы факторного анализа:

Детерминированный факторный анализ – представляет собой методику исследования влияния факторов, связь которых с результативным показателем носит функциональный характер, т.е. когда результативный показатель представлен в виде произведения, частного или алгебраической суммы факторов. Взаимосвязи в детерминированном анализе можно формализовать и дать количественную оценку роли отдельных факторов на результативный показатель.

Стохастический факторный анализ – это методика исследования влияния факторов, связь которых с результатом является неполной. Носит характер вероятностной, корреляционной зависимости, поскольку изменение фактора может дать несколько значений результата в зависимости от сочетания других факторов. Например, производительность труда при одном и том же уровне фондовооруженности может быть неодинаковой на разных предприятиях. Это зависит от оптимальности сочетания других факторов,

которые воздействуют на этот показатель.

Прямой факторный анализ – ведется дедуктивным способом: от общего к частному. Он проводится с целью комплексного исследования внутренних и внешних, объективных и субъективных факторов, формирующих величину изучаемого результативного показателя.

Обратный факторный анализ – осуществляет исследование причинно-следственных связей способом логической индукции: от частных, отдельных факторов к обобщающим, от причин к следствиям с целью установления чувствительности изменения многих результативных показателей к изменению изучаемого фактора.

Основные задачи факторного анализа:

1. Выявление, поиск факторов;
2. Отбор факторов для анализа исследуемых показателей;
3. Классификация и систематизация их с целью обеспечения системного подхода;
4. Моделирование взаимосвязей между результативными и факторными показателями;
5. Расчет влияния факторов и оценка роли каждого из них в изменении величины результативного показателя;
6. Работа с факторной моделью (практическое ее использование для управления экономическими процессами).

Маржинальный анализ.

Маржинальная прибыль – это разность между выручкой от реализации продукции, товаров, работ и услуг и переменными затратами, приходящимися на реализованную продукцию.

Маржинальный анализ используют для изучения факторов изменения финансовых результатов, в его основе лежит маржинальный доход и маржа покрытия (маржинальная прибыль).

Методика маржинального анализа базируется на изучении соотношения трех групп важнейших экономических показателей и прогнозировании величины каждого из этих показателей при заданном значении других:

- издержек производства;
- объема производства (реализации) продукции;
- прибыли.

Методика основана на деление производственных и сбытовых затрат в зависимости от изменения объема деятельности предприятия на переменные и постоянные затраты и прибыль. Чем больше ее величина, тем больше вероятность покрытия постоянных затрат и получения прибыли от производственной деятельности.

Посредством маржинального анализа можно решать целый ряд производственно-финансовых задач:

- определение точки безубыточности;
- определение объема производства и реализации продукции,

требуемого для получения запланированной прибыли;

- установление цены продукции, позволяющей обеспечить спрос и прибыль на запланированном уровне;
- выбор наиболее эффективных технологий производства;
- принятие оптимальной производственной программы и ряд других.

Простым и весьма точным способом определения взаимосвязи и взаимозависимости между этими категориями является установление точки безубыточности – определение момента, начиная с которого доходы предприятия полностью покрывают его расходы.

Этот вид анализа является одним из наиболее эффективных средств планирования и прогнозирования деятельности предприятия. Он помогает руководителям предприятий выявить оптимальные пропорции между переменными и постоянными затратами, ценой и объемом реализации, минимизировать предпринимательский риск. Бухгалтеры, аудиторы, эксперты и консультанты, используя данный метод, могут дать более глубокую оценку финансовых результатов и точнее обосновать рекомендации для улучшения работы предприятия.

Разность между фактическим количеством реализованной продукции и безубыточным объемом продаж продукции – это зона безопасности (зона прибыли), и чем больше она, тем прочнее финансовое состояние предприятия.

Безубыточный объем продаж и зона безопасности предприятия – основополагающие показатели при разработке бизнес-планов, обосновании управленческих решений, оценке деятельности предприятий.

Исходя из выше изложенных методов следует, что их применение в ходе анализа выполнения плана сбыта целесообразно. Использование этих методов в комплексе позволит более точно определить необходимые данные, получение которых и являлось целью анализа.

Использованные источники:

1. Управление продажами. 2-е изд. / В. Вертоградов. – СПб.: Питер, 2005. – 240 с: ил. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»).
2. Управление продажами: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / В.М. Кондрашов; под ред. В.Я. Горфинкеля. - М: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 319 с.
3. Экономика, организация и управление предприятием. Зайцев Н. Л. Издательство: М.: Инфра-М, 2-е издание 2008, -458 с.
4. Торговое дело: экономика и организация: Учебник/Под общ. ред. проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько. М.: ИНФРА-М, 1997. - 256 с.

*Качурина А.С.
студент 4го курса
Мурашко А.С.
студент 4го курса*

*Белорусский государственный технологический университет
Беларусь, г. Минск*

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Статья посвящена оценке эффективности управления сбытовой деятельностью. Сбытовая деятельность является важной структурной составляющей любой организации и необходимость оценки эффективности управления возрастает в настоящее время с развитием рыночных отношений и в условиях роста конкуренции.

Ключевые слова: эффективность, управление сбытом, сбыт, анализ, контролинг.

The article is devoted to the evaluation of the effectiveness of management of marketing activities. Sales activity is an important structural component of any organization and the need to assess the effectiveness of management is increasing nowadays with the development of market relations in the face of rising competition.

Key words: effectiveness, sales management, sales analysis, controlling.

В современных условиях хозяйствования, когда требуется использование маркетингового подхода к управлению всеми сферами управления предприятия, в том числе сбытом, целесообразно систематически проводить оценку эффективности управления сбытовой деятельностью, что позволит своевременно выявить проблемы и разработать мероприятия по их нивелированию.

Учитывая, что сбыт – неотъемлемый и один из главных элементов комплекса маркетинга, можно считать, что эффективность деятельности предприятия в условиях рыночной экономики в целом зависит от эффективности управления сбытовой деятельностью (политикой).

Методика комплексной оценки эффективности управления сбытовой деятельностью:

Этап 1. «Оценка выполнения плана реализации продукции в отчетном году» предполагает сравнение плановых и фактических показателей в натуральном и стоимостном выражениях по объемам: реализации, выручки, затрат, прибыли и пр. Оценку выполнения плана предлагаем дополнить сравнением фактических с рядом нормативных показателей (цена единицы продукции: минимально допустимая, индексная, желательная; объем реализации: минимальный, индексный, желательный; прибыль от реализации продукции: минимально допустимая, индексная).

Этап 2. «Оценка эффективности управления сбытовой деятельностью предприятия по каждому товарному направлению» предполагает анализ основных результативных показателей для определения эффективности

работы предприятия в области реализации продукции. В ходе анализа эффективности управления сбытовой деятельностью по каждому товарному направлению (этап 2) и в разрезе всего товарного портфеля предприятия (этап 3) предлагается использовать следующие дополнительные показатели:

– объем продукции, реализованный для получения одной тысячи рублей прибыли;

– объем продукции, произведенный и реализованный на одну тысячу рублей затрат;

– коэффициент опережения роста цен над ростом затрат;

– коэффициент опережения роста объемов реализации над ростом объемов производства;

– себестоимость одного рубля прибыли;

– коэффициент покрытия долевых затрат долевой прибылью.

Этап 3. «Оценка эффективности управления сбытовой деятельностью в разрезе товарного портфеля предприятия» предполагает выявление роли каждого продукта в общем достигнутом результате.

Этап 4. «Анализ влияния конкуренции и сбытовых стратегий на эффективность управления сбытовой деятельностью предприятия» оценивает влияние конкурентов, конкурентной структуры, объемов реализуемой продукции, выручки и других факторов на эффективность управления сбытовой деятельностью предприятий; предполагает исследования:

1) конкурентов-лидеров и конкурентной структуры рынка по видам продукции;

2) эффективности сбыта продукции в зависимости от объема реализации;

3) предприятий, реализующих свою продукцию в разных ценовых диапазонах;

4) эффективности сбытовой деятельности в зависимости от величины коммерческих расходов;

5) эффективности сбытовой деятельности в зависимости от величины выручки от реализации продукции, работ, услуг.

Этап 5. «Корректировка планов и деятельности сбытового подразделения предприятия» подразумевает внесение изменений в процесс управления сбытовой деятельностью предприятия.

Повышение эффективности системы сбыта – это непрерывный процесс обоснования и реализации наиболее рациональных форм, методов, способов и путей ее создания (реструктурирования) и развития; рационализация ее отдельных сторон, контроль и выявление «узких мест» на основе непрерывной оценки соответствия системы контроля внутренним и внешним условиям функционирования организации.

Невозможно эффективно продвигать товар, не имея полной картины рыночной ситуации. Поэтому продавец, заинтересованный в эффективности сбыта своей продукции, должен знать реальное положение дел на рынке и на

этой основе принимать обоснованные решения по реализации товаров. Для этого необходимо проводить регулярный анализ системы сбыта.

Анализ сбыта предусматривает детальное изучение данных о продаже товара [1, с.245].

Основными задачами анализа являются:

- оценка степени выполнения планов сбыта;
- изучение динамики поставки и реализации продукции;
- определение влияния различных факторов на изменение величины данных показателей;
- выявление внутрихозяйственных резервов увеличения объемов поставки и реализации продукции;
- разработка рекомендаций по освоению выявленных резервов.

Основные объекты анализа выполнения планов сбыта:

- объем поставки и реализации продукции в целом и по ассортименту;
- структура поставки/реализации продукции;
- ритмичность поставки и реализации продукции;
- величина сбытовых запасов и оборачиваемость оборотных средств.

Источниками информации для анализа выполнения планов поставки и реализации продукции служат бизнес-планы предприятия, оперативные планы-графики, форма № 2 «Отчет о прибылях и убытках», ведомость № 16 «Движение готовых изделий, их отгрузка и реализация» и др.

Анализ начинается с изучения динамики поставки и реализации продукции, расчета базисных и ценных темпов роста и прироста.

Оперативный анализ поставки и реализации продукции осуществляется на основе расчета, в котором отражаются плановые и фактические сведения об отгрузке продукции по объему и ассортименту, количеству за день, нарастающим итогом с начала месяца, а также отклонение от плана.

Анализ выполнения планов сбыта тесно связан с анализом выполнения договорных обязательств по поставкам продукции. Недовыполнение по договорам оборачивается для предприятия уменьшением выручки и прибыли, выплатой штрафных санкций. Кроме того, в условиях конкуренции предприятие может потерять покупателей и рынки сбыта своей продукции.

Важное значение для предприятия имеет и выполнение контрактов на поставку товаров и услуг для государственных нужд, поскольку гарантирует не только сбыт продукции и ее своевременную оплату, но также и льготы по налогам, выгодные ставки по кредитам и т.п.

В процессе анализа определяется выполнение планов поставки и реализации за месяц или квартал нарастающим итогом в целом по предприятию, в разрезе отдельных потребителей, рынков и видов продукции, выясняются причины невыполнения планов, принимаются корректирующие меры по выполнению договорных обязательств. Поскольку

в течение планового периода планы поставки и реализации могут корректироваться, при их анализе следует принимать во внимание не только первоначальный, но и уточненный план.

Большое значение придается выполнению планов поставки и реализации готовой продукции по срокам (ритмичности). Для оценки ритмичности поставки и реализации продукции используют коэффициент ритмичности и коэффициент вариации.

Коэффициент ритмичности определяется делением суммы, которая зачтена в выполнение плана поставки/реализации по ритмичности, на плановый объем поставки/реализации продукции. При этом в выполнение плана зачитывается фактический объем поставки/реализации готовой продукции, но не более запланированного.

Коэффициент вариации представляет собой отношение среднеквадратического отклонения фактического объема поставки/реализации от планового за месяц (квартал) к среднемесячной (среднеквартальной) плановой поставке/реализации.

В организации и планировании сбыта важная роль принадлежит запасам готовой продукции. При их анализе выявляются комплектность, скорость оборачиваемости, обеспеченность продукцией покупателей.

В процессе анализа проверяется соответствие фактического размера запасов установленным нормативам. С этой же целью на основании данных о фактическом наличии продукции на сбытовом складе и их среднесуточном выпуске рассчитывают фактическую обеспеченность запасами готовой продукции в днях и сравнивают ее с нормативной [2, с.266].

Аналізу подвергаются не столько количественные показатели объёмов продаж по продукту и по регионам, сколько весь комплекс факторов, оказывающих влияние на размеры сбыта: организация сбытовой сети, эффективность рекламы и других средств стимулирования сбыта, правильность выбора рынка, времени и способов выхода на рынок.

Анализ системы сбыта предполагает выявление эффективности каждого элемента этой системы, оценку деятельности сбытового канала.

Анализ издержек обращения предусматривает сопоставление фактических сбытовых расходов по каждому каналу сбыта с показателями плана для обнаружения необоснованных расходов, устранения потерь, возникающих в процессе товародвижения, и повышения рентабельности функционирования системы.

Основа для любого анализа — информация и то, насколько она достоверна. В основе контроллинга сбытовой деятельности лежат доходы от сбытовой деятельности и продвижения продаж, а также затраты на сбытовую деятельность. И те, и другие зачастую трудно проследить и выделить.

Использованные источники:

1. Баркан Д. И. Б25 Управление продажами: Учебник / Д. И. Баркан; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб.: Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2007. –

908 с.

2. Амблер Т. Практический маркетинг /Пер. с англ. под общей ред. Ю. Н. Каптуревского. - СПб: Издательство "Питер", 1999. - 400 с.
3. Брюханов В.В. Оценка эффективности элементов комплекса маркетинга [Электронный ресурс] / В.В. Брюханов. – Режим доступа: http://www.science-bsea.bgita.ru/2008/ekonom_2008/bruhanov_osenka.htm
4. Бурцев, В.В. Совершенствование системы управления сбытом продукции [Электронный ресурс] / В.В. Бурцев. – Режим доступа:<http://www.dis.ru/library/market/archive/2002/6/128.html>
5. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 488 с.

Кашипарова А.И.

магистрант

*ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет им. Г.В.Плеханова»*

Россия, г. Москва

ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕЛЕЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА В БИЗНЕСЕ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Аннотация: Актуальность статьи обусловлена тем, что на сегодняшний день в России предприятия гостиничной индустрии все чаще прибегают к помощи других компаний для реализации гостиничных услуг, тем самым повышая свою конкурентоспособность, чтобы занять устойчивую позицию на рынке. Автором статьи исследованы цели использования стратегического партнерства для гостиничных предприятий, а также изучены преимущества и недостатки данной тактики ведения бизнеса.

Abstract: The relevance of the article is due to the fact that nowadays in the Russian hotel industry a lot of companies are increasingly resorting to the help of other enterprises for the realization of the hotel services, thereby increasing their competitiveness in order to take a strong position on the market. The author of the article studied the intended use of the strategic partnership for the hotel business, as well as studied the advantages and disadvantages of the business tactics.

Ключевые слова: стратегическое партнерство, гостиничная индустрия, предприятие.

Keywords: strategic partnership, hospitality industry, companies.

В современном мире предприятия гостиничной индустрии взаимодействуют со многими предприятиями различных сфер: социальные, финансовые, политические, культурные, и все они, так или иначе, влияют на

повышение спроса на услуги, улучшение качества предоставляемых услуг, а так же на обеспечение выживания организации на рынке в целом.

Каждое предприятие имеет свои цели и задачи. Стратегическое партнерство между компаниями позволяет не только достигать поставленные цели и задачи в кратчайшие сроки, но так же поддерживать уровень конкурентоспособности, особенно когда ситуация на рынке изменчива, а гостиничное предприятие не имеет возможности разрабатывать и внедрять новые проекты в собственный бизнес.

Для достижения поставленных целей более эффективным путем организации прибегают к самому распространенному методу – стратегическое партнерство. Стратегическое партнерство – сотрудничество одной компании с другой, более крупной и мощной, для достижения общих экономических и стратегических целей [2].

Наиболее актуальным данный метод является для малых предприятий, которые не успели зарекомендовать себя на рынке или которые существуют не более пяти лет. Для того чтобы «выжить» на рынке гостиничных услуг, они видоизменяются и объединяются с более крупными компаниями, тем самым осуществляя стратегическое партнерство.

Преимуществами подобного рода объединений являются [5]:

- снижение издержек;
- более высокая квалификация и специализация управления предприятиями;
- снижение расходов на информацию и рекламу;
- более выгодные условия закупки ресурсов и др.

Безусловно, одной из основных целей стратегического партнерства является коммерческая цель: компания увеличивает прибыль за счет своего конкурентного преимущества. Но так же существуют и иные цели, преследуемые предприятием гостиничной индустрии.

Цели стратегических партнеров [3, с. 172]:

- сокращение временных рамок между открытием новой гостиницей;
- проникновение на новые рынки через сбытовую сеть партнера;
- использование потенциала высококвалифицированных специалистов другой компании, а так же их новейшие технологии, ноу-хау;
- уход от квот, санкций, налогового законодательства;
- сохранение независимости организации.

Если говорить о партнерских отношениях в целом, они всегда являлись одной из важнейших стратегий компаний, которые хотят расти на незнакомых рынках, а так же освоить новые клиентские сегменты и предоставлять клиентам новые услуги.

На сегодняшний день при такой высокой конкуренции и переизбытка предлагаемых услуг на рынке, очень сложно найти подход для правильной разработки стратегического партнерства и правильного выбора нужной

компании для этого.

Зачастую генеральные менеджеры сами осознают, что их будущий бизнес зависит от того, что их собственные компании могут сделать: ввести инновации, провести ребрендинг, дополнить свой бизнес новыми услугами, но организация всего этого, а именно функции, идеи, финансирование, компания вполне может получить от компании-партнера.

Исходя из вышеизложенного, можно определить пять основных правил для организации успешного стратегического партнерства любой гостиницы.

1. Если ситуация на рынке сложно, не пытайтесь вводить что-то новое в свой собственный бизнес в одиночку.

Гостиничные предприятия чаще всего взаимодействуют с другими компаниями для продвижения нового продукта или услуги. Это могут быть компании по разработке новых проектов и маркетинговых стратегий; компании, которые производят товар, привлекающий внимание постояльцев отеля, и было бы целесообразно предлагать его в номерах или ресторанах; другие гостиницы, которые готовы объединиться для создания нового бренда.

2. Необходимо осознавать, что другие компании обладают большим опытом, а также информацией о потребителях.

Надежный обмен информацией – залог успеха любой компании. Чем больше информации компания получает извне, тем высока вероятность того, что в конечном итоге клиент останется доволен предоставляемыми услугами.

Каждая компания имеет свой источник получения информации о текущей ситуации на рынке и, заимствуя информацию у других компаний, можно с легкостью вводить новые продукты на рынок и улучшать деятельность предприятия, используя эти знания те «знания», которые получили другие компании.

3. Для начала лучше всего сосредоточиться на богатом опыте партнера, нежели на его текущей позиции на рынке.

На сегодняшний день самые ценные партнерские отношения строятся на основе выбора компании. Лучше всего выбирать партнера с богатым профессиональным опытом в этом вопросе. Если заключать договора с крупными компаниями, но которые существуют на рынке недавно, есть большой риск провалиться на первом же этапе улучшения деятельности вашей компании, так как предприятия, не знающие всех подводных камней на рынке, могут не только ухудшить положение, но и привести к крупным финансовым потерям.

4. Необходимо выдержать баланс между необходимостью в партнерстве и затратами на данную услугу.

Привлечение партнеров может быть очень дорогостоящим, поскольку часто подобные услуги предлагает сеть компаний, заключающий данные

договора. Они предоставляют уникальные услуги и неординарные варианты решения проблем компании гостиничной индустрии, но цена за эти услуги может быть необъяснима, завышена, так как это бренд и статус компании.

Но существует и положительная сторона такого положения дел. Использование услуг подобных дорогих компаний может позволить предприятию гостиничной индустрии построить долгосрочные отношения и иметь перспективное преимущество среди других компаний.

5. Рассматривайте данное сотрудничество, как собственный бизнес.

Привлечения большого количества партнеров никогда не поможет вам добиться намеченных результатов. Партнеры не будут постоянно выделять необходимые ресурсы, выполнять текущие обязательства со 100% гарантией и взаимодействовать только с одной гостиницей. Заключение договора, разработка нового продукта или услуги, выведение их на рынок – это очень трудоемкий и длительный процесс. Необходимо быть готовым к максимальному количеству рисков, а также к очень длительному ожиданию конечного результата.

В заключении можно сделать вывод, что предприятия гостиничной индустрии используют стратегическое партнерство в экономических и финансовых целях, объединяя финансовые, производственные и управленческие ресурсы.

Итак, мы пришли к выводу о том, что стратегическое партнерство между предприятиями гостиничной индустрии является одним из наиболее популярных методов поддержания бизнес и улучшения деятельности предприятия в целом.

Использованные источники:

1. Агеева Н.Г., Дмитриев О.Н., Минаев Э.С. Менеджмент для инженера. В 3-х частях. Часть 1. Основы менеджмента. М-50 Учебник; Под ред. Э.С. Минаева — М.: Высшая школа, Доброе слово, 2008. 359 с.
2. Корпоративный менеджмент. Организационные формы интеграции компаний [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <http://www.cfin.ru/press/management/1999-6/13.shtml> (дата обращения: 25.01.2013)
3. Маленков Ю.А. // Стратегический менеджмент — М.: ТК Велби, Издательство «Прспект», 2008. — 224 с.
4. Матвиенко Д.Ю. Стратегические альянсы в конкурентном взаимодействии компаний / Матвиенко Д.Ю. // Современная конкуренция. — 2010. — № 6.
5. Энциклопедия экономиста. Объединения коммерческих организаций [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/obedineniya-predpriyatiy.html>

*Кильдияров И.И.
студент 2 курса
юридический факультет
Чернова Э.Л., к.юр.н.
доцент*

*«Гражданского права и процесса»
Стерлитамакский филиал БашГУ
Россия, г. Стерлитамак*

ПРОБЛЕМЫ КОМПЕНСАЦИИ МОРАЛЬНОГО ВРЕДА

Ключевые слова: моральный вред, бремя доказывания, нематериальные права, гражданский кодекс.

Key words : non-pecuniary damage , the burden of proof , intangible rights , the civil code .

Компенсация морального вреда — сравнительно новая форма гражданско-правовой ответственности. Статья 151 ГК РФ устанавливает, что, если гражданину причинен моральный вред действиями, нарушающими его личные неимущественные права либо посягающими на принадлежащие гражданину другие нематериальные блага, а также в других случаях, предусмотренных законом, суд может возложить на нарушителя обязанность денежной компенсации указанного вреда.

В связи с тем, что ГК РФ определяет понятие морального вреда достаточно абстрактно, через физические или нравственные страдания, его толкование дается в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 20 декабря 1994 года «Некоторые вопросы применения законодательства о компенсации морального вреда».

В соответствии с п. 2 данного постановления « моральный вред, в частности, может заключаться в нравственных переживаниях в связи с утратой родственников, потерей работы, раскрытием врачебной либо семейной тайны, распространением не соответствующих действительности сведений, порочащих честь, достоинство или деловую репутацию гражданина, физической болью, связанной с причиненным увечьем, либо в связи с заболеванием, перенесенным в результате нравственных страданий.»

В этом же пункте Постановления Пленума разъясняется, что под моральным вредом следует понимать такие нравственные или физические страдания, которые причинены действиями либо бездействиями:

- посягающими на принадлежащие гражданину от рождения или в силу закона нематериальные блага
- нарушающими его личные неимущественные права
- нарушающими имущественные права гражданина .

Следует особо подчеркнуть, что в соответствии со ст. 151 и п. 2 ст. 1099 ГК РФ нарушение имущественных прав может влечь компенсацию морального вреда только в случаях, прямо предусмотренных законом. В частности, это случаи нарушения прав потребителей ст. 15 Федерального закона «О защите прав

потребителей», трудовых прав граждан ст. 237 Трудового кодекса РФ, а также прав, связанных с несением службы ст. 18 Федерального закона «О статусе военнослужащих». В иных ситуациях нарушение имущественных прав, причинившее моральный вред, не дает потерпевшему права на его компенсацию.

Например, суды отказывают в исках о компенсации морального вреда, возникшего в связи с затоплением только что отремонтированной квартиры, несмотря на доказанность как нравственных переживаний потерпевшего по этому поводу, так и его физических страданий.

Сделать это можно путем установления в ГК РФ правила о возможности компенсации морального вреда во всех случаях, когда он причинен. Также целесообразно было бы особым образом распределить бремя доказывания. В его основу следует положить идею : «факты вероятные презюмируются, а невероятные должны быть доказываемы» .

Исходя из этого, в случаях причинения морального вреда нарушением нематериальных благ или личных неимущественных прав необходимо установить презумпцию причинения морального вреда и тем самым освободить потерпевшего от доказывания данного факта. В случаях нарушения имущественных прав поступить наоборот: возложить на истца бремя доказывания причинения ему морального вреда.

Наиболее актуальным является вопрос о размере компенсации морального вреда. Ясно, что моральный вред не может быть подсчитан , так как физические и нравственные страдания не могут быть оценены в стоимостной форме. К тому же следует учитывать, что законодатель говорит не о возмещении, а о компенсации морального вреда. Моральный вред ,имеет такое значение, как :восстановления нарушенного, а моральный вред невозместим.

Из этого следует, что размер компенсации моральный вред представляет собой величину условную стоимости. Статьи 151 и 1101 ГК РФ ориентируют суды при определении размера компенсации исходить из следующих критериев:

- степени физических или нравственных страданий потерпевшего;
- степени вины причинителя вреда;
- требований разумности и справедливости.

Итак , можно сделать вывод о том, что проблема, связанная с необходимостью введения границ компенсации морального вреда, приведено законодателем в статье 151 Гражданского кодекса. При этом надо иметь ввиду, причинении вреда здоровью человека у него возникает личный неимущественный вред, связанный с имущественным, который является разновидностью неимущественного вреда. Поэтому назрела необходимость выделения специальной нормы о защите здоровья человека путем компенсации морального вреда и возмещения материальных затрат, которые теряет человек при причинении вреда этому благу.

Использованные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: принята Государственной Думой Федерального Собрания Российской Федерации 21 октября 1994 года // Собрание законодательства Российской Федерации. — 1994. — № 32. — Ст. 3301.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая: принята Государственной Думой Федерального Собрания Российской Федерации 22 декабря 1995 года // Собрание законодательства Российской Федерации. — 1996. — № 5. — Ст. 297
3. Закон РФ от 22 января 1993г. «О статусе военнослужащих»
4. Постановление Пленума ВС РФ от 20 декабря 1994г. «Некоторые вопросы применения законодательства о компенсации морального вреда»
5. Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 года. « О защите прав потребителя»

Ким С.В.
студент 4 курса
Ярославский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Волков А.Ю.
научный руководитель
Россия, г. Ярославль

БАНКОВСКАЯ РЕКЛАМА: ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, МЕТОДЫ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

В статье рассмотрена банковская реклама как инструмент привлечения клиентов, ее виды, цель, задачи, методы, вопросы оценки эффективности, сделан вывод об эффективности банковской рекламы исследуемого банка и сформулированы рекомендации по повышению ее эффективности.

Ключевые слова: банковская реклама, банковский менеджмент, банковский маркетинг, повышение эффективности банковской рекламы.

In article the Bank advertising as a tool to attract customers, its types, purpose, objectives, methods, issues of effectiveness evaluation, the conclusion about the effectiveness of Bank advertising Bank investigated and formulated recommendations for enhancing its effectiveness.

Keywords: Bank advertising, Bank management, Bank marketing, improving the efficiency of banking advertising.

Актуальность исследуемой темы обусловлена тем, что в связи с кризисными явлениями в российской экономике [3] обозначилась проблема повышения эффективности рекламной деятельности в банковской сфере. Из-за обострения конкуренции в России банки все чаще прибегают к рекламе как способу продвижения своих услуг. Продвигать услуги сложнее, чем продукты, которые можно посмотреть, потрогать и попробовать, поэтому, по сути, банковская реклама продает доверие покупателя. Вследствие

достаточно высокого уровня однообразности портфеля банковских услуг и жесткого государственного регулирования банковской системы реклама становится фактически единственным средством борьбы за привлечение потребителей. В условиях ожидания нового кризиса клиенты могут вновь лишиться доверия к банкам. Поэтому сегодня актуальность изучения банковской рекламы не вызывает сомнения, так как она выступает в роли элемента привлечения клиентов и, следовательно, в получении большей прибыли.

Банковская реклама признана быть действенным инструментом для привлечения клиентов, а сложившаяся конкурентная среда и качественные изменения, произошедшие на рекламном рынке, требуют более профессионального подхода к планированию кампаний. В целом отрасль банковской рекламы динамично развивается, поскольку конкуренция на рынке банковских услуг усиливается с каждым годом и банки вынуждены организовывать широкомасштабные мероприятия по привлечению новых клиентов [5].

Банковскую рекламу в самом общем виде можно определить, как целенаправленное информационное воздействие, в процессе которого потенциальные клиенты получают информацию о наборе предоставляемых услуг, а также происходит формирование имиджа и поддерживается репутация банка, создаются расположение и сотрудничество между самим банком и клиентами.

Реклама банка как любая реклама призвана воздействовать на потребителя. Восприятие банка клиентом осуществляется через его оценку, а она в свою очередь проявляется через убеждения клиента о банке. Банковская реклама делится на рекламу банковских продуктов (услуг), рекламу самого банка, имиджевую рекламу и спонсорскую рекламу. Каждый вид банковской рекламы имеет свои особенности, цели и задачи. Основной целью банковской рекламы традиционного типа является формирование у потенциальных клиентов устойчивых стереотипов относительно надежности банков. Российские банки, которые используют новаторскую стратегию в своей рекламе, делают акцент на динамичное развитие и новые банковские технологии, формируя у потребителей образ банков нового поколения, но надо признать хорошие инновационные идеи даже на рынок банковской рекламы приходят с опозданием, что в целом соответствует тенденции в России [1, 2].

Вопрос эффективности рекламы – это вопрос степени соответствия некоего объекта рекламы созданному о нем представлению. Существует большое разнообразие методов оценки эффективности рекламы, различают методы оценки экономической и психологической эффективности рекламы. Банковскую рекламу необходимо оценивать сразу по нескольким направлениям для определения общей степени ее эффективности. Кроме того необходимо учитывать соответствие финансовых возможностей банка и

ожидаемых результатов от рекламной деятельности, что в целом вписывается в общие правила управления финансами предприятий [4].

ПАО «Промсвязьбанк» является коммерческим банком, зарегистрированным в Российской Федерации (г.Москва). Деятельность банка регулируется Центральным банком Российской Федерации. Банк имеет генеральную лицензию на осуществление банковских операций, выданную ЦБ РФ. ПАО «Промсвязьбанк» использует все традиционные виды банковской рекламы.

В практической части работы была оценена экономическая и психологическая эффективность банковской рекламы ПАО «Промсвязьбанк». Экономическая эффективность рекламы выражается разницей от суммы дополнительного реализованного наложения и расходов на рекламу. С помощью формул оценки эффективности было выявлено, что во время проведения рекламных мероприятий (рекламировался банковский вклад с максимальной процентной ставкой) банк получил дополнительную прибыль, увеличился уровень продаж банковского продукта. Таким образом рекламное мероприятие было эффективным, так как полученный банком экономический эффект больше затраченных на него средств. Исследование психологической эффективности банковской рекламы показало, что после проведения рекламных мероприятий повысилась лояльность потенциальных клиентов банку, увеличилась приоритетность выбора данного банка в будущем при покупке рекламируемой услуги, увеличилась привлекательность рекламируемого продукта.

На основании выводов сформулированы рекомендации по повышению эффективности рекламы ПАО «Промсвязьбанк», которые могут быть распространены и на другие кредитные организации:

важно создавать банковскую рекламу в соответствии с особенностями целевой аудитории.

для повышения эффективности банковской рекламы необходимо учитывать уровень образования потребителей, так как обладатели высшего образования, чаще более недоверчивы к рекламе, нежели люди получившее среднее или средне-специальное образование. Согласно этому, ситуации, обыгрываемые в рекламе, должны быть достаточно реалистичными, а аргументы, приведённые в пользу следования призыву рекламы, весомыми.

реклама банковских продуктов и услуг должна быть креативной, так как интересный и эффектный рекламный продукт привлечёт к себе внимание и хорошо запомнится и это заставит людей по-новому посмотреть на обсуждаемую в рекламе проблему.

Данные рекомендации помогут повысить эффективность банковской рекламы, а, следовательно, банк обретет большую известность, повысится лояльность потенциальных потребителей, и что самое важное, создастся позитивный имидж.

Использованные источники:

1. Волков А.Ю. Инновации в России // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2012. – № 2. – С. 15 – 19.
2. Волков А.Ю. Инновации и Россия // Науч. тр. / Вольное экономическое общество России. – Т. 136. – 2010. – С. 102 – 113.
3. Волков А.Ю. Тенденции в экономике Ярославской области за 9 месяцев 2015 года // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности». – 2016. – С. 69 – 71.
4. Волков А.Ю., Зборовская Е.Б. Об управлении финансами предприятий и направлениях его совершенствования // Интернет-журнал Науковедение. – 2015. – Т. 7. – № 5 (30). – С. 24.
5. Тюрин С.Б., Бурькин А.Д., Волков А.Ю. Организация деятельности коммерческого банка: Учеб. пособие для бакалавров / Под ред. С.Б. Тюрина. – Ярославль: 2013. – 114 с.

*Кинзерская Н.Ю.
студент 4 курса
факультет «Экономическая безопасность»
Раздрокоев Е.Н.
научный руководитель
Россия, г. Ханты-Мансийск*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ НАЛИЧНОЙ ДЕНЕЖНОЙ ЭМИССИИ БАНКА РОССИИ

В данной статье рассмотрено значение денежной эмиссии для экономики страны, проанализирована динамика изменения количества наличных денег в обращении и на основе проведенного анализа сделаны соответствующие выводы.

Ключевые слова: денежная эмиссия, наличные деньги, денежное обращение.

THE MODERN STATE OF CASH ISSUE OF THE BANK OF RUSSIA

This paper discusses the importance of the issue of money for the economy, analyzed the dynamics of change in the number of cash in circulation and on the basis of the analysis made by the appropriate conclusions.

Keywords: money printing, cash, money circulation.

Денежная эмиссия – это одно из важнейших экономических явлений в жизни любой страны, так как ее правильная организация оказывает значительное влияние на социальные и экономические процессы. От грамотной эмиссионной политики Центрального Банка, а также объемов денежной массы зависит множество таких показателей, как уровень деловой активности, инфляция и другие.

В соответствии с Федеральным законом №86-ФЗ от 10.07.2002 «О

Центральном банке Российской Федерации», эмиссия наличных денег, на территории Российской Федерации осуществляется исключительно Банком России[1].

Наличные деньги в России всегда являлись предпочтительным средством платежа при осуществлении различных операций. Так, в соответствии с данными отчетности Банка России за 2015 год, доля наличных платежей в сумме розничных операций составила 78,6%. Соответственно высокий спрос на наличные деньги приводит к увеличению их количества в обращении.

Наличная эмиссия в Российской Федерации предполагает выпуск в обращение двух видов денежных знаков: банкнот и монеты[2].

Рассмотрим эмиссию наличных денег Центральным банком в Российской Федерации.

Для начала проанализируем динамику количества наличных денег в обращении на территории России за последние 5 лет(Рисунок 1).

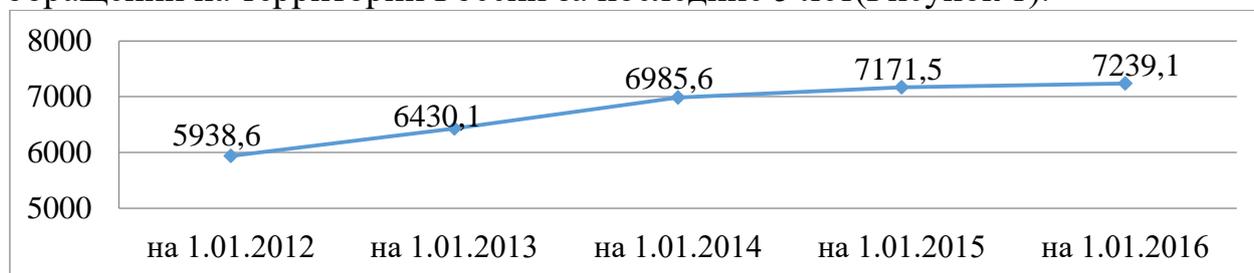


Рисунок 1- Изменение количества наличных денег в обращении, млрд. руб

На основании данных рисунка можно сделать вывод, что количество наличных денег в обращении имеет устойчивую тенденцию к увеличению. Так, за рассматриваемый период их количество в целом увеличилось на 1300,5 млрд. руб. или 21,9%, что произошло за счет поступления наличных денежных средств от продажи товаров, за счет обналичивания банковских счетов физических лиц и т.д. Также для 2014 и 2015 годов было характерным увеличение спроса на иностранную валюту в силу девальвации национальной валюты, что привело к увеличению поступлений наличных денежных средств от продажи физическим лицам наличной иностранной валюты.

Далее проанализируем удельный вес монет и банкнот, находящихся в обращении(Таблица 1).

Таблица 1 – Удельный вес банкнот и монеты, находящихся в обращении

	Удельный вес по сумме (%)		Удельный вес по количеству (%)	
	Банкноты	Монета	Банкноты	Монета
на 1.01.2014	99,2	0,8	10,1	89,9
на 1.01.2015	98,9	1,1	8,4	91,6
на 1.01.2016	99	1	9	91

На основании данных таблицы 1, можно сделать вывод, что в общей

структуре наличных денег в обращении по количеству преобладают монеты, на долю которых приходится на протяжении рассматриваемого периода более 89%. В результате чего, на долю банкнот приходится всего около 10%.

При анализе структуры наличных денег по сумме, можно заметить совершенно обратную ситуацию. Так, наибольшая доля в общей структуре наличных денег приходится на банкноты, доля которых составляет на протяжении всего анализируемого периода более 98%. На долю монет в свою очередь приходится всего около 1%. Такая тенденция во многом связана со значительными различиями в номинале денежных знаков.

Проанализируем структуру банкнот, находящихся в обращении (Таблица 2).

Таблица 2 – Удельный вес банкнот, находящихся в обращении¹⁷¹

	Удельный вес отдельных купюр в общей сумме банкнот, %			Удельный вес отдельных купюр в общем количестве банкнот, %		
	на 1.01.2014	на 1.01.2015	на 1.01.2016	на 1.01.2014	на 1.01.2015	на 1.01.2016
10 руб.	0	0	0	9	8	8
50 руб.	0	0	0	10	10	10
100 руб.	1	1	2	18	19	20
500 руб.	5	5	4	12	11	11
1000 руб.	27	25	24	34	33	32
5000 руб.	67	69	70	17	19	19

Из таблицы 2 следует, что в обращении по количеству преобладают купюры номиналом 1000 рублей, на их долю на протяжении всего периода приходится более 32%. Однако, они имеют тенденцию к сокращению, как и купюры, номиналом 500 рублей, на долю которых приходится около 11%. Отрицательная динамика может быть вызвана непостоянством использования данных купюр для осуществления повседневных покупок.

Наименьшая доля среди банкнот, находящихся в обращении приходится на купюры достоинством в 10 рублей, они занимают всего около 9%. Это в большей степени связано с их номиналом, которого не достаточно для осуществления расчетов в современных рыночных условиях.

Остальные купюры, занимают практически одинаковый удельный вес в общем количестве банкнот, находящихся в обращении. При этом, если купюры номиналом 50 рублей на протяжении трех лет сохраняют свою абсолютную стабильность, то купюры номиналом 100 рублей и 5000 рублей имеют тенденцию к росту, которая вызвана увеличением в них потребности для обслуживания денежных расчетов.

Если рассматривать структуру отдельных купюр в общей сумме банкнот, можно заметить, что наибольший удельный вес приходится на купюры номиналом 5000 рублей, который и обуславливает их лидерское положение. Данная категория банкнот имеет устойчивую тенденцию к росту,

¹⁷¹ Источник: Показатели наличного денежного обращения (www.cbr.ru)[3]

в связи с увеличением потребности в данных купюрах для обслуживания денежного обращения.

В силу того, что удельный вес приведен с округлением, а доля банкнот номиналом 5,10 и 50 рублей в общей сумме составляет менее 0,5%, то они при расчете структуры и округлении принимались равными 0.

Таким образом, можно сделать вывод, что структура банкнот, находящихся в обращении, на протяжении анализируемого периода не претерпела никаких значительных изменений, ни по количеству банкнот, ни по общей их сумме.

Теперь проанализируем удельный вес монеты, находящейся в обращении (Таблица 3).

Таблица 3 – Удельный вес монеты, находящейся в обращении

	Удельный вес отдельных монет в общей сумме монет, %			Удельный вес отдельных монет в общем количестве монет, %		
	на 1.01.2014	на 1.01.2015	на 1.01.2016	на 1.01.2014	на 1.01.2015	на 1.01.2016
1 коп.	0	0	0	13	12	12
5 коп.	0	0	0	10	10	9
10 коп.	3	3	3	40	40	40
50 коп.	5	4	4	11	11	11
1 руб.	9	9	9	11	11	22
2 руб.	8	8	7	4	5	5
5 руб.	16	15	15	4	4	4
10 руб.	57	58	59	7	7	8
25 руб.	2	3	3	0	0	0

На основании данных, приведенных в таблице 3, можно сделать вывод, что наибольшее количество монет в обращении приходится на монеты номиналом 10 копеек, которые сохранили свою абсолютную стабильность на протяжении всего рассматриваемого периода. Далее идут монеты номиналом 1 коп., 5 коп., 50 коп., 1 руб., которые имеют практически равные удельные веса в пределах 11%.

Количество монет достоинством 25 рублей составляет менее 0,5%, поэтому при округлении данный показатель был принят равным 0.

Что касательно структуры монет по сумме, то наибольшая доля приходится на монеты номиналом 10 рублей, их удельный вес составляет более 50%, и имеет устойчивую тенденцию к росту. Чего нельзя сказать про монеты достоинством 5 рублей, доля которых в общей структуре равна в среднем за период 15%, и которые имеют тенденцию к сокращению удельного веса. Также отрицательную динамику имеют монеты номиналом 10 коп., 50 коп., 1 руб., и 2 руб.

Что касательно монет достоинством 1 коп. и 5 коп., то их доля в общей сумме составляет менее 0,5%, в связи с чем их удельный вес был принят равным 0%.

В целом за период структура монеты, находящейся в обращении не

претерпела значительных изменений и сохранила свою относительную стабильность.

Таким образом, на основании выше проведенного анализа можно сделать вывод, что несмотря на появление новых безналичных форм расчетов, население по-прежнему доверяет и отдает предпочтение расчетам с использованием наличных денежных средств, что обуславливает их стабильное увеличение на протяжении рассматриваемого периода. Причем, если по сумме среди наличных денежных средств преобладают банкноты, то по количеству – монеты, что в свою очередь связано с различием в номиналах указанных денежных средств.

Использованные источники:

1. Российская Федерация. Законы. О Центральном банке Российской Федерации (Банке России) [Электронный ресурс]. : [федер. закон : от 10.07.2002 № 86-ФЗ] – Режим доступа : Гарант \\garant\garant://ivo.garant.ru/#/document/ .
2. Бельский К.С. Эмиссионное право как институт финансового права [Текст] // Финансовое право. 2006. № 5. С. 48-55.
3. www.cbr.ru – Информационно-аналитические материалы.

*Кирилина В.М., к.биол.н.
директор*

*Институт физической культуры, спорта и туризма
Колесникова Н.В., к.э.н.*

*заведующая кафедрой туризма
Румянцева И.Е.*

*старший преподаватель
Блажевич Л.Е.*

*заведующая кафедрой безопасности жизнедеятельности и
здоровьесберегающих технологий*

*Петрозаводский государственный университет
Россия, г. Петрозаводск*

РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ АРКТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье рассмотрены определения инфраструктуры туризма различных исследователей. Представлено авторское определение инфраструктуры туризма. Изучены факторы, оказывающие влияние на проблемы развития инфраструктуры туризма, а также выявлены основные проблемы развития арктического туризма с учетом региональной специфики.

Ключевые слова: туристская инфраструктура, арктический туризм.

*Valentina Kirilina, PhD
Director of Institute of Physical Education, Sport and Tourism
Petrozavodsk State University*

Russia, Petrozavodsk

Natalia Kolesnikova, PhD

*Chair of Tourism Department
Petrozavodsk State University*

Russia, Petrozavodsk

Irina Rumyantseva

Senior Lecturer

Petrozavodsk State University

Russia, Petrozavodsk

Lyubov Blazhevich

Chair of Life Safety and Health-Saving Technologies Department

Petrozavodsk State University

Russia, Petrozavodsk

ARCTIC TOURISM INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT: PROBLEMS AND PERSPECTIVES

The paper deals with tourism infrastructure definitions proposed by several researchers. Authors' definition of tourism infrastructure is proposed. The paper reviews key factors of tourism infrastructure problems, as well as the main problems of Arctic tourism infrastructure development from regional perspective.

Keywords: tourism infrastructure, arctic tourism.

Исследования, посвященные развитию туристской инфраструктуры региона, неоднократно поднимались в трудах отечественных исследователей (1-6).

По мнению Николаевской Ю.В. под инфраструктурой туризма возможно понимать систему объектов и организаций, экономическое предназначение которой – способствовать производству туристских продуктов и услуг и их продвижению от производителей к потребителям. Она обеспечивает доступность туристского ресурса и комфортность пребывания туриста в месте посещения, поэтому является основой для развития въездного туризма и создает все необходимые условия для предоставления полного комплекса услуг (трансфер, размещение, питание, транспортные услуги и т. д.) [5].

Муртазина Г.Р. определяет туристскую инфраструктуру как комплекс объектов производственного, социального и рекреационного назначения, обеспечивающий функционирование сферы туризма, и среда, в которую погружается турист в определенной дестинации: информационной, гостеприимной и комфортной, соответствующей развитию общества и современным требованиям.

Каширин С.В. выделяет следующие блоки туристской инфраструктуры:

транспортное обеспечение; коммунальные системы; торговля и бытовое обслуживание; телекоммуникационные связи; места размещения и питания туристов [3].

Буркутбаева Н.А. предлагает подразделять инфраструктуру туризма на социальную (здравоохранение, культура, образование и т.п.) и производственную (гостиницы, рестораны, транспорт и т.п.) инфраструктуру, которые входят своими составными частями в социальную и производственную инфраструктуру социальной сферы региональной экономики России [2].

По нашему мнению, под туристской инфраструктурой следует понимать систему взаимосвязанных объектов производственного, социального и рекреационного назначения, позволяющих обеспечивать качественное оказание туристских услуг.

Развитие туристской инфраструктуры в арктическом регионе происходит неравномерно и сдерживается различными факторами, что снижает эффективность развития туристского комплекса в целом.

Боголюбова С.А. и Василиха Д.Ф. выделяют 4 группы проблем развития туристской инфраструктуры, которые складываются под влиянием следующих факторов [1]:

– общеэкономические (финансирование инфраструктуры туризма; проблема собственности; старение объектов инфраструктуры туризма – низкая скорость обновления; нехватка мощностей инфраструктуры туризма; диспропорции территориального развития и т.п.);

– отраслевые (сезонность использования объектов инфраструктуры, ориентация на определенный целевой сегмент, повышенные требования технологической, экологической, личной безопасности);

– социально-культурные (нарушение исторического облика территории; сохранение культуры и традиций; неприятие местного населения)

– экологические (несоответствие региональной инфраструктуры туризма уровню пропускной способности территории, т.е. уровню посещаемости объекта или местности, превышение которого приводит к неприемлемым экологическим последствиям; превышение в туристских центрах уровня антропогенной нагрузки – т.е. внешнего воздействия на природный комплекс; хрупкость природных экосистем).

В отношении арктического туризма данная классификация также может быть применена с учетом специфики региона. По мнению авторов, к основным проблемам развития арктического туризма относятся большой объем капиталовложений в развитие туристской инфраструктуры региона, удаленность от центров формирования туристского потока, высокий уровень цен на турпродукт, суровые климатические условия. Также необходимо уделить особое внимание разработке методики оценки рекреационной нагрузки на территорию и сохранению уникального природного и

культурного наследия Арктики.

Туристская инфраструктура является ключевым элементом развития туристского комплекса. В непростых арктических условиях только комплексный подход, применение ресурсосберегающих инновационных технологий и реализация концепции устойчивого туризма будут способствовать увеличению количественных и качественных показателей развития туристской инфраструктуры.

Работа выполнена в рамках

Программы стратегического развития ПетрГУ на 2012-2016 гг.

Использованные источники:

1. Боголюбова, С.А. Факторы неэффективного развития региональной инфраструктуры туризма [Электронный ресурс] / С.А. Боголюбова, Д.Ф. Василюха // Современные проблемы науки и образования. — Режим доступа: <http://www.science-education.ru/100-4960>
2. Буркутбаева Н.А. Развитие региональной инфраструктуры сферы туризма // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2011. № 29. С. 26.
3. Каширин С.В. Туристская инфраструктура как определяющий фактор развития туризма // Социальная политика и социология. 2012. № 4 (82). С. 122-129.
4. Колесников Н.Г., Петрова Н.В., Шевченко В.И. Объекты инфраструктуры туризма как элементы туристских дестинаций // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 9-3. С. 173-174.
5. Николаевская, Ю. В. Состояние инфраструктуры туризма в Приморском крае /Ю. В. Николаевская//Вестник ТГЭУ. -2009. -№ 4. -С. 21-31.
6. Румянцева И.Е. О развитии инфраструктуры туризма: методологические аспекты // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 8-2 (52). С. 62-66.

Клеутин А.И.

студент 3 курса

*филиал Брянского Государственного
университета им. ак. И.Г. Петровского*

Россия г. Новозыбков

ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ УГРОЗ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация: в работе рассматривается проблема обеспечения информационной безопасности. Её решение предполагает изучение форм, способов и методов выявления и предупреждения опасности в информационной сфере.

Annotation: this paper deals with the problem of information security . Its solution involves the study of the forms , means and methods of identification and hazard warning in the information sphere .

Ключевые слова: Информация, информационные технологии, информационная безопасность

Information, information technologies, information security

Быстрое развитие и повсеместное проникновение информационных технологий в самые различные сферы деловой деятельности привело к тому, что компьютерная информация в настоящее время может иметь вполне определенный стоимостный вес, показателями которого может являться как прибыль, получаемая при ее использовании, так и размеры ущерба, наносимого владельцу информационных ресурсов или пользователям при нарушении установленных правил работы с информацией. Поэтому одной из важнейших проблем развития информационных технологий является надежное обеспечение информационной безопасности.[2]

Деятельность субъектов по защите охраняемой обладателем информации связана главным образом с предупреждением утечки охраняемых секретов, т.е. правовая охрана и защита информации, включающей, государственную тайну и конфиденциальную информацию с ограниченным доступом. В «Перечне сведений конфиденциального характера», утвержденном Указом Президента РФ от 6 марта 1997 года № 188, приведены следующие виды конфиденциальной информации: служебная тайна, персональные данные, тайна следствия и судопроизводства, коммерческая тайна, тайна сущности изобретения до момента опубликования, профессиональная тайна. В то же время целый ряд действующих нормативно-правовых документов определяет еще несколько типов тайн, как видов конфиденциальной информации.

Служебная тайна. Информация составляет служебную или коммерческую тайну в случае, когда информация имеет действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности ее третьим лицам, к ней нет свободного доступа на законном основании и обладатель информации принимает меры к охране ее конфиденциальности. Сведения, которые не могут составлять служебную или коммерческую тайну, определяются законом или иными правовыми актами (ст. 139 ГК РФ).

Тайна усыновления ребенка. Тайна усыновления ребенка охраняется законом (ст. 139 Семейного кодекса РФ).

Служебная информация о рынке ценных бумаг. Служебной информацией признается любая не являющаяся общедоступной информация об эмитенте и выпущенных им эмиссионных ценных бумагах, которая ставит лиц, обладающих в силу своего служебного положения, трудовых обязанностей или договора, заключенного с эмитентом, такой информацией, в преимущественное положение по сравнению с другими субъектами рынка ценных бумаг (ст. 31 закона «О рынке ценных бумаг»).

Врачебная тайна. Информация о факте обращения за медицинской помощью, состоянии здоровья гражданина, диагнозе его заболевания и иные сведения, полученные при его обследовании и лечении, составляют

врачебную тайну. Гражданину должна быть подтверждена гарантия конфиденциальности передаваемых им сведений (ст. 61 Основ законодательства Российской Федерации «Об охране здоровья граждан»).[1]

Тайна связи. Тайна переписки, телефонных переговоров, почтовых отправлений, телеграфных и иных сообщений, передаваемых по сетям электрической и почтовой связи, охраняется Конституцией Российской Федерации (ст. 32 закона «О связи»).

Нотариальная тайна. Нотариус обязан хранить в тайне сведения, которые стали ему известны в связи с осуществлением его профессиональной деятельности (ст. 16 Основ законодательства Российской Федерации «О нотариате»).

Адвокатская тайна. Адвокат не вправе разглашать сведения, сообщенные ему доверителем в связи с оказанием юридической помощи (ст. 15, ст. 16 «Положения об адвокатуре СССР»).

Журналистская тайна. Редакция не вправе разглашать в распространяемых сообщениях и материалах сведения, предоставленные гражданином с условием сохранения их в тайне. Редакция обязана сохранять в тайне источник информации и не вправе называть лицо, предоставившее гражданином с условием неразглашения его имени, за исключением случая, когда соответствующее требование поступило от суда в связи с находящимся в его производстве делом (ст. 41 закона «О средствах массовой информации»).[2]

Коммерческая тайна. Информация составляет служебную или коммерческую тайну в случае, когда информация имеет действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности ее третьим лицам, к ней нет свободного доступа на законном основании и обладатель информации принимает меры к охране ее конфиденциальности. Сведения, которые не могут составлять служебную или коммерческую тайну, определяются законом или иными правовыми актами (ст. 139 ГК РФ).

Банковская тайна. Банк гарантирует тайну банковского счета и банковского вклада, операций по счету и сведений о клиенте (ст. 857 ГК РФ).

Тайна страхования. Страховщик не вправе разглашать полученные им в результате своей профессиональной деятельности сведения о страхователе, застрахованном лице и выгодоприобретателе, состоянии их здоровья, а также об имущественном положении этих лиц (ст. 946 ГК РФ).

Как видно из выше перечисленного, самым проработанным и обширно представленным во всех измерениях является аспект конфиденциальности информации. На ее страже стоят законы, нормативные акты, технические средства и многолетний опыт различных государственных структур. Однако обеспечение конфиденциальности информации — один из самых сложных в практической реализации аспект информационной безопасности.[2]

Государственная тайна — согласно определению, принятому в российском законодательстве, защищаемые государством сведения в области

его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной, оперативно-розыскной и иной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности государства.

Опасность утечки информации обусловлена тем, что она приводит к осведомленности иностранных государств, либо конкурентов в какой-либо отрасли с коммерческими секретами друг от друга, вследствие чего стране, отдельному предприятию или личности причиняется или может быть причинен ущерб. Это происходит в тех случаях, когда лицо совершает действие, либо бездействие, нарушающее правовые запреты, предусмотренные законами, подзаконными и корпоративными нормативными актами. Особую опасность в этом плане представляют деяния, связанные с разглашением информации и утратой документов, а также изделий, сведения о которых составляют государственную, служебную и коммерческую тайну. При совершении этих деяний, предусмотренных соответствующими статьями Уголовного кодекса РФ, наступает уголовная ответственность.[1]

Использованные источники:

1. Северин, В.А. Правовое обеспечение информационной безопасности предприятия: Учебно-практическое пособие. М.: Городец, 2000.
2. Михеева, Е.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности: учеб. пособие. – М.: Проспект, 2010.

*Клеутин А.И.
студент 4 курса
филиал Брянского Государственного
университета им. ак. И.Г. Петровского
Россия, г. Новозыбков*

ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ ГРАФИКИ В СИСТЕМЕ PASCAL В ПРОФИЛЬНОМ КУРСЕ ИНФОРМАТИКИ

Аннотация: представление данных на мониторе компьютера в графическом виде впервые было реализовано в середине 50-х годов для больших ЭВМ, применявшихся в научных и военных исследованиях. С тех пор графический способ отображения данных стал неотъемлемой принадлежностью подавляющего числа компьютерных систем, в особенности персональных.

Annotation: presentation of data on a computer monitor in graphical form was first implemented in the mid- 50s for mainframe , used in the scientific and military research. Since then, the image data display method has become a fixture of the vast number of computer systems , particularly personal.

Существует специальная область информатики, изучающая методы и средства создания и обработки изображений с помощью программно-аппаратных вычислительных комплексов, – компьютерная графика. Она охватывает все виды и формы представления изображений, доступных для

восприятия человеком либо на экране монитора, либо в виде копии на внешнем носителе.[3]

Почти с момента создания ЭВМ появилась и компьютерная графика, которая сейчас считается неотъемлемой частью мировой технологии. Поначалу это была лишь векторная графика – построение изображения с помощью так называемых “векторов” - функций, которые позволяют вычислить положение точки на экране или бумаге. Например, функция, графиком которой является круг, прямая линия или другие более сложные кривые. Совокупность таких “векторов” называется векторным изображением.[2]

Однако появились и другие виды графики: растровая, фрактальная, трехмерная. Однако наиболее часто используемыми были и остаются растровая и векторная графика.

Для дальнейшего рассмотрения проблемы постройки объектов с помощью векторной графики, необходимо уяснить разницу между двумя основными видами компьютерной графики - растровой и векторной.[1]

Векторная графика описывает изображения с использованием прямых и изогнутых линий, называемых векторами, а также параметров, описывающих цвета и расположение. Например, изображение снеговика строится с помощью трех кругов, т.е. координат центра, радиусов, также во внимание берется цвета контура и заливки.[4]

При редактировании элементов векторной графики изменяются параметры прямых и изогнутых линий, описывающих форму этих элементов. Можно переносить элементы, менять их размер, форму и цвет, это не отразится на качестве их визуального представления. Достоинством векторной графики является то, что она не зависит от разрешения, т.е. может быть показана в разнообразных выходных устройствах с различным разрешением без потери качества.[1]

В отличие от векторной, растровая графика описывает изображения с использованием цветных точек, называемых пикселями, расположенных на сетке. Например, изображение снеговика уже описывается конкретным расположением и цветом каждой точки сетки, как в мозаике.

При редактировании растровой графики Вы редактируете пиксели, а не линии. Растровая графика зависит от разрешения, поскольку информация, описывающая изображение, прикреплена к сетке определенного размера. При редактировании растровой графики, качество ее представления может измениться. Вывод растровой графики на устройства с более низким разрешением, чем разрешение самого изображения, понизит его качество.[2]

С развитием компьютерной техники и технологий появилось множество способов постройки графических объектов. В зависимости от видов компьютерной графики под этим термином понимаются, как и пиксели или спрайты (в растровой графике), так и векторные объекты, такие как круг, квадрат, линия, кривая и т.д. (в векторной графике). В векторной графике

также существует понятие графический примитив. Под графическими примитивами понимаются минимальные графические объекты, которые составляют векторный рисунок — подобно кирпичам, из которых строится здание. Такими графическими примитивами являются: точка, отрезок, окружность, эллипс, дуга, сектор, прямоугольник, параллелепипед и некоторые другие.[2]

Существует множество программ для редактирования векторной графики – графические редакторы, однако зная приемы программирования, создаются быстро такие элементы, на которые в графическом редакторе уйдет много времени и не будет возможности многократного повторения и внесения быстрых изменений в рисунок, т.е. программирование дает возможность управлять созданием графики на более низком уровне. Поэтому рассмотрение графики, несомненно, разнообразит тему «Программирование», позволит рассмотреть класс интересных задач, поспособствует развитию творческих способностей.[4]

Как правило, возможности различных языков программирования, в свете рассматриваемых задач, одинаковы. Поэтому будем рассматривать векторную графику, взяв за основу язык программирования Pascal.

Большинство языков программирования имеют свои стандартные графические библиотеки. Так, у Basic графические команды являются встроенными; система программирования Turbo Pascal содержит графическую библиотеку (модуль Graph.tpu), имеющую в своем составе процедуры и функции обработки простейших графических примитивов.

В модуле GRAPH содержится 79 графических процедур, функций, десятки стандартных констант и типов данных. В состав модуля входит ряд программ драйверов для наиболее распространенных видеоадаптеров: CGA, MCGA, EGA, VGA, HERCULES, AT&T, 3270 PC. Эти драйверы хранятся в файлах с расширением BGI.[3]

Использованные источники:

1. Семенов, А. А. Первое знакомство с ООП [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://inf.1september.ru/1999/art/udin1.htm>
2. Гусева, А.И. Учимся информатике: задачи и методы их решения [Текст]. – М.: Диалог – МИФИ, 2001 – ISBN 5864041025
3. Угринович, Н.Д. Информатика и информационные технологии. Учебник для 10-11 классов [Текст]. – М.: Бином. Лаборатория знаний, 2003 – ISBN 5-93208-065-5
4. Попов, В.Б. Turbo Pascal для школьников: учебное пособие [Текст]. – М.: ФИНАНСЫ И СТАТИСТИКА, 2002 – ISBN 5933780332

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
МЕХАНИЗМОМ РЕГУЛИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И
СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА МАТЕРИАЛАХ «НО
РЕФТИНСКИЙ МУНИЦИПАЛЬНЫЙ ФОНД ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО
И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

Поиск новых форм поддержки малого предпринимательства был и остается актуальной задачей и в настоящее время. Однако, отсутствие у российского правительства четкой политики по отношению к малому бизнесу на протяжении долгого периода времени значительно сократило число исследований, посвященных данной тематике.

Цель статьи – изучение теоретических и методологических основ муниципального управления механизмом регулирования и поддержки малого предпринимательства, выявление соответствующих проблем и подходов к их решению **на материалах «НО Рефтинский муниципальный фонд поддержки малого и среднего предпринимательства».**

Малое и среднее предпринимательство являются специфическим сектором экономического рынка, который производит материальные блага при минимуме издержек, и сферой самореализации и самообеспеченности населения, в пределах прав, согласно Конституции РФ (статья 34 Конституции РФ) [1].

Малое и среднее предпринимательство наиболее энергично овладевают новыми продуктами и рыночными «нишами», содействует близости произведенной продукции к потребителям, усовершенствуется в сферах, которые непривлекательны крупному бизнесу. Важная особенность этого сектора - широкое применение малых размеров ресурсов, сырья, ускоренное освоение вложений и высокий оборот текущих активов. Характерная черта малого бизнеса - активные инновации, которые способствуют ускоренному росту различных сфер рынка. Малые организации способствуют возникновению конкурентной среды, созданию альтернатив на рынке труда, организовывают новые рабочие места. Малое и среднее предпринимательство очень гибко и высоко приспособляемо к изменениям конъюнктуры рынка, что стабилизирует макроэкономические процессы в национальной экономике и достигает оптимальную структуру рыночной экономики.

«Лицом» любой развитой страны считаются крупные организации и фирмы, а крупный капитал – мощная экономическая сила – устанавливает научно-технический и производственный потенциал, однако, подлинная основа жизни рыночной экономики государства есть небольшие организации, которые являются массовой, динамичной и гибкой формой экономики.

Следует констатировать, что экономика России в 2014-2016 годах

столкнулась с серьезными вызовами. Замедление темпов роста, наблюдавшееся с середины 2012 года, во многом было обусловлено негативными последствиями долгового кризиса в ЕС. Однако по мере снижения экономической активности стали все сильнее проявляться структурные проблемы, все более существенным становился недостаток инвестиций. В 2014 году ситуацию резко ухудшили внешние факторы. Конфликт на Украине, санкции в отношении России со стороны США и стран Евросоюза и последовавшие за ними ответные российские санкции, а также существенное падение цен на нефть – все эти факторы негативно отразились на состоянии экономики страны, деловом климате и инвестиционной привлекательности. Фактически, во второй половине года западные рынки капитала были закрыты для российских эмитентов, что резко ухудшило ситуацию с фондированием эмитентов и вызвало необходимость поиска альтернативных источников финансирования, в том числе для выплат по внешнему корпоративному долгу. Все это негативно отразилось на инвестиционном спросе и расходах потребителей, усилив отток капитала и инфляционные ожидания.

В этой связи особое значение имеет государственная и муниципальная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства. В нашей стране создана определенная правовая база, регулирующая развитие всех хозяйствующих субъектов, в том числе и малого и среднего бизнеса. Основой государственной нормативно-правовой базы в системе государственной поддержки малого и среднего бизнеса являются на федеральном уровне Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [2], на областном уровне Свердловской области от 4 февраля 2008 года N 10-ОЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Свердловской области» [3], на муниципальном уровне - Муниципальная программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в городском округе Рефтинский до 2017 года». Эти законы выполнили свою функцию и внесли заметный вклад в развитие малого и среднего бизнеса.

Однако, в настоящий момент интенсивному росту данного сектора препятствуют три основные причины: административные барьеры, высокое налоговое бремя и недоступность финансовых ресурсов.

С начала 2015 года были увеличены штрафы для малого и среднего бизнеса за несоблюдение санитарных правил. Штрафы теперь составляют для от 5 до 10 тыс. рублей для должностных лиц и индивидуальных предпринимателей, от 30 до 50 тыс. для юридических лиц. Ранее эта сумма составляла от 2 до 3 тыс. и от 20 до 30 тыс. соответственно.

Кроме законодательно установленных, существуют барьеры, которые создаются искусственно, вследствие недобросовестного поведения чиновников. Например, сама процедура регистрации занимает сравнительно немного времени - около 10 дней, однако сам процесс сбора всей необходимой

документации занимает немало времени и сил и является отталкивающим моментом для многих начинающих предпринимателей. Относительно регистрации предприятий вводятся постоянные изменения в законодательстве, вследствие чего начинающий предприниматель, не знающий всех тонкостей процесса, получают задержку регистрации предприятия по времени либо возможные судебные разбирательства, в связи с грубыми нарушениями законодательства.

Налоговая нагрузка на малый и средний бизнес с каждым годом растет. В 2014 году был проведен ряд налоговых реформ, которые в первую очередь запомнятся бизнесу увеличением налоговой нагрузки. Если раньше базой налога на имущество являлась балансовая стоимость объекта налогообложения, то теперь налог будет рассчитываться исходя из кадастровой стоимости имущества.

Не менее важная проблема, которую необходимо решить - финансы: нехватка оборотных средств, долгосрочного финансирования и высокая стоимость кредитов. Так, ПАО КБ «УБРИР» в этих условиях придерживается следующих приоритетов в кредитовании юридических лиц (таблица 1):

Таблица 1 - Банковские кредитные продукты для малого и среднего бизнеса, предлагаемые банком в 2015 г. [4]

Кредитные продукты	Срок	Ставки	Сумма	Примечание
Кредиты на инвестиционные цели				
Кредит	до 1826 дней	От 17,9%	от 500 000 до 30 000 000 (включительно)	Залог - транспорт и/или недвижимость
Кредиты на пополнение оборотных средств				
Кредит	до 1095 дней	от 17,7%	от 500 000 до 30 000 000 (включительно)	для осуществления расходных операций
Финансирование кассовых разрывов (овердрафт)				
Кредит	до 2 лет	от 21%	от 30 000 до 300 000	Возможность снижения процентной ставки

Большинство кредитных продуктов и услуг появились сравнительно недавно, но уже способствовали решению первоочередных проблем развития малого и среднего предпринимательства в России.

Таблица 2 - Динамика выданных кредитов малому и среднему бизнесу в ПАО КБ «УБРИР» за 2014-2015 гг., млрд. руб. [4]

Показатели	2014 г	2015 г	Изменение, %
Средний бизнес	2 571	3 079	19,8

Малый и микро бизнес	553	565	2,2
Итого	3124	3644	X

Графически динамика выданных кредитов малому и среднему бизнесу в ПАО КБ «УБРиР» за 2014-2015 гг. представлена на рисунке 1.

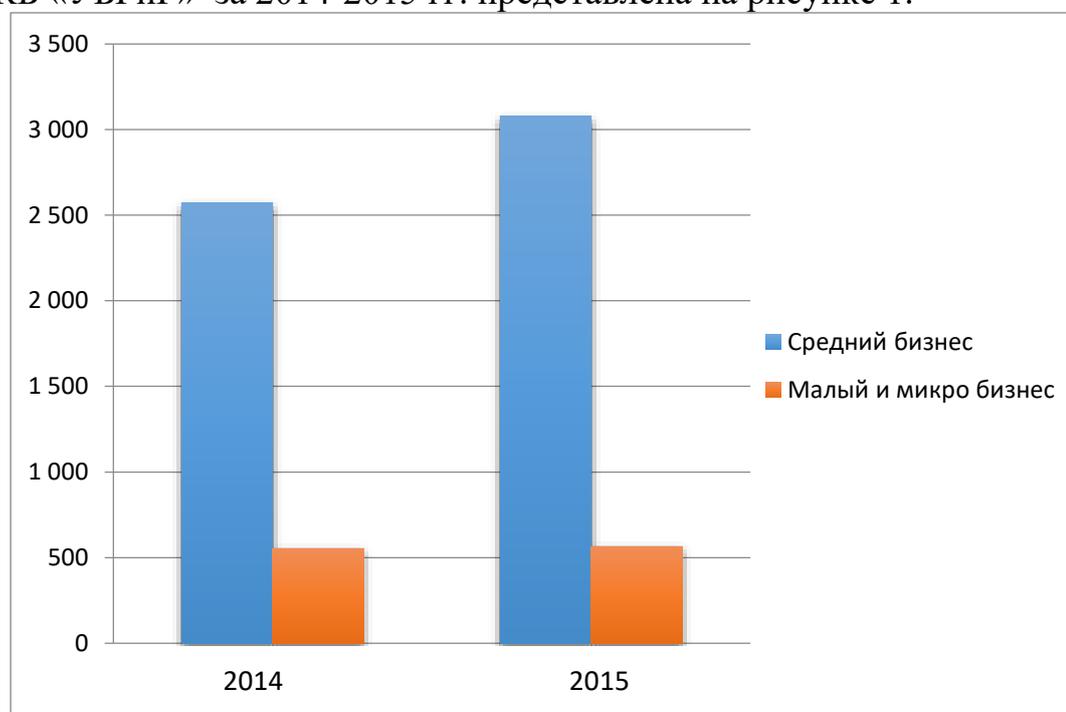


Рисунок 1 – Динамика выданных кредитов малому и среднему бизнесу ПАО КБ «УБРиР» за 2014-2015 гг. [4]

Исходя из таблицы 2 и рисунка 1 видно, что объемы выданных кредитов малому и среднему бизнесу с каждым годом растут, но медленными темпами. Таким образом, одной из проблем кредитования малого бизнеса является снижение потребности в кредитах в условиях кризиса.

Таким образом, в рамках исследования выделены три основные проблемы механизма регулирования и поддержки малого предпринимательства: административные барьеры, высокое налоговое бремя и недоступность финансовых ресурсов.

И центральные, и местные органы государственного контроля обязаны следовать принципам эффективной политики и практики контроля за исполнением законодательства. Эти принципы могут быть составной частью самих нормативных актов или методических рекомендаций по обеспечению исполнения.

Совершенствование налогообложения субъектов малого предпринимательства должно быть основано на оптимальном сочетании интересов государства и малого бизнеса. Поэтому необходим переход от гипертрофированной реализации фискальной функции налогообложения к

активно-стимулирующей. Данные условия будут способствовать развитию малого предпринимательства, усиливать его социальную значимость и стимулировать инвестиционную активность.

Что касается кредитования малого и среднего бизнеса, то стоит отметить, что сейчас у каждого банка, в том числе практикуется своя методика оценки кредитоспособности заемщика, что негативно сказывается на качестве этой оценки. Однако, если бы, основываясь на отечественной и зарубежной методологии, сформировать единую для всех методику и постулаты оценки кредитоспособности заемщиков, качество оценки перешло бы на новый уровень, сведя к минимуму риск невозврата кредита и повысив тем самым прибыль банка.

В заключении отметим, что поддержка и регулирование сферы малого предпринимательства за рубежом, в частности, в странах с развитой экономикой, осуществляется на высоком и качественно ином уровне, чем в России.

Использованные источники:

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. // Российская газета. 1993. 25 декабря.
2. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (в ред. от 29 декабря 2015 г.) // Российская газета. 2007. 31 июля.
3. О развитии малого и среднего предпринимательства в Свердловской области: Областной закон от 04 февраля 2008 г. № 10-ОЗ (в ред. от 20 июля 2015 г.). В данном виде документ опубликован не был. *Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».*
4. Официальный сайт ПАО КБ «УБРиР». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ubrr.ru>

Коган А.Б., к.э.н.

доцент

кафедра «Экономика строительства и инвестиций»

Новосибирский государственный архитектурно-строительный

университет (СИБСТРИН)

Мухометдярова А.Ф.

студент 4 курса

Лежнина К.В.

студент 4 курса

факультет «Экономика строительства и инвестиций»

Россия, г. Новосибирск

О ВЫБОРЕ НАИЛУЧШЕГО МОМЕНТА ПРИОБРЕТЕНИЯ КВАРТИРЫ НА ПЕРВИЧНОМ РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

В статье описывается специфика выбора наилучшего момента приобретения квартиры на первичном рынке недвижимости.

Рассматриваются стадии строительства «фундамент» и «ввод в эксплуатацию». Отражаются их положительные и отрицательные стороны.

Ключевые слова. Долевое строительство. Девелопер. Застройщик

Задумываясь о приобретении квартиры, будущий собственник сталкивается с дилеммой: приобрести её на первичном или вторичном рынке недвижимости. Каждый из этих вариантов имеет свои плюсы и минусы. Плюсом вторичного рынка является то, что квартира уже существует, её можно осмотреть, выявить возможные дефекты. Минусом является то, что квартира имеет некоторый моральный износ. Минусом покупки на первичном рынке является то, что от момента оплаты до вселения в квартиру проходит много месяцев и есть риск долгостроя.

Плюсом первичного рынка является то, что квартира и сам дом, запроектированы с учётом современных ожиданий потребителей. Вдобавок можно выбрать квартиру из нескольких вариантов по плану дома и по виду из окна. Другим преимуществом является тот факт, что недвижимость на первичном рынке дешевле такой же на вторичном рынке. Если квартира приобретается с целью вложения средств, то это позволяет получить прибыль, а если с целью проживания, то это позволяет сэкономить на приобретении жилья. [1].

Спецификой ценообразования на первичном рынке является и то, что квартиры на ранних стадиях строительства стоят дешевле, чем на стадии ввода дома в эксплуатацию. При заключении договора участия в долевом строительстве на стадии «фундамент» квартиры стоят порой на 45-50% дешевле, чем на стадии «ввод в эксплуатацию». Например, один из дольщиков дома на улице Бориса Богаткова 253/4, с которым общались авторы настоящей статьи, приобрел свою квартиру на стадии фундамента за 1 800 тыс.р. По данным сайта «НГС.Недвижимость» [2] квартира с такой же планировкой в доме, сданном в эксплуатацию, на сегодня стоит 3 200 тыс.р. Значит, этот дольщик получил выгоду в сумме 1 400 тыс. р., что составило 43,75 %.

Покупка на стадии фундамента имеет и свои минусы. Часто дольщикам приходится снимать квартиру в ожидании строящейся, а это дополнительные расходы. Если, например семья снимает 1-но комнатную квартиру за 15 000 рублей в месяц, а строящуюся квартиру они получают через год, то дополнительные расходы семьи на этот срок составят 180 000 рублей (около 20% стоимости квартиры).

Приобретение жилья на стадии «фундамент», многие считают рискованным, ведь на рынке существует масса примеров, когда стройки замораживались, застройщики попросту пропадали. Сегодня же застройщики не желают доводить дело до суда, чтобы не портить репутацию, а ищут компромисс с дольщиками [3].

Другой фактор, снижающий привлекательность покупки на этой стадии – необходимость получения кредита, с которой сталкиваются многие

дольщики. Взяв кредит необходимо ежемесячно осуществлять по нему платежи. В итоге сумма процентов может приблизиться к сумме самого кредита. Выполнить точные расчёты и понять – есть ли смысл брать кредит можно с помощью кредитных калькуляторов, которые есть на сайтах многих банков [4].

Многие девелоперы предлагают такое решение, как обмен старой квартиры на новую – т.н. Trade-in. В городе Новосибирск такую программу практикуют следующие строительные организации: СП ООО «Сибкадемстрой», НСК «Девелопмент», ЗАО «Строитель», ООО НИСК «Метаприбор» [5]. Это предложение удобно, поскольку многим дольщикам нужно продать свою квартиру, чтобы вложиться в строящуюся и арендовать на период строительства другую квартиру. В этой схеме дольщик живёт в своей квартире до момента получения строящейся – это даёт очевидные выгоды. Однако это влечёт и затраты: существующую квартиру примут в зачёт по заниженной цене.

Итак, во всём есть свои плюсы и минусы. Для выбора оптимального момента покупки нужно учесть вышеперечисленные факторы.

Использованные источники:

1. РБК. Недвижимость [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://realty.rbc.ru/articles/11/03/2013/562949986150584.shtml>. . – Загл. с экрана (дата обращения 19.02.2016).
2. НГС. Недвижимость [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://realty.ngs.ru/>. – Загл. с экрана (дата обращения 19.02.2016).
3. Застройщик.РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xn----7sbbzgfdf7atkggj2h.xn--p1ai>. . – Загл. с экрана (дата обращения 19.02.2016).
4. Сбербанк. Ипотечное кредитование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sberbank.ru/ru/person/credits/home>. – Загл. с экрана (дата обращения 19.02.2016).
5. Квартиры от застройщиков – выгодные способы покупки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.n-s-k.net/fix/article/216>. – Загл. с экрана (дата обращения 19.02.2016).

*Кожина М.С.
магистрант 1 курса
кафедра «Экономики и организации производства»
Тюменский индустриальный университет
Россия, г. Тюмень
Kozhina M.S, Undergraduate 1 course
Department of Business Administration
Tyumen Industrial University
Russian Federation, Tyumen*

**ВЛИЯНИЕ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА
ОТРАСЛЕВУЮ СТРУКТУРУ ЭКОНОМИ РОССИИ
INFLUNCE THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS ON SECTORIAL
MAKEUP OF THE RUSSIAN FEDERATION ECONOMY**

Аннотация научной статьи: Настоящая статья посвящена выявлению причин и особенностей мировых экономических кризисов и их непосредственное влияние на развитие отраслевой экономики России. Упомянуты такие кризисы, как дефолт который произошел в 1998 году, далее мировой финансовый кризис, начавшийся с обрушения кредитной пирамиды в США (крупнейший со времен Великой депрессии). Следующий экономический спад в экономике страны произошел в 2014 году. В статье исследована динамика основных макроэкономических показателей, тенденции экономического роста и спада страны в 1998-2015гг.

Abstract: This article focuses on the identification of the causes and characteristics of the global economic crisis and its direct impact on the development of the sectorial makeup of Russian economy. Reference is made to such crises as the default, which occurred in 1998, followed by the global financial crisis, which began with the collapse of the credit pyramid in the US (the largest since the Great Depression). Next economic downturn occurred in 2014. The paper studies the dynamics of the main macroeconomic indicators, trends of economic growth and decline in the country in 1998-2015.

Ключевые слова: структура экономики, экономика России, экономический кризис, отраслевая структура, валовой внутренний продукт, динамика ВВП, сфера услуг, промышленное производство

Keywords: economic structure, Russian economy, the economic crisis, sectorial makeup, GDP (gross domestic product), GDP dynamics, service industries, manufacturing output

На сегодняшней день данная тема является актуальной не только для экономистов, политологов, СМИ, но и для простых граждан, в жизни которых влияние кризиса ощущается наиболее остро. Мировая экономика является сложной, подвижной системой, которая находится в постоянном изменении. Для начала хотелось бы дать определение мировому экономическому кризису и понять, что же на самом деле означает данное

определение. Экономический кризис - это нарушение спроса и предложения внутри страны на товары и услуги. Мировой экономический кризис - это распространение такого дисбаланса на большую часть мировой экономики.

Основная цель данного исследования заключается в том, чтобы систематизировать и обобщить имеющиеся сведения, дать по возможности более точные данные, выявить действительное состояние отраслевой структуры страны. Задача выявить, в каких отраслях экономики кризис отразился, в каких он имеет наиболее широкие масштабы, какие меры были приняты для выхода из кризиса. Основным методом выполнения работы являются экономико-статистический анализ динамики мирового экономического развития и циклических процессов и статистический анализ страновой, отраслевой структуры экономики России.

Какая же ситуация сейчас на Мировом рынке и как данные проблемы влияют на производительность, рост или падения отраслевой структуры страны? Отраслевая структура экономики России состоит из двух сфер: производственной и непроизводственной. Производственная сфера и входящие в её состав отрасли занимаются производством материальных благ и доставкой их до потребителя. Непроизводственная сфера включает отрасли, занимающиеся предоставлением услуг.

Анализ отраслевой структуры экономики производится на основе показателя ВВП, подсчитанного по отраслям. Прежде всего изучается соотношение между крупными народнохозяйственными отраслями материального и нематериального производства. Это соотношение выявляется прежде всего по удельному весу обрабатывающей промышленности.

В современной России самым тяжелым периодом для нее, стал дефолт в 1998 году. Тогда правительство решило бороться с дефицитом федерального бюджета, доходы которого упали из-за низкой цены на нефть (она опустилась до 9 долларов за баррель) и спада производства (с осени 1997 года по сентябрь 1998 года промышленное производство упало на 11%) путем заимствований на внутреннем и внешнем рынках путем выпуска государственных казначейских обязательств (ГКО). И была создана, так называемая пирамида ГКО, поскольку эти долговые бумаги не пользовались спросом, оно подняло их доходность до 150% годовых. А для обслуживания их во втором полугодии необходимо было потратить 180 млрд. рублей, тогда как годовые доходы федерального бюджета всего планировались в 376 млрд. рублей. И крах этой пирамиды наступил 17 августа 1998 года, когда правительство объявило о замораживании ГКО, о введении моратория на уплату по внешним обязательствам и одномоментной девальвации рубля. В результате меньше чем за полгода рубль подешевел в 3,3 раза и 31 декабря стоил всего 20,65 рублей за один доллар США. Только благодаря усилиям, поддержанного оппозицией правительства, путем принятия экстренных мер, в том числе реструктуризации налоговых долгов пред бюджетом предприятий,

госконтроля за валютными операциями, введением налога на добычу полезных ископаемых, замораживании тарифов естественных монополий, введении гарантирования вкладов населения в банках и создания Агентства по реструктуризации банковской системы, удалось за сравнительно короткий срок преодолеть последствия дефолта, хотя до сих пор его последствия весьма ощутимы для экономики страны [2].

Далее слово «кризис» в 2008-2010 годах звучало, наверное, чаще любого другого слова. После длительного подъема последних десятилетий, который называли «золотым веком мировой экономики», настал первый глубокий кризис эпохи глобализации. Мир стал свидетелем стремительного исчезновения многих независимых банков, промышленных концернов, крупнейших торговых предприятий. Мировой экономический кризис затронул практически все страны мира, за исключением самых бедных стран, которые и так находились в перманентном финансово-экономическом кризисе. Причины мирового финансового кризиса были заложены еще в далекие 70-е годы прошлого столетия, когда проблемы в мировой экономике преодолевались после прихода к власти Рейгана и Тэтчер. В то время инфляцию в США удалось побороть за счет жесточайшей кредитной политики ФРС (Пол Волкер). Был отменен золотой стандарт доллара США, и он стал международной валютой. Без соответствующих правил, надзора и регуляции свободный рынок процветал. В финансовый оборот все больше и больше стали входить производные ценные бумаги, оторванные от реального производства. Все большие денежные потоки стали изыматься из оборота «деньги-товар-деньги» в оборот на фондовых биржах «деньги-бумаги-деньги» и приносить больший доход, чем в реальном производстве. Большой приток свободных денег на фондовый рынок привел к колоссальному повышению стоимости ценных бумаг компаний, фондов, банков. И доминировавшая в течение десятилетий идеология финансового либерализма с треском рухнула в считанные недели. В США разразился ипотечный кризис.

Толчком к кризису стал массовый невозврат ипотечных кредитов на строительство и приобретение жилья в США, который обвалил рынок акций и других ценных бумаг ипотечных компаний, фондов и банков. Еще в 2006 году практически все компании, предоставившие ипотечные кредиты с низкими стандартами кредитования, заявили об убытках, ряд ипотечных операторов заявили об уходе с рынка и некоторые о своем банкротстве.

В последующем кризис ипотеки в США распространился на банковскую систему и фондовый рынок и приобрел общемировой характер. По всему миру обвалились фондовые рынки, их индексы упали от 4 до 10%, акции металлургических, автомобильных, строительных компаний и банков подешевели от 14 до 65%. Началась волна банкротств и поглощений более сильными компаниями слабых, сокращение рабочей недели и увольнения работающих.

В России в конце 2008 года продолжился спад промышленного

производства в стране. Только в ноябре оно снизилось на 8,7% по сравнению с ноябрем 2007 года. Падение произошло практически во всех сферах промышленности: обрабатывающие производства сократились на 10,3%, распределение электроэнергии на 9,3%. Настоящий обвал случился в автомобилестроении, металлургии, химической отрасли и производстве строительных материалов. Тогда в сентябре - октябре 2008 года Государственной Думой Российской Федерации по предложению Правительства был принят целый пакет антикризисных мер, направленных на решение самой неотложной на тот момент задачи: укрепление финансовой системы России. В число этих мер вошли инструменты денежно-кредитной, бюджетной политики, которые были нацелены на обеспечение погашения внешнего долга крупнейшими банками и корпорациями, снижение дефицита основных банков, уточнены нормы Бюджетного кодекса РФ в целях реализации мер по поддержке финансового рынка и отраслей экономики Российской Федерации, изменен порядок возмещения из федерального бюджета части затрат на оплату процентов по кредитам, полученным сельхоз товаропроизводителями в российских кредитных организациях, сельскохозяйственных кредитных кооперативах, внесен ряд поправок в федеральный бюджет на 2009 год и период 2010 - 2011 годов, направленных на поддержку финансового рынка и отдельных отраслей экономики [2].

Расходы бюджета, направленные на поддержку финансовой системы, превысили 3 % ВВП. Кризис ликвидности в российских банках, резкое падение биржевых индексов РТС и ММВБ, падение цен на экспортную продукцию (сырье и металл) начали в октябре — ноябре 2008 года отражаться на реальном секторе экономики: начался резкий спад промышленного производства, первая волна сокращений рабочих мест.

На сегодняшний момент мировая экономическая ситуация остается сложной: рост основных показателей на глобальном уровне идет в новом режиме, примерно на 1–2 п.п. ниже, чем до рецессии 2008–2009 годов.

Российский спад экономики развивается на фоне (Рисунок 1):

- роста экономики США;
- начала подъема экономики ЕС;
- относительного замедления экономики Китая;
- спада экономики Бразилии.

Введение санкций против России сократило возможности западных финансовых институтов поднимать свою доходность за счет операций на российском кредитном рынке [1]. Соответственно российский банковский бизнес и компании потеряли удобный доступ к дешевым кредитам. Поскольку политические составляющие современной ситуации невозможно достоверно оценить в перспективе, оценки 2016 года базируются на следующих предположениях:

- мировой экономический рост продолжается (около 3%), поэтому Россия окажется единственной крупной страной в состоянии ощутимого

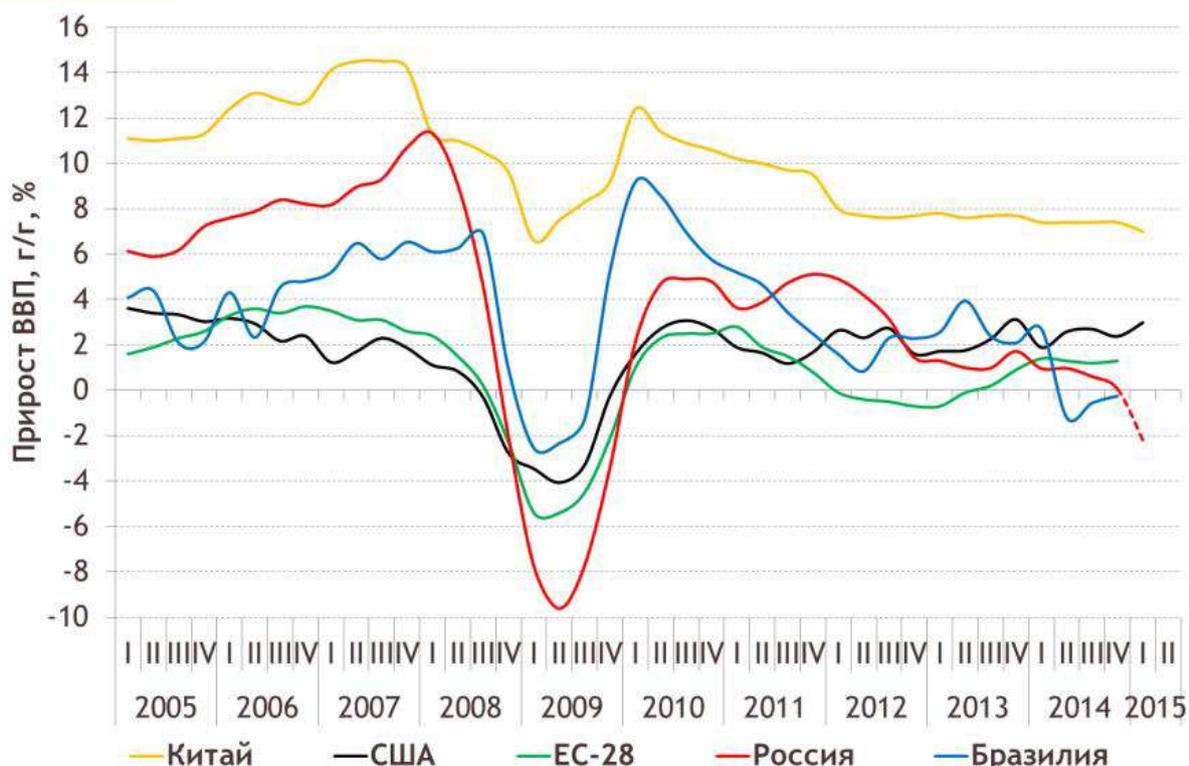
спада;

- финансовые потери других нефтеэкспортеров могут привести к резкому ухудшению ситуации в отдельных странах, но в мировом масштабе чистые потребители энергии (страны и отрасли) получают определенные выгоды;

- санкции против России не будут отменены, но и не усилятся;
- цена нефти останется низкой до принятия мер ОПЕК (55–65 долл./барр.), хотя уже осенью 2016 года возможен ее рост;
- рубль останется в пределах 50–60 рублей за доллар;
- Правительство России останется приверженным бюджету, сбалансированному по основным показателям, проведя умеренное сокращение бюджетных расходов разных уровней.

Рисунок 1

Квартальная динамика ВВП ведущих стран мира (на годовом уровне), 2005-2015гг



Источник — Thomson Reuters Datastream, оценка Минэкономразвития России

Проанализировав данные графика можно сделать вывод, что мировой экономический кризис в 2008 году существенно отразился на экономике России. Из всех ведущих стран показатели ВВП у РФ в 2009 году оказались самыми низкими. Лидером по росту ВВП на протяжении многих лет так и остается Китай.

Начавшийся в 2014 году финансовый кризис в России спровоцировал ухудшение экономической обстановки, которая вызвана введением в отношении России экономических санкций и резким снижением цен на

энергоресурсы, реализация которых составляет основную часть доходов бюджета страны. В сочетании внешние и внутренние факторы придают кризису известную уникальность.

Последствия для отдельных отраслей российской экономики. Автомобильная промышленность, почти все автопроизводители повышают цены на свои автомобили из-за ослабления курса рубля. Это вызвало ажиотаж на рынке автомобилей, в результате чего стал наблюдаться их дефицит. Оборонная промышленность, под угрозой оказались планы на перевооружение Вооруженных сил России и оснащение Вооруженных сил России в полномасштабном объеме, это произошло из-за роста цен на оборонную продукцию, он связан с кризисом и «внешним давлением» зарубежными странами, которое оказывается на Россию. Рынок розничной торговли, в данный момент мониторинг состояния рынка продуктов питания, техники, мебели, косметики, ювелирных изделий и т.д. выявил критические тенденции: большинство экспертов негативно оценивают перспективы развития своих сегментов.

Хочется дать детальный обзор результатов экономики России за 2015 год. Что было плохого, что удалось улучшить. Год выдался непростым. Но могло быть еще хуже. Одновременно упали мировые цены не только на нефть, но и газ, металлы, продукцию сельского хозяйства и другие экспортные товары. Плюс санкции привели к тому, что компании и банки России практически не получали новые займы за рубежом. Ослабление рубля сгладило эффект от этого, но вызвало рост инфляции и падение доходов населения. К сожалению, простых решений не бывает и пришлось чем-то жертвовать.

Объем ВВП России за 2015 год, по первой оценке, составил в текущих ценах 80412,5 млрд. рублей (Рисунок 2).

Рисунок 2

Индекс физического объема ВВП и валовой добавленной стоимости по видам экономической деятельности:

	<i>2015г.</i>	<i>Справочно 2014г.</i>
Валовой внутренний продукт в рыночных ценах	96,3	100,7
в том числе:		
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	103,5	102,2
рыболовство, рыбоводство	99,2	102,0
добыча полезных ископаемых	101,1	102,2
обрабатывающие производства	94,5	101,0
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	98,3	99,7
строительство	92,5	98,4
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	89,9	101,5
гостиницы и рестораны	94,8	100,2
транспорт и связь	98,4	99,4
финансовая деятельность	98,7	110,5
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	99,0	98,3
государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование	99,1	100,8
образование	95,9	101,9
здравоохранение и предоставление социальных услуг	100,3	101,7
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	99,2	97,7
деятельность домашних хозяйств	101,4	102,0
Чистые налоги на продукты	93,0	100,1

Источник

—

Росстат

http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d06/20vvp1.htm

Индекс физического объема ВВП относительно 2014г. составил 96,3%. Индекс-дефлятор ВВП за 2015г. по отношению к ценам 2014г. составил 107,3%. На величину дефлятора ВВП оказало влияние снижение средней ставки экспортной пошлины на энергоносители. То есть при инфляции за год в 12,9%, индекс-дефлятор составил всего 7,3%. Средняя экспортная цена на нефть сильно упала даже в рублях. При этом физический объем добычи даже вырос [3].

Обрабатывающие производства испытали на себе множество сложностей в 2015 году. Производство и распределение электроэнергии, газа и воды снижается на фоне более теплой погоды и экономии потребителей.

Строительство к концу года ушло в штопор. Новых проектов очень мало. В начале года помогали старые незавершенные проекты. Улучшения в этом году будут только с лета, когда снизится ставка по ипотеке и начнется рост инвестиций.

Торговля ощутила на себе резкое снижение покупательской активности. Склонность населения к сбережению выросла, а доходы в реальном выражении сильно снизились. В результате торговля оказалась в значительном минусе. Восстанавливаться она будет одной из последних.

Для того чтобы восстановить экономическую ситуацию в стране Правительству России, необходимо принять комплекс стимулирующих мер:

- поддержка отраслей экономики на законодательном уровне;
- создание благоприятных условий для экспорта и импорта как государственных, так и частных компаний;
- содействие развитию малого и среднего бизнеса;
- привлечение новых инвестиций в отрасли экономики и т. д.

Российская экономика так или иначе связана с мировой, поэтому все кризисные явления будут иметь для нее реальные последствия. Прогнозируется трехпроцентное падение ВВП, девятипроцентное – зарплат, превышение десятипроцентного инфляционного рубежа. Несмотря на то, что экспорт нефти не достигает 10%, снижение цен на нее ударит по многим отраслям страны, при этом нефть будет добываться в прежних объемах. Переориентация Европы на Соединенные Штаты как поставщика сырья вынудит Россию искать рынки сбыта в Китае, хотя цены там будут ниже [4]. Можно также утверждать, что экономический кризис в России является следствием конфликтных отношений с Западом и недооценкой роли частного сектора. Вынужденные уступки первому и динамичное развитие второго сыграют свою роль в достижении стабильности. Если удастся нейтрализовать российско-украинский конфликт, станет менее ощутимой зависимость рубля от доллара. В плюс пойдет снижение уровня внутригосударственной коррупции. Словом, сомневаться в том, что мировой экономический и политический кризис неизбежны, не приходится, но устойчивость России вполне достаточна для выхода из них с наименее разрушительными потерями. Преодолеть полностью последствия мирового финансового кризиса в экономической и социальной сферах России можно только кардинально изменив финансовую, экономическую и социальную политику в стране.

Использованные источники:

1. Кравченко Л. Россия и санкции: сценарии экономического развития. URL: <http://www.msrand.m> (дата обращения: 21.05.2015).
2. Бердникова Л. Ф., Фаткуллина Э. Р. Финансовый кризис (2014-2015) и его

влияние на Россию // Молодой ученый. — 2015. — №11.3. — С. 10-13.

3. Россия в цифрах — 2015: Краткий статистический сборник / Росстат. — М., 2015, <http://www.gks.ru/>

4. Россия и мир:2016. Экономика и внешняя политика. Ежегодный прогноз/ Рук. проекта – А.А. Дынкин, В.Г. Барановский. – М:ИМЭМО РАН, 2015. – 147 с.

References

1. Kravchenko, L. Rossiya i sanktsii: stsenarii ekonomicheskogo razvitiya (Russia and sanctions: scenarios of economic development), available at: <http://www.rusrand.ru> (accessed: 21.05.2015).

2. Berdnikova L.F, Fatkullina E.R Financial crisis (2014-2015). and its impact on Russia // Young scientist . - 2015. - №11.3. - S. 10-13 .

3. Russia by the Numbers - 2015: Short Statistical Book / Rosstat . - М., 2015 , <http://www.gks.ru/>

4. Russia and the World: 2016. Annual Forecast: Economy and Foreign Policy/ Project leads – А.А. Dynkin, V.G. Baranovskii.- Moskow, ИМЭМО РАН, 2015. – 147 p.

Кокорев В.В.

магистрант 1 курса

Институт магистратуры и аспирантуры

*ФГБОУ ВО «Рязанский государственный
радиотехнический университет»*

Россия, г. Рязань

ЗНАЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Статья посвящена определению сущности и назначения Swot-анализа. Проанализированы факторы, влияющие на внутреннюю и внешнюю среду субъекта. Выявлены преимущества и недостатки анализируемого объекта. Рассмотрен Swot-анализ на примере ООО РИКБ РИНВЕСТБАНК

Ключевые слова (Swot-анализ, кредит, потребительский кредит, банк, внутренние факторы, внешние факторы)

Artical is devoted to determination of essence and purpose of Swot analysis. The factors influencing integral and external environment of the subject are analysed. Benefits and shortcomings of the analyzed object are revealed. Swot analysis on the example of ООО RIKB RINVESTBANK.

Keywords (SWOT analysis, credit, consumer loan, bank, internal factors, external factors)

Swot-анализ коммерческого банка представляет собой анализ его внутренней и внешней среды, и включает в себя нахождение сильных и слабых сторон банка, а также поиск возможностей и угроз. Данный анализ

сможет дать представление о возможном потенциале банка, а также выявить его недостатки.[2]

На сегодняшний день большинство коммерческих банков сталкиваются с проблемами невозврата по предоставленным кредитам и снижением ликвидности. Стоит заметить, что за последнее время из-за данных проблем у множества коммерческих банков отзывают лицензии.

Возникшие проблемы в банковском секторе сильно взаимосвязаны, а именно проблемы с ликвидностью случаются в том случае, если большая доля выданных кредитов не возвращается в срок. Банк в свою очередь должен также выплачивать обязательства перед клиентами по возврату денежных средств при их востребовании.

Для того что бы вовремя выявить данные проблемы требуется проводить анализ внешней и внутренней среды банка, анализировать его сильные и слабые стороны, потенциальные возможности и угрозы. Другими словами необходимо провести Swot-анализ.

Первоначально в процессе Swot-анализа следует выявить преимущества и недостатки коммерческого банка. То есть выявляется, что на текущий момент влияет положительно на банк, а что несет в себе негативное влияние и в дальнейшем будущем может стать источником проблемы.

Следующим шагом в проведении Swot-анализа, является нахождение его возможностей и угроз внешней среды. К ним могут относиться изменения в законодательстве страны, конкурентоспособность, клиентская база и другое.[1]

Проведем Swot-анализ на примере ООО РИКБ РИНВЕСТБАНК.

Первым шагом SWOT-анализа является нахождение сильных и слабых сторон кредитной организации, представленной в таблице №1.

Таблица №1

№	Сильные стороны	Характеристика
1	Способность вести конкурентную борьбу	Благодаря хорошему отношения клиентов и правильно выверенной ценовой политики ООО РИКБ «РИНВЕСТБАНК» является достаточно конкурентоспособным банком в регионе.
2	Преимущество в уровне цен на предлагаемые услуги	Ставки по кредитам и вкладам на порядок выше чем у конкурентов, что позволяет быть более востребованными на рынке
3	Высокая квалификация персонала	Клиенты стремятся вновь и вновь обслуживаться в ООО РИКБ «РИНВЕСТБАНК»
4	Доверие и хорошее отношение клиентов	Высокое доверие клиентов обусловлено тем ,что банк представляет услуги уже более 20 лет и выполняет все свои обязательства.
5	Членство в системе страхования вкладов	Данная система защищает денежные средства размещенные во вклады ,тем самым является гарантом того что часть денежных накоплений будет возвращена

Следующий шаг SWOT-анализа выявление слабых сторон банка в

таблице №2

№	Слабые стороны	Характеристика
1	Небольшая сеть филиалов	Не позволяет в полной мере охватывать всю сферу влияния на рынке, в следствие чего идет потеря потенциальных клиентов
2	Малая доля в кредитном портфели потребительских займов	Низкая доля потребительских займов, а точнее 8.34% от всей доли кредитов, показывает достаточно плохо развитую ветвь потребительского кредитования по отношению со средне рыночном который составляет 15 %.
3	Малоизвестность банка	Из-за слабого маркетинга ООО РИКБ «РИНВЕСТБАНК» является «серой лошадкой» вне региона.
4	Устаревшее ТО	По сравнению с передовыми банками время на осуществление операции занимает на порядок больше времени.

Таблица №2

Вторым шагом в проведении SWOT- анализа является определение возможностей и угроз для роста и развития исследуемого коммерческого банка. Для этого проводится анализ внешних факторов, оценивается уровень влияния каждого фактора на развитие ООО РИКБ РИНВЕСТБАНК.

Возможности коммерческого банка – факторы внешней среды, которые позволят ООО РИКБ РИНВЕСТБАНК повысить имидж и увеличить количество клиентов. Рассмотрим их в таблице №3

Таблица №3

Возможности

1. Увеличение сети филиалов позволит охватывать большее количество клиентов
2. Расширение спектра услуг позволит повысить спрос на банковские продукты
3. Улучшение имиджа увеличит поток клиентов и уровень доверия
4. Обновления ТО позволит быстро совершать операции, что в свою очередь повысит пропускаяемость клиентов.

Угрозы – факторы внешней среды, которые могут снизить качество оказания банковских услуг. (таблица №4)

Таблица №4

Угрозы

1. Ужесточение конкуренции
2. Рост инфляции и процентных ставок, что в свою очередь уменьшит спрос на кредиты из-за увеличения их стоимости.
3. Высокая подверженность изменения регулятивных мер, которые в самом неблагоприятном стечении обстоятельств могут привести к аннулированию лицензии
4. Неблагоприятные политические и экономические ситуации,

Угрозы

которые негативно влияют на спрос банковской продукции из-за подорожания средств первой необходимости

Далее проведем количественную оценку сильных и слабых сторон банка. В качестве шкалы будем использовать следующую – 5(очень сильная связь), 4(сильная связь), 3(умеренная связь), 2(слабая связь), 1(нейтральная связь). Количественная оценка выставлена по результатам мнений экспертов и суммирована по всем факторам в таблице №5.

Таблица №5

Сильные стороны		Слабые стороны	
Способность вести конкурентную борьбу	24	Небольшая сеть филиалов	19
Преимущество в уровне цен на предлагаемые услуги	25	Малая доля в кредитном портфели потребительских займов	33
Высокая квалификация персонала	14	Малоизвестность банка	18
Доверие и хорошее отношение клиентов	26	Устаревшее ТО	13
Членство в системе страхования вкладов	20		
Угрозы		Возможности	
Ужесточения конкуренции	29	Увеличение сети филиалов	26
Рост инфляции и процентных ставок	23	Расширение спектр услуг	30
Высокая подверженность изменения регулятивных мер	16	Возможность улучшения имиджа	34
Неблагоприятные политические и экономические ситуации	20	Обновления ТО	15

В результате проведенного SWOT-анализа, стоит отметить, что наиболее слабой стороной банка является малая доля потребительских займов, которая, в первую очередь, обусловлена тем, что потребительские кредиты достаточно рискованны актив. Из-за этого банк не пытается привлечь клиентов по данному виду продукта. Однако, потребительские кредиты являются достаточно доходным активом, которые приносят доход достаточно за короткий срок. Из-за этого нужно найти компромисс между такими факторами, как риск неуплаты кредита и высокой доходностью.

Наиболее сильными чертами исследуемого банка являются доверие клиентов. Данное преимущество связано с достаточно долгим существованием банка в регионе. За 20 лет ООО РИКБ «РИНВЕСТБАНК»

сумел сформировать достаточно большую клиентскую базу, которая в свою очередь доверяет свои накопления банку.

Наиболее опасной угрозой для банка является ужесточение конкуренции, которая может сильно повлиять на процентные ставки и на качество предоставляемой продукции, что в свою очередь уменьшит прибыль коммерческого банка.

Что касается возможностей, то стоит отметить: расширение спектра услуг и возможность улучшения имиджа. Они взаимосвязаны тем, что улучшение имиджа банка привлечет за собой больше клиентов, которые в свою очередь захотят воспользоваться услугами банка и вот для этого банку стоит расширить спектр услуг предоставляемых клиентам (один из них является специализированные потребительские кредиты) для их удержания.

Использованные источники:

1. Гольдштейн Г.Я. Стратегический менеджмент. Таганрог: ТРТУ, 2007.
2. Томпсон-мл Артур А. и Стрикленд III А. Дж., Стратегический менеджмента. Концепции и ситуации для анализа, Strategic Management.

*Колесникова Е.В., к.э.н.
доцент, преподаватель*

Рябова К.В.

*студент 3го курса,
ЧОУ ВПО РМИЭУ*

Россия, г. Ростов – на – Дону

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ

В данной статье описывается необходимость и порядок формирования учетной политики организации. Дается определение понятия «учетная политика», описывается ее структура и процесс формирования.

Ключевые слова: учетная политика, организация, бухгалтерский учет.

Общепризнанно, что бухгалтерский учет на предприятии должен осуществляться по определенным правилам. Проблема заключается в установлении такой совокупности правил, реализация которых обеспечила бы максимальный эффект от ведения учета. При этом под эффектом в данном случае понимается своевременное формирование финансовой и управленческой информации, ее достоверность и полезность для широкого круга заинтересованных пользователей.

Выбранная организацией учетная политика оказывает существенное влияние на величину показателей себестоимости продукции, прибыли, налогов на прибыль, добавленную стоимость и имущество, показателей финансового состояния организации. Следовательно, учетная политика организации является важным средством формирования величины основных показателей деятельности организации, налогового планирования, ценовой политики. Без ознакомления с учетной политикой нельзя осуществлять сравнительный анализ показателей деятельности организации за различные

периоды и тем более сравнительный анализ различных организаций.

В настоящее время в России сложилась четырехуровневая система нормативного регулирования бухгалтерского учета (рис.1).

Учетная политика организации является элементом системы регулирования бухгалтерского учета в РФ. Согласно п.2 ст.8 «Учетная политика» Федерального закона «О бухгалтерском учете»: «Экономический субъект самостоятельно формирует свою учетную политику, руководствуясь законодательством Российской Федерации о бухгалтерском учете, федеральными и отраслевыми стандартами» [1].

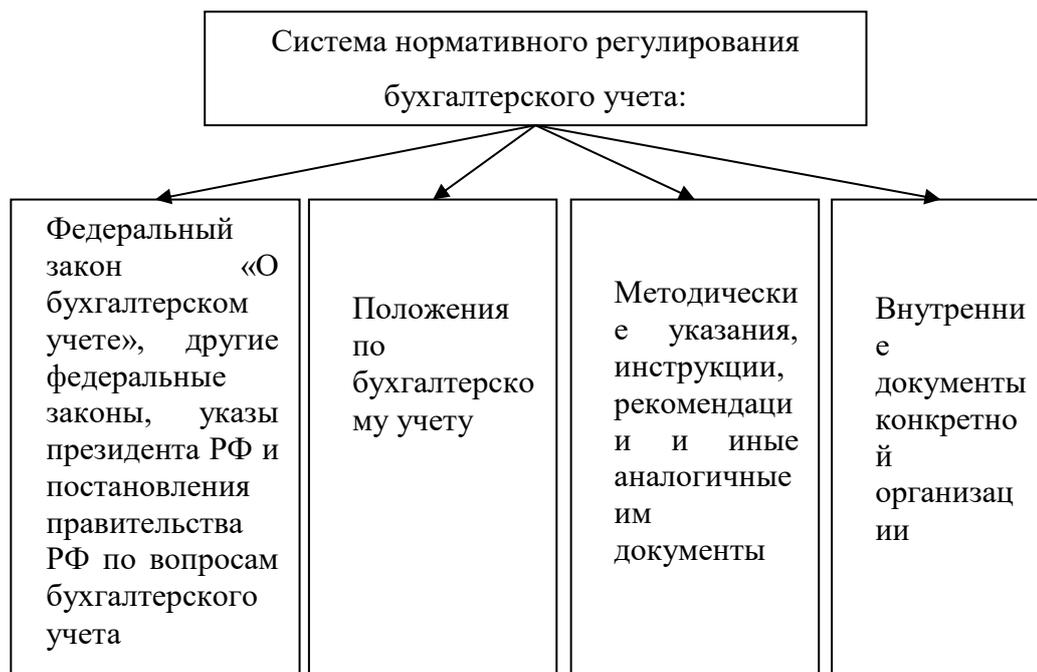


Рисунок 1 - Четырехуровневая система нормативного регулирования бухгалтерского учета РФ

Порядок формирования, оформления и раскрытия учетной политики рассмотрен в положении по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008). В соответствии с п.9 этого нормативного документа учетная политика организации подлежит оформлению соответствующей организационно - распорядительной документацией (приказом, распоряжением и т.п.) [4].

Требования к определению учетной политики организации содержатся в ПБУ 1/2008, утвержденном приказом Министерством финансов РФ от 06.10.2008 № 106н. [3]

Под учетной политикой предприятия понимается выбранная им совокупность способов ведения бухгалтерского учета - первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности .

Главная задача учетной политики предприятия - раскрыть те способы бухгалтерского учета, которые существенно влияют на оценку и принятие

решений заинтересованными пользователями бухгалтерской отчетности.

Изменения в учетной политике должны вводиться с 1 января года, следующего за годом утверждения и должны носить продуманный, обоснованный характер.

Процесс формирования учетной политики организации состоит из следующих последовательных этапов[5](рис. 2).

В этой последовательности все перечисленные этапы являются строго необходимыми: каждый предыдущий этап обеспечивает осуществление последующего.

На первом этапе устанавливается предмет учетной политики, ибо конкретная организация имеет свою специфическую совокупность объектов бухгалтерского учета (фактов хозяйственной деятельности). В зависимости от состава объектов учета на втором этапе выявляются конкретные условия, явления и процессы, которые оказывают влияние на разработку учетной политики. Третий этап формирования подразумевает анализ общепризнанных допущений в построении учетной политики с точки зрения, выявленной на предыдущем этапе совокупности факторов. Четвертый этап заключается в отборе потенциально пригодных к использованию организацией способов ведения учета; отбор ведется из всего множества теоретически возможных способов, исходя из принятых на предыдущем этапе допущений выявленных на втором этапе факторов выбора.

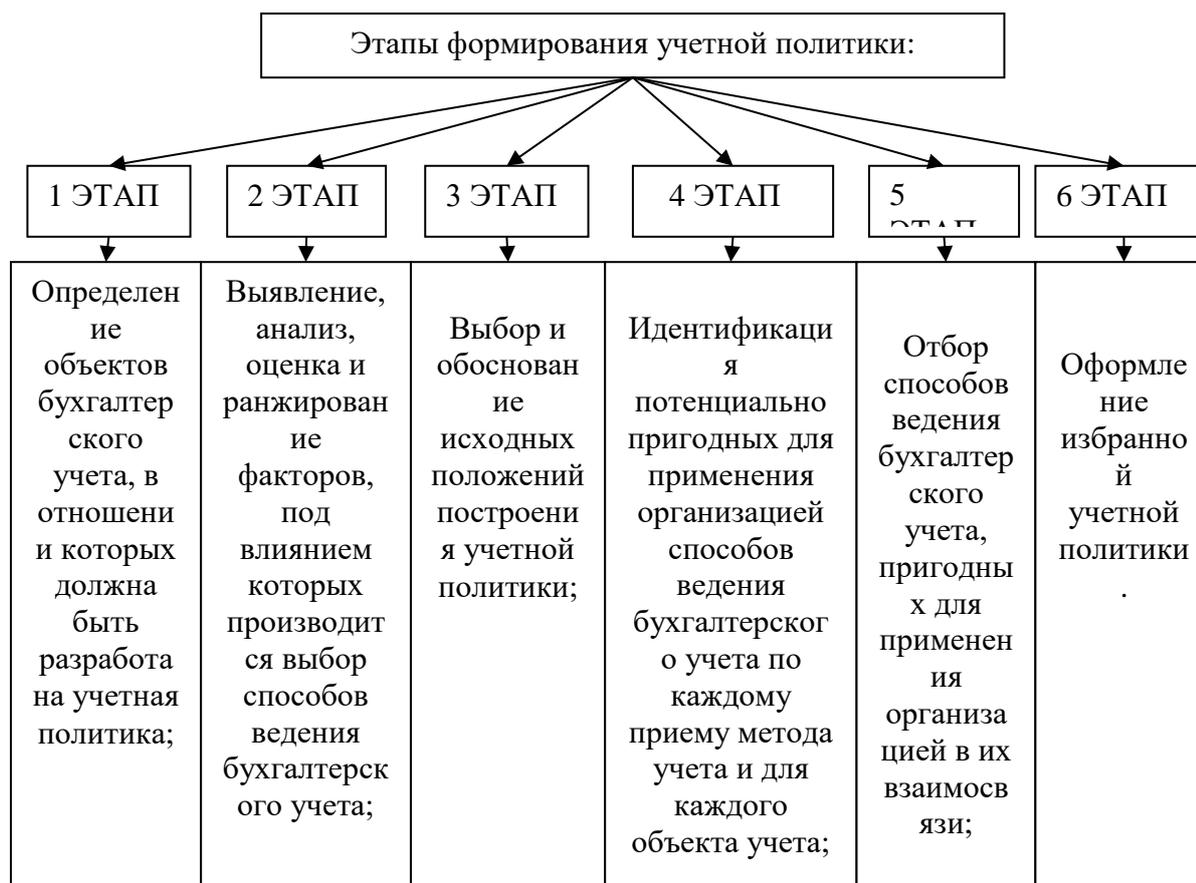


Рисунок 2 - Процесс формирования учетной политики организации

Пятый этап состоит непосредственно в выборе способов ведения учета для конкретной организации; выбор производится посредством проверки каждого способа, отработанного на предыдущем этапе, системой соответствующих критериев. На заключительном, шестом, этапе избранная учетная политика получает соответствующее оформление, с тем, чтобы удовлетворять формальным требованиям к ней.[6]

Изменение учетной политики предприятия требует предельно внимательного и квалифицированного подхода. Во - первых, новая учетная политика будет действовать в течение всего года; во-вторых, с помощью учетной политики можно управлять финансовыми ресурсами предприятия; в-третьих, элементы учетной политики влияют на формирование налоговых обязательств предприятия перед бюджетом и затрагивают порядок исчисления налогов.

Таким образом, учетная политика организации является уникальным средством, с помощью которого, во - первых, осуществляется процесс реальной либерализации системы бухгалтерского учета; во - вторых, происходит совершенствование нормативной системы по бухгалтерскому учету и бухгалтерской отчетности; в - третьих, разрешаются противоречия действующего законодательства.

Использованные источники:

1. Гражданский Кодекс РФ, часть II (с изм. и доп. от 07.05.2013 г.).
2. Федеральный Закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 г. № 402 - ФЗ.
3. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» ПБУ 1/2008, утвержденное Приказом Минфина России от 06.10.2008 г. № 106н (с изм. и доп. от 18.12.2012 г.).
4. Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 4/99, утвержденное Приказом Минфина РФ от 18.09.2006 г. № 115н (с изм. и доп. от 08.11.2010 г.).
5. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01, утвержденное приказом Минфина РФ от 30.03.2001 г. № 26н (с изм. и доп. от 24.12.2010 г.).
6. Володина А.А. Управление финансами, М.: ИНФРА., 2011г.

*Коновалова О.Т.
студент 4 курса*

*Валерио К.Э.
студент 4 курса*

факультет «Экономическая безопасность»

Казарян М.Т.

научный руководитель, старший преподаватель

Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачева

Россия, г. Кемерово

МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ГИБКОГО БЮДЖЕТА

В статье представлено понятие гибкого бюджета, определена цель и задачи гибкого бюджета, представлена методика формирования гибкого бюджета.

Ключевые слова: гибкий бюджет, бюджетирование

Гибкий бюджет – это бюджет, который составляется не для конкретного уровня деловой активности, а для определенного его диапазона. Следовательно основной задачей при разработке гибкого бюджета является нахождение уравнения, связывающего затраты и объем производства – формулы гибкого бюджета. С помощью формул гибкого бюджета можно наиболее верно определить бюджетные затраты для любого уровня деловой активности предприятия. Главным достоинством гибкого бюджета является то, что с его помощью можно получить прогнозные данные для различных уровней выпуска.

Такие отечественные ученые, как Балабанова И. Т., Стоянова О. С., Билык М. Д., Голов С. Ф. рассматривали в своих работах вопросы бюджетирования финансово-хозяйственной деятельности, но до сих пор методические и практические аспекты внедрения бюджетирования на управленческих предприятиях остаются недостаточно исследуемы.

В общем виде схема разработки гибкого бюджета представлена на рисунке 1



Рис. 1. Схема разработки гибкого бюджета [1]

Подготовка статистических данных включает в себя сбор и анализ оперативной и справочно-нормативной документации.

Наиболее значимой целью определения бюджетного периода является анализ предоставленных данных, который проводится в динамике. Продолжительность бюджетного периода должна быть достаточно длительной, чтобы заниматься прогнозированием, но и одновременно короткой, чтобы отклонения фактического хода дел от предусмотренного бюджетом были понятны и давали возможность принять меры, которые в дальнейшем помогут избежать ошибок.

Определив бюджетный период, необходимо провести группировку полученных данных, которая позволит получить более точные и правильные результаты.

В дальнейшем разрабатывается общая формула гибкого бюджета, которая отражает только изменение совокупных издержек предприятия от объема производства и показывает зависимости по отдельным статьям затрат.

Подготавливая гибкий бюджет в первую очередь следует обратить внимание на изменчивость затрат, которые в свою очередь подразделяются на постоянные и переменные в зависимости от изменения объема производства.

Что касается переменных затрат, то они в сумме изменяются в прямой

пропорции по отношению к изменению объема производства, но в расчете на единицу продукции являются постоянными. Тогда как постоянные затраты при изменении объема производства в сумме не изменяются, но в расчете на единицу продукции зависят от уровня производства.

Чаще всего издержки являются условно-постоянными или условно-переменными, они в свою очередь содержат как переменные, так и постоянные компоненты.

Основываясь на этом, отметим следующие формулы:

Общую формулу гибкого бюджета, определяющую общие бюджетные затраты для любого уровня производственной деятельности, можно представить в следующем виде:

$$\text{ОбщБЗ} = \text{Зпер} \times \text{Опрод} + \text{Зпост}, \text{ где}$$

Зпер - переменные затраты на единицу продукции;

Опрод - объем продаж;

Зпост - бюджетные постоянные затраты.

Переменными затратами предприятия будут являться затраты, сумма которых находится в линейной зависимости от размера выручки, тем самым постоянные затраты являются затраты, которые не зависят от объема выручки в пределах диапазона возможных значений.

Величина статьи переменных затрат в гибком бюджете вычисляется как:

$$\text{СТгб} = \text{СТсб} + \text{Кзв} \times (\text{ВРф} - \text{ВРп}), \text{ где}$$

СТгб - величина статьи переменных затрат в гибком бюджете;

СТсб - величина статьи переменных затрат в статичном бюджете;

Кзв - коэффициент зависимости затрат от выручки;

ВРф - фактический объем выручки;

ВРп - плановый объем выручки.

Коэффициент зависимости затрат от выручки может определяться методом статистического анализа (практически это самый простой метод), за основу которого целесообразно принять метод наименьших квадратов. Расчет Кзв осуществляется по следующей формуле:

$$\text{Кзв} = \frac{n \times ((\sum \text{ВР} \times \text{ЗТ}) - (\sum \text{ВР}) \times \sum \text{ЗТ})}{n \times (\sum (\text{ВР}^2)) - (\sum \text{ВР})^2}, \text{ где}$$

n - количество месяцев, за которые рассматриваются статистические данные. Целесообразнее, когда их количество превышает 6

ВР - величина выручки за рассматриваемые периоды;

ЗТ - величина рассчитываемых переменных затрат [2]

Исходя из данных уравнений, необходимых для целей планирования и анализа деятельности предприятия, создаются гибкие бюджеты.

По мнению экономиста Муравьева Степана, гибкий бюджет обеспечивает возможность расчета размера статей затрат, причем для разных

уровней выручки в масштабе возможных значений и определения отклонений бюджетных данных от фактических, в свою очередь вызванных изменением объема выручки по сравнению с первоначально прогнозируемым. Сам процесс разработки гибкого бюджета имеют свою особенность, которая заключается в том, что гибкий бюджет наиболее точно оценивает результативность работы всех отделов, по которым снизились продажи.

В заключении можно отметить, что методика формирования гибкого бюджета является достаточно трудоемкой. Для составления гибкого бюджета следует произвести много расчетов. Однако немаловажным плюсом является то, что методика формирования гибкого бюджета полезна для контроля затрат. Также можно отметить, что данная методика больше подходит для анализа диапазона активности.

Использованные источники:

1. Алгоритм и пример расчета гибкого бюджета подразделения. Электронный ресурс. - Режим доступа: <https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fconf.sfukras.ru%2Fsites%2Fmn2010%2Fpdf%2F13%2F127a.pdf&name=127a.pdf&lang=ru&c=571dfeeb20ff> (дата обращения 18.04.2016).
2. Методика формирования гибкого бюджета. Электронный ресурс. - Режим доступа: <http://fd.ru/articles/3760-metodika-formirovaniya-gibkogo-byudjeta> (дата обращения 19.04.2016).

*Константинова Ю.Н.
ст. преподаватель
кафедра Управления
Таганрогский институт управления и экономики
Россия, г. Таганрог*

АНАЛИЗ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Коммуникации представляют собой составную часть маркетингового комплекса, являющиеся связующим звеном элементов производственно-хозяйственной системы, которые осуществляют передачу информации потребителям, для повышения привлекательности продуктов и услуг организации для целевой аудитории.

Банки пытаются постоянно продвигать свои продукты и услуги и реализуют следующие цели: информирование перспективных потребителей о своих услугах, условиях продаж, продуктах; стремятся убедить потенциального покупателя сделать выбор в пользу именно этих продуктов; воздействовать на покупателя, чтобы он сделал покупки в определенных офисах, посещал именно эти филиалы и т.д.; побудить покупателя совершить действие, т.е. приобрести то, что предлагается в данный момент, а не перенести и отложить покупку на будущее.

Что же такое маркетинговые коммуникации – это форма рыночной дифференциации, конкурентная, зачастую стремящаяся убеждать

потребителей, в том, что рыночное предложение представляемого продукта или услуги является лучшим вариантом, и что потребители должны выбрать именно этот предлагаемый продукт или услугу.

Для этого банки должны продавать свой продукт, сопровождая его оригинальным, привлекательным и достаточно информативным обращением, которое бы убеждало потребителей, что продукт удовлетворяет всем потребностям, поэтому сейчас все больше банков уделяют внимание своей коммуникационной политике.

Сегодня невозможно представить организацию эффективной коммерческой деятельности без использования интегрированного коммуникативного комплекса, т.к. ИМК позволяют максимально рационально и оптимизированно воздействовать на потребителя, его процесс принятия решения. К факторам, которые определяют выбор средств МК в каждой конкретной ситуации относят: характер продукта, цели продвижения, стадия ЖЦТ, цена продукта, характер рынка, а также финресурсы, которые доступны для продвижения.

Информационная открытость в общем, как и маркетинговая деятельность, при взаимодействии с другими заинтересованными аудиториями являются одними из самых приоритетных видов в деятельности банков.

В банках за продвижение банковских продуктов и связями с общественностью отвечает как правило, служба маркетинговых коммуникаций банка. На рынке банковских услуг, ответственность за позиционирование и имидж банка несет руководитель данной службы, также он отвечает за своевременное выполнение задач по продажам различных банковских продуктов и определённых видов услуг. Если необходимо выполнить определённые работы, осуществить поставленные задачи в службу могут быть направлены специалисты, выделиться необходимые денежные средства («рекламный бюджет»), а также установившаяся техника. Руководитель может лично формировать рекламный бюджет, а также имеет возможность распределения средств между рекламными агентствами, СМИ, и типографиями, учитывая выбранные приоритеты. Руководитель должен нести ответственность перед руководством банка за эффективность использования имеющихся в его распоряжении материальных ресурсов.

Система контроля и проверки результатов работы службы должна быть построена так, чтобы было невозможно каким-нибудь образом изменить результаты, «подтасовать».

В структуру службы могут входить следующие группы: группа, работающая в направлении СМИ и по связям с общественностью (группа по СО и СМИ); группа, занимающаяся непосредственно с рекламой; группа, которая занимается стимулированием сбыта и развитием услуг; группа, специализирующаяся на телефонном информировании. Кроме этого, служба должна отвечать за вопросы управления и контроля личных продаж

менеджеров и специалистов по работе с клиентами. Таким образом, можно сказать, что, в сферу ответственности службы будет попадать практически весь комплекс МК и PR.

С целью усовершенствования маркетинговой деятельности в банках в отделе МК может применяться методика управления МК. Эффективное управление МК подразумевает такую модификацию, при которой достигнется лучший результат. Процесс управления МК в банке может включать в себя следующие этапы:

1. Определение рынков целевой аудитории и занимаемых позиций (ключевым моментом здесь выступает осведомленность потребителей банка), для чего можно применять следующие критерии: осведомленность – известность банка; восприятие – положительное отношение потребителей к банковским продуктам; покупка – доля рынка банковских продуктов; повторная покупка – отношение потребителей к банковским продуктам и услугам.

2. Определение целей, в зависимости от занимаемых позиций банка на каждом из рынков целевой аудитории.

3. Для достижения поставленных целей, выделение необходимых усилий, процесс которых можно разделить на следующие этапы: сформулировать и уточнить главную цель банка на год; сформулировать идею и концепцию, предполагающие достижение поставленной цели; разработать различные варианты бюджета; провести все эти документы через «сито» правления банка и всех комитетов, где проходит их согласование и утверждение с другими отделами; проводить контроль и анализ годовых и полугодовых итогов работы других смежных служб; ежемесячно подводить итоги с соответствующими отчетами для председателя правления и представить ему мероприятия и предложений о совершенствовании программы, а также предоставлять списки сотрудников отдела для их премирования; анализировать ежеквартальные отчеты, чтобы избежать проблем перерасхода бюджета и корректировать задачи цели; распределить утвержденный бюджет между всеми ответственными исполнителями.

Рассмотрим существующие у банков на данный момент каналы по коммуникации с аудиторией и потенциальными клиентами:

1. Рекламная коммуникация. Периодически проходят разные тематические рекламные кампании. Так как существуют разные стратегии рекламных коммуникаций у разных банков, когда происходит процесс создания рекламных роликов. Банки должны стремиться придерживаться стратегии открытости, взаимопонимания и стремления к готовности к диалогу. Если опираться на статистику Цетробанка, то в разгар кризиса многие банки стремятся к увеличению затрат на рекламу и рекламные компании. Что подтверждает тот факт, что реклама - главный инструмент разрешения проблем. Хотя реклама не является единственным средством коммуникации, выбираемым банками в период финансового кризиса.

2. Интренет-коммуникация. Разумеется, что в условиях кризиса также возрос к новостям всей общественности. Это говорит и о росте роли СМИ. Следовательно, одним из приоритетных направлений интернет коммуникаций банка - это своевременное обновление страниц сайта, пополнения их актуальным и свежим контентом.

3. Персональная коммуникация. Несмотря на тщательное и своевременное регулирование банками своей деятельности в интернет пространстве, тем не менее остается определенный процент целевой аудитории, который в силу своего местонахождения, возраста или других различных причин не пользуются интернетом или не имеют такой возможности. Эта часть целевой аудитории гораздо менее информирована о событиях, которые происходят в банках, значит, для такой группы целевой аудитории подходит в качестве канала коммуникации «горячая» телефонная линия с круглосуточным обслуживанием. Большинство крупных банков стали применять такой инструмент работы с целевой аудиторией именно в кризисный период. На данный момент у большинства крупных и средних банков по всей России существует бесплатная «горячая» круглосуточная телефонная линия.

4. Спонсорство и благотворительность - еще один вид воздействия на целевую аудиторию, который применяется банками. Понятно, что в кризисный период объем материальных средств на спонсорство и благотворительность сокращается. Особенно это касается именно благотворительности, т.к. многие банки не относят расходы, связанные с благотворительностью стратегическими. Но, тем не менее расходы связанные с спонсорством смогут быстро окупиться в послекризисный период, потому что позволяют сохранить положительный имидж банка. Банк может регулярно осуществлять спонсорскую и благотворительную деятельность (например, участие в благотворительном марафоне «Под флагом добра», в ежегодных новогодних благотворительных акциях – помощь детским домам), и этот факт постоянно освещать и упоминать в интренет пространстве, и на сайте банка, в других СМИ.

5. Событийная коммуникация. Помимо всех перечисленных методов рекламных коммуникаций, существуют и другие не совсем стандартные шаги, к которым банки могут прибегать в крайних случаях. Этими способами могут быть проведение специальных мероприятий, флешмобов, конкурсов и т.д.

Возможность адекватного позиционирования услуг и банковских продуктов – это одна из основных маркетинговых целей банка. Система коммуникаций банка и управление корпоративной культурой и внутренними коммуникациями переходит к определению ключевых принципов и формированию единых норм в деятельности и поведении сотрудников банка, которые направлены не только на повышение стоимости, но и на укрепление и повышение эффективности и финансовой стабильности банка.

Проанализировав процесс управления МК банка, можно прийти к

следующему выводу - одной из основных проблем банка является малоизвестность и низкая информированность населения банковскими продуктами и услугами. Для разрешения проблем, возможно проведение и разработка комплекса МК, что поможет обеспечить известность и популяризацию банка создать положительный имидж банка в глазах потенциальных потребителей.

Использованные источники:

1. Управление маркетингом: [учебник для вузов: перевод с английского] / Н. Капон, В. Колчанов, Дж. Макхалберт. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Лидер, 2012. – 832 с.
2. Уткин, Э.А. Маркетинг: учебник / Под. Ред. проф Э.А. Уткина — М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 2011. — 320 с.
3. Веселов С. В. Маркетинг в рекламе. Часть I. Рекламный рынок и его изучение. – М.: Изд-во Международного института рекламы, 2013. – 316 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. - Москва [и др.]: Вильямс, 2012. - 488 с.

*Копаница Ю.А.
студент 4 курса
Ярославский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Волков А.Ю.
научный руководитель
Россия, г. Ярославль*

РИСКИ МИКРОФИНАНСОВОГО КРЕДИТОВАНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В статье рассмотрены основные риски микрофинансовых организаций (МФО), проанализированы причины накопления просроченной задолженности и выявлены пути их решения.

Ключевые слова: микрофинансирование в РФ, микрозаймы, кредитные риски, просроченная задолженность, безнадежный долг.

The article discusses the main risks of microfinance institutions (MFIs), analyzed the reasons for the accumulation of arrears and identified solutions.

Keywords: Microfinance in the Russian Federation, micro-loans, credit risks, arrears, bad debt.

Кредит имеет большое значение в экономико-социологическом развитии страны, отраслей, отдельных предприятий и домохозяйств [10]. Кредиты сегодня стали вторым по популярности финансовым продуктом после расчетных банковских карт.

Потребительское кредитование очень востребовано, но многим приходится прибегнуть к микрозаймам. «Займы до зарплаты» выдаются микрофинансовыми компаниями (МФО) на срок до 30 дней на сумму до 50 тыс. руб. в среднем под 2% в день, что соответствует эффективной годовой

ставке в 137 640%. Такие займы сейчас есть у 2 млн. человек. Причем микрофинансирование возникло как некая новация потребительского кредитного рынка, и завоевало свое место достаточно быстро, несмотря на то, что инновации в России приживаются с трудом [2; 3].

Выделим пять крупнейших МФО по объему портфеля микрозаймов – это «Домашние деньги», «Деньги сразу», «МигКредит», «Быстроденьги», «Микрофинанс».

«Займы до зарплаты» берут люди двух категорий. Первая категория – это те, кто не может получить кредит в банке. То есть у них либо уже есть один или несколько кредитов, либо их кредитная история испорчена из-за просрочек, либо у них очень маленькая зарплата, либо у них вообще нет легальных доходов. Вторая категория – люди, которым внезапно потребовались деньги – надо срочно купить какую-либо вещь, пойти к стоматологу и т.п. Обычно такие люди занимают именно до зарплаты.

Сам рынок «займов до зарплаты» очень маленький, если сравнить его с рынком потребительского кредитования. Если средняя сумма кредита наличными составляет, согласно информации Объединенного кредитного бюро (ОКБ), 184 тыс. руб., то «займа до зарплаты», как свидетельствует «Быстроденьги», – 7500 руб. По словам экспертов, рынок «займов до зарплаты» и не должен быть большим, так как он высокорисковый [9]. Действительно, просрочка в данном сегменте составила по итогам прошлого года 30%, в этом году, прогнозируют специалисты, она может увеличиться до 35%. По данным ОКБ, просрочка в банковском сегменте кредитов наличными составляет по итогам января этого года 7,2% [6].

Причиной накопления просроченной задолженности может быть нежелание МФО продавать свои портфели коллекторам, говорят аналитики RAEX. По оценке Rusrating, МФО продают коллекторам только 10–15% займов, просроченных более чем на три месяца. Некоторые МФО предпочитают взыскивать задолженность самостоятельно [7]. Еще одна из причин неплатежей – меры, принимаемые против коллекторов.

Просрочка физлиц, вероятнее всего, будет расти из-за инфляции и снижения доходов населения, а также за счет тех, кому банки отказали в кредите, или в регионах, где банки закрывают нерентабельные отделения, да и просто по причине ухудшающейся экономической ситуации [5].

По мнению специалистов, для решения проблемы необходимо обеспечить должникам реструктуризацию кредитов, удешевив и упростив доступ к судам в рамках закона о банкротстве физических лиц [8].

Второй вариант решения проблемы – более ответственная политика всех финансовых институтов — банков и МФО — по оценке платежеспособности заемщиков. Проблема закредитованности заключается не в количестве микрозаймов, а в объеме долговой нагрузки.

Снизить долговую нагрузку на граждан поможет поправка в закон «О микрофинансировании и микрофинансовых организациях», согласно

которой, с 29 марта 2016 года начисленные проценты и иные платежи по займу не смогут превышать четырехкратную сумму займа. Банк России планирует в будущем снизить этот коэффициент до двукратного размера суммы займа.

Изменение в закон заключается в разделении МФО на две разных категории — микрофинансовые компании (МФК) и микрокредитные компании. По мысли Центрального банка РФ, инициировавшего поправки, первая категория компаний должна сосредоточиться на работе с малым бизнесом, а вторая — с физлицами. МФК смогут выдавать займы на сумму до 1 млн руб., а микрокредитные компании — лишь на сумму до 500 тыс. руб. При этом кредитовать через интернет смогут только МФК [1].

Таким образом, у МФК также будет больше возможностей для привлечения денег инвесторов. Вкладывать в них средства смогут любые физлица. Микрокредитные компании смогут рассчитывать только на вложения своих учредителей. После вступления поправок в силу права граждан, берущих кредит или вкладывающих деньги в МФО, будут лучше защищены. Во-первых, общая сумма долга по краткосрочным займам, учитывающая проценты и другие платежи, входящие в расчет полной стоимости кредита, не сможет превышать основной долг в 4 раза. Во-вторых, улучшатся условия для тех, кто одалживает деньги микрофинансовым организациям. Эти инвестиции по-прежнему не будут застрахованы государством. Однако, если МФК обанкротится, то требования кредиторов-физлиц по сумме основного долга до трех миллионов будут погашаться в приоритетном порядке. В-третьих, для выдачи займов через интернет МФО придется идентифицировать клиента у банков-партнеров. Верхняя планка интернет-микрозаймов будет составлять 15 тыс. руб. Все, что свыше этой суммы, можно будет выдавать только в присутствии заемщика.

Следует отметить, что государство достаточно слабо использует контроль как инструмент управления в сфере микрофинансирования [4].

Использованные источники:

1. Аликина Е., Краснова А. Остановится ли микрокредитование после введения новых правил ЦБ? // Новостной интернет-портал РБК. Статья от 24.03.2016 - <http://www.rbc.ru>
2. Волков А.Ю. Инновации в России // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2012. – № 2. – С. 15 – 19.
3. Волков А.Ю. Инновации и Россия // Науч. тр. / Вольное экономическое общество России. – Т. 136. – 2010. – С. 102 – 113.
4. Волков А.Ю. Контроль как категория и как инструмент управления // Сборник «Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем». – Уфа, 2014. – С. 27 – 29.
5. Волков А.Ю. Тенденции в экономике Ярославской области за 9 месяцев 2015 года // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Прорывные экономические реформы в условиях риска и

неопределенности». – 2016. – С. 69 – 71.

6. Официальный сайт Объединенного кредитного бюро - <http://www.bki-okb.ru/>

7. Рейтинговое агентство Эксперт Ра - <http://raexpert.ru>

8. Титова Ю. Каждый второй микрокредит в России оказался просроченным // Новостной интернет-портал РБК. Статья от 14.12.2015 - <http://www.rbc.ru>

9. Титова Ю. Россияне стали брать больше микрозаймов// Новостной интернет-портал РБК. Статья от 10.02.2016 - <http://www.rbc.ru>

10.Тюрин С.Б., Бурыкин А.Д., Волков А.Ю. Организация деятельности коммерческого банка: Учеб. пособие для бакалавров / Под ред. С.Б. Тюрин. – Ярославль: 2013. – 114 с.

*Кормильцина Т.
студент 2 курса*

*факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента*

Россия, г. Краснодар

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Аннотация статьи: В статье рассмотрено понятие электронного правительства, его реализация в России на примере Краснодарского края. Обозначены плюсы и минусы электронного правительства, его цели и задачи. Рассмотрено понятие Многофункционального Центра на примере города Краснодара.

Ключевые слова: электронное правительство, МФЦ, Краснодарский край, Краснодар.

THE ELECTRONIC GOVERNMENT IN KRASNODAR KRAI AND THE CITY OF KRASNODAR

Summary of article: In article the concept of the electronic government, his realization of Russia on the example of Krasnodar Krai is considered. Pluses and minuses of the electronic government, his purpose and a task are designated. The concept of the Multipurpose Center on the example of the city of Krasnodar is considered.

Keywords: electronic government, MFTs, Krasnodar Krai, Krasnodar.

В нынешнее время государство, как основной общественный институт, стремится быстро реагировать на изменения в таких двух главных сферах, как общество и экономика. При этом оно проводит собственные изменения для того, чтобы создать систему государственного управления, которая была бы более ориентирована на потребности населения. Внедрение информационных технологий в государственное управление характеризует переход государства на такую новую ступень взаимодействия с обществом, как «электронное

правительство».

Электронное правительство (ЭП) – это усовершенствование в организации государства, которое обеспечивает качественно новый уровень эффективности и упрощения получения организациями и гражданами государственных услуг и информации о результатах деятельности государства.

В модели ЭП выделяют четыре сферы взаимоотношений:

- между государством и гражданами (G2C);
- между государством и бизнесом (G2B);
- между государством и его сотрудниками (G2E);
- между государством и уровнями государственного управления (G2G).

При осуществлении данной программы будет обеспечено:

- эффективное информирование с минимальными затратами;
- модифицирование взаимоотношений между обществом и правительством;
- повышение ответственности государства перед народом.

Электронное правительство позволит:

- проще и быстрее оказывать услуги населению и бизнесу;
- повысить уровень технологической грамотности людей;
- увеличить активность избирателей в процессах управления страной.

С 1 января 2014 г. в силу вступила краевая государственная программа «Информационное общество Кубани», срок реализации которой – 2014-2018 гг.

Проект включает в себя две программы: «Информационное обеспечение и сопровождение» и «Информационный регион».

Первая программа должна улучшить обратную связь с населением и усовершенствовать методы его информирования. Достичь это предполагается с помощью увеличения публикаций о деятельности властей в печатных СМИ и сюжетах на телевидении, радио и в Интернете.

Вторая программа посвящена созданию самого информационного общества. Она включает в себя создание мультисервисной сети органов исполнительной власти и развитие единой системы документооборота, формирование и ведение электронных дел жителей края, улучшение информационной системы контроля над дорогами края, создание центра мониторинга плодородия земель, увеличение выпуска универсальных электронных карт и другие мероприятия.

От данной программы ожидается:

- повышение уровня удовлетворенности жителей края госуслугами;
- увеличение количества посещений официального интернет

портала администрации в несколько раз;

– увеличение числа госуслуг, предоставляемых в электронном виде, в три раза.

Выполнение программы создаст условия для повышения качества образования, медицинского обслуживания, социальной защиты населения на основе развития и использования информационных технологий.

Помимо этого, точный и оперативный учет и контроль деятельности в сфере здравоохранения и социальной помощи населению, осуществляемый при помощи средств вычислительной техники, приведет к укреплению доверия и сокращению проблемы обратной связи гражданина и системы здравоохранения.

Также значимым результатом программы станет повышение эффективности государственного управления и местного самоуправления, взаимодействия гражданского общества и бизнеса с органами государственной власти, качества и оперативности предоставления госуслуг, а также снижение стоимости обеспечения государственного управления.

Механизм реализации государственной программы предполагает закупку товаров, работ, услуг для государственных нужд за счет средств краевого бюджета в соответствии с Федеральным законом от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

Реализация государственной программы осуществляется с участием исполнительных органов государственной власти Краснодарского края – государственных заказчиков, ответственных за выполнение мероприятий, исполнителей мероприятий подпрограммы.

Таким образом, реализация концепции электронного правительства облегчит и ускорит многие процессы государственной деятельности, снизит издержки на быструю и эффективную помощь органов государственной власти населению и различным организациям, а также повысит информированность граждан в деятельности органов власти. Но в тоже время правительство не должно осуществлять свою деятельность только посредством данной программы. Это не решит всех проблем, а только ускорит некоторые процессы деятельности государства.

Использованные источники:

1. Федеральная целевая программа «Электронная Россия» (2002-2010 годы) // <http://www.elrussia.ru/>
2. Кузнецов С.Л. ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО – ЧТО ЭТО ТАКОЕ? // Административное право. – 2010. – №1.; URL: <http://www.top-personal.ru/adminlawissue.html?43>
3. <http://www.monographies.ru/ru/book/section?id=2993>
4. <http://www.nso.ru/page/2631>
5. <http://refleader.ru/jgejgeotryfsbew.html>

*Кормильцина Т.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

РАЗВИТИЕ КРАУДСОРСИНГА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Аннотация статьи: В статье рассмотрено понятие краудсорсинга, его появление и расширение сферы.

Ключевые слова: краудсорсинг, IT-технологии, Интернет, интернет-технологии

DEVELOPMENT OF CROWDSOURCING AT THE REGIONAL LEVEL

Summary of article: In article the concept of crowdsourcing, his emergence and expansion of the sphere is considered.

Keywords: crowdsourcing, IT technologies, Internet, Internet technologies

Понятие «краудсорсинг» появилось примерно десять лет назад на пересечении таких двух тенденций, как: расширение сферы применения методов аутсорсинга и развитие сетевых IT-технологий. Под термином «краудсорсинг» (англ. crowdsourcing, crowd — «толпа» и sourcing — «использование ресурсов») понимается организация работы группы людей над какой-либо задачей ради достижения общих благ. Это понятие впервые было использовано в июне 2006г. журналистом Дж. Хау в статье *The Rise of Crowdsourcing* для журнала *Wired*.

Актуальность данной технологии обусловлена объективным усложнением и удорожанием процессов управления. В наше время, а также в недалеком будущем невозможно осуществлять развитие экономики и управления субъекта или страны в целом без разработки и освоения современных технологий управления.

Благодаря развитию сетевых IT-технологий широкий круг людей может принять участие в решении организационных и корпоративных проблем, не имея при этом никакого отношения к организации. Количество участников краудсорсинга не ограничено. Это означает, что все желающие, имеющие информацию о проблеме, могут выдвигать предложения по ее решению. Такой неопределенно широкий состав участников дает гарантию появления новых интересных и даже неожиданных вариантов решения поставленной проблемы.

Условием реализации данной технологии стала глобализация Интернет-пространства. Именно благодаря массовой социализации сети Интернет стало возможным использовать миллионные человеческие ресурсы для решения ряда проблем.

Краудсорсинг имеет немало преимуществ. Вот некоторые из них:

1. Масштабируемость. Доступ к информации о какой-либо проблеме позволяет рассмотреть ее с различных сторон и найти решения, основываясь на предложениях людей со всего мира.

2. Таланты. Привлечение талантливых людей со всего мира в итоге приводит к положительным результатам.

3. Компетентность. Краудсорсинг гарантирует, что каждый будет заниматься своим делом, а значит, задания будут выполняться людьми с соответствующей квалификацией.

4. Простота внедрения. Реализация краудсорсинговых задач очень проста в использовании. Обычно это происходит с помощью различных сайтов или социальных сетей.

5. Незначительные затраты. Это недорогой инструмент развития экономики, поскольку всю необходимую работу делают неоплачиваемые или малооплачиваемые профессионалы-любители.

Краудсорсинг в региональном управлении обычно рассматривают с точки зрения социально-технологического подхода, так как технология управления социальна и понимается как способ воздействия на коллектив с целью оптимизировать его деятельность.

Данная технология позволяет максимально использовать интеллектуальный потенциал регионального сообщества. Привлечение населения к решению проблем регионального и местного значения становится одной из задач органов государственного и муниципального управления.

Внедрение технологии «краудсорсинг» на региональном уровне является необходимым процессом в наши дни. Прежде всего это дает огромный толчок в развитии экономики и управления регионов, в следствие чего происходит обновление экономики страны.

В России краудсорсинг начал активно применяться относительно недавно. Однако, среди «краудсорсеров» уже стоят такие крупные организации, как Сбербанк, ГазПром, МТС и еще множество фирм, которые постоянно устраивают различного рода конкурсы в социальных сетях.

Но при этом, очень важно помнить, что краудсорсинг – это не ответ на все вопросы, а всего лишь инструмент. В первую очередь необходимо четко сформулировать стоящую перед Вами задачу и решить, является ли краудсорсинг наилучшим способом ее решения. Очень много компаний пытались применить данный метод, полагая, что это решит все их проблемы, и были крайне недовольны результатами. Но если его применять правильно, в нужном месте и в нужное время, он способен значительно сократить издержки, снизить риски, и в результате Вы получите качественное решение поставленных проблем!

Использованные источники:

1. Кузьмин С.С. КРАУДСОРСИНГ КАК РАЗВИТИЕ ПОТЕНЦИАЛА СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ // Перспективы развития информационных технологий. – 2013. – №14.; URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kraudsorsing>

как-razvitiye-potentsiala-setevoy-ekonomiki

2. Рогова А.В. КРАУДСОРСИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 5.; URL:<http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=10531>

3. http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdsourcing

4. <http://eco-project.org/water-atom/info/crowdsource/>

Кормильцина Т.

студент 2 курса

факультет «Экономики и управления»

Южный Институт Менеджмента

Россия, г. Краснодар

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Аннотация статьи: В статье рассмотрено то, как развиваются технологии в экономике на примере Краснодарского края.

Ключевые слова: информационные технологии, автоматизация, Краснодарский край.

INFORMATION TECHNOLOGIES IN DEVELOPMENT OF ECONOMY OF KRASNODAR KRAI

Summary of article: In article how technologies in economy on the example of Krasnodar Krai develop is considered.

Keywords: information technologies, automation, Krasnodar Krai.

В современной экономике очень важную роль играют информационные технологии (ИТ). В нынешнее время очень актуально понятие информационной экономики. Это связано с тем, что экономика и информационные технологии – две связанные совокупности, которые в целом дают положительный экономический эффект и положительный производственный результат. Экономика не сможет нормально развиваться без новейших информационных технологий, а государство окажется в списке отстающих. В экономике современные ИТ применяются с целью эффективной обработки, хранения и передачи экономически важной информации на любые расстояния в минимальные сроки.

Автоматизация экономики изменила функцию денег. На современном этапе они выступают в качестве средства расчетов. А с развитием информационных технологий стали актуальны виртуальные банки и системы оплаты, которые играют важную роль в развитии экономики государства.

Высокие темпы информатизации как процессов управления и производства подтверждает анализ закономерностей развития информационных процессов в сфере экономики.

Термин "информатизация" обычно понимают, как процесс развития "индустрии информации". В отечественной литературе рассматривают три его равнозначных толкования:

- 1) процесс формирования и модернизации информационного общества ;
- 2) повышение эффективности использования информации в государстве и обществе на основе ИТ;
- 3) формирование сферы человеческой деятельности.

Процесс информатизации осуществляется путем определения масштаба внедрения информационных технологий во все сферы общественной жизни. Современные ИТ основаны на использовании компьютерной техники, поэтому термины «информатизация» и «компьютеризация» стали пониматься одинаково.

Понятие "информационная технология" базируется на таких понятиях как "информация" и "технология".

Информация – это сведения об объектах и явлениях окружающей среды, их параметрах, свойствах и состоянии, которые воспринимают информационные системы (живые организмы, управляющие машины и др.) в процессе их жизнедеятельности и работы.

Технология – это совокупность методов изготовления, изменения, обработки формы, состояния, свойств, осуществляемых в процессе производства продукции. Задача технологии как науки состоит в том, чтобы выявить закономерности в целях определения и использования на практике наиболее эффективных и экономичных производственных процессов.

Исследование ИТ позволяет убедиться, что в наше время — это самый альтернативный способ совершенствования управления предприятием.

Целью информационных технологий является обеспечение эффективного использования информационных ресурсов. А именно:

- разработка стратегических планов развития организаций;
- изучение влияния инвестиционно-инновационной деятельности;
- обеспечение конкурентоспособности подразделений предприятия на основе учета мнения клиентов и состояния конкурентов;
- осуществление поддержки принятия управленческих решений.

Развитие ИТ происходит в связи с возросшей интенсивностью информационных потоков из-за расширения процессов глобализации мировой экономики и становления информационного пространства. Управленческая деятельность нуждается в информационном обеспечении, так как обработка информации для принятия управленческих решений занимает много времени.

Информационные технологии в экономике – это комплекс действий над экономической информацией с помощью компьютерной техники с целью получения оптимального результата.

Краснодарский край является одним из наиболее густонаселенных

регионов нашей страны. Это мощный центр производства и потребления информации независимо от способов ее передачи и распространения. Реализация крупных проектов и активная социальная политика делают край информационно насыщенным и привлекательным для средств массовой информации и информационных агентств в сети.

В связи с этим возникает необходимость быстрого распространения информации среди жителей региона о деятельности и решениях органов государственной власти края, разъяснения стратегии социально-экономического развития региона, ведения работы по информационному сопровождению социально значимых проектов, реализуемых на территории края. Здесь особую значимость получает информатизация сферы управления, так как она не только повышает эффективность управления на всех его уровнях, но и позволяет увеличить эффективность целенаправленной деятельности человека в других сферах.

Информационные технологии в развитии экономики Краснодарского края играют немаловажную роль. Это, прежде всего, информирование граждан региона о деятельности органов власти и об экономическом и политическом состоянии региона и страны в целом, а также информационное сопровождение различных проектов и событий, реализуемых и происходящих на территории региона.

Таким образом, информационные технологии в экономике имеют важное значение с точки зрения эффективности обработки, сортировки и выборки данных, процесса взаимодействия человека и компьютера, удовлетворения потребности в информации, осуществления оперативных связей и др. Кроме этого, информационные технологии оказывают непосредственное влияние на принятие управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности. С помощью современных моделей информационных технологий осуществляется планирование и прогнозирование экономически важных результатов, позволяющих принять обоснованное управленческое решение.

Использованные источники:

1. А. Г. Ивасенко, А. Ю. Гридасов, В. А. Павленко Информационные технологии в экономике и управлении. Учеб. пособие // Изд-во КноРус, 2008.
2. Е.В. Филимонова Н.А. Черненко А.С. Шубин Информационные технологии в экономике. // Изд-во Феникс, Ростов. 2008
3. Постановление главы администрации Краснодарского края от 14 октября 2013 г. N 1181 "Об утверждении государственной программы Краснодарского края "Информационное общество Кубани" на 2014 - 2018 годы"
4. <http://zsj.ru/informatsionnyie-tehnologii-v-ekonomike.html>
5. <http://reftrend.ru/1157648.html>

*Корнеева Е.Б.
магистрант
ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г.В. Плеханова»
Россия, г. Москва*

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В условиях жесткой конкуренции на рынке гостиничного бизнеса важным направлением деятельности любой гостиницы является изучение рынка, проведение маркетинговых исследований и, как результат, обеспечение заполняемости гостиницы за счет эффективной рекламной деятельности. В связи с этим данная статья направлена на определение сущности, задач и видов рекламной деятельности. В статье представлены теоретические аспекты рекламной деятельности, а также результаты исследования эффективности одной из разновидностей рекламы – рекламы в интернете.

***Ключевые слова:** рекламная деятельность, реклама в гостинице, организация рекламной деятельности*

In terms of the tough competition within the hospitality market it becomes very important for the hotels to conduct market research that results in the increase of hotel's occupancy rate in case of effective marketing campaign. In this context this article is dedicated to identification of the sense, objectives and types of advertising. This article present the theoretical aspects of the advertising as well as the internet advertising efficiency research results.

***Key words:** advertising, hotel advertising, advertising organisation*

В виду того, что реклама является инструментом развития рыночных отношений, она существенно влияет на позицию гостиничного предприятия на рынке. Организация, недостаточно использующая средства рекламы, резко снижает свои возможности достижения успеха в конкурентной борьбе. Будучи средством конкурентной борьбы, реклама обостряет ее и способствует повышению качества обслуживания клиентов, так как гостиница становится обязанной предоставить услуги именно того качества и уровня, который она указала в своей рекламной кампании.

Необходимо отметить, что реклама является составной частью коммерческой деятельности гостиницы. Грамотно организованная и спланированная рекламная кампания является одним из важнейших факторов, которые существенно влияют на результативность гостиничного бизнеса. Именно эффективная реклама может оказать мощное воздействие на целевую аудиторию.

Учитывая тот факт, что реклама, воздействуя на туристов, формирует новые знания, меняет процесс принятия решения о покупке, придание гостиничному продукту с помощью рекламы дополнительной ценности является гарантией того, что клиент получит дополнительное удовлетворение

от пользования гостиничными услугами.

Организация рекламного процесса понимается как его функционирование, упорядочение его связанных между собой элементов, результатом которых является целостный процесс рекламной деятельности, адекватный рыночному окружению.

Рекламная деятельность гостиницы является неперенным элементом ведения гостиничного бизнеса. Именно благодаря рекламе, потенциальные клиенты узнают о существовании гостиницы. Специфика рекламной деятельности в индустрии гостеприимства неотрывно связана с особенностями гостиничного продукта[1].

Гостиничными услугами пользуются разнообразные группы потребителей, со своими индивидуальными предпочтениями и пожеланиями, разным уровнем доходов. Но это не значит, что все постояльцы одного отеля имеют одинаковый вкус и потребности. Можно заметить, что клиентами одного и того же отеля являются совершенно разные люди (бизнесмены или путешествующие туристы) с различными мотивами и целями. Туристы, цель пребывания которых – курортный отдых, болезненно реагируют на повышение цен, и, если цены будут несоразмерно высоки, они выберут другое место для своего отдыха. Бизнесмены такой возможности не имеют, так как место командировки нельзя поменять из-за повышения цены на проживание. Постояльцы, чье пребывание оплачивает организация, их командировавшая, стараются остановиться в более комфортабельном и дорогом месте, имеющем такие дополнительные услуги, как телефонная связь и подключение к Интернету в номере, услуги бизнес-центра, переговорные комнаты.

Реклама на гостиничном предприятии подразделяется на 3 вида:

- Внутренняя реклама. Данный вид рекламной деятельности проводится непосредственно в гостинице и напрямую воздействует на гостей предприятия размещения. Вся печатная рекламная продукция (буклеты с информацией, визитки, листовки и т.д.), а также сувенирная и гигиеническая продукция с символикой гостиницы относится к разновидностям внутренней рекламы.

- Наружная реклама. К ней относят вывески, дорожные указатели и рекламу на транспортных средствах, которые обеспечивают более легкое нахождение гостиницы в городе, а также привлекают внимание потенциальных клиентов.

- Внешняя реклама. С помощью данного вида рекламной деятельности, гостиница информирует всех потенциальных потребителей о своем существовании и предоставляемых услугах вне зависимости от страны и города ее расположения. Основная задача данного типа рекламы – пробуждение интереса к услугам гостиницы и, соответственно, желание воспользоваться ее услугами. К внешней рекламе относят: рекламу в средствах массовой информации (радио, телевидение, специализированные журналы, газеты); баннеры в интернете и прочие рекламные объявления на

туристических порталах и на сайтах партнеров; буклеты и листовки, распространяющиеся на выставках, встречах, конференциях, презентациях и т.д.; фирменную продукцию[2].

Основными задачами рекламной деятельности в гостиничном бизнесе являются:

1. Поддержание имиджа гостиницы и укрепление деловых связей в новых экономических условиях.
2. Сохранение и расширение круга клиентов, потребителей конкретных услуг гостиницы.
3. Информирование деловых кругов о существующих и новых видах услуг и формах обслуживания клиентов.
4. Стимулирование продаж услуг.
5. Совершенствование структуры рекламного обеспечения и оптимизация рекламной работы.
6. Унифицирование рекламы с учетом работы по модернизации и систематизации фирменного стиля[6].

По способу организации реклама делится на две формы – разовая реклама и рекламная кампания.

Планирование рекламной кампании предприятия индустрии гостеприимства - процесс, в котором принимают участие все структурные подразделения агентства и маркетинговый отдел рекламодателя. Результат этого процесса - составление плана рекламной кампании на определенный период.

Главная задача планирования - определить, как будет доноситься рекламное послание до потребителя гостиничных услуг: в какой форме, с помощью каких средств массовой информации и в рамках какого бюджета. В процессе планирования разрабатываются творческая стратегия торговой марки гостиницы, медиастратегия, т.е. то, каким образом будет заинтересован потребитель, и стратегия проведения рекламных акций, которые будут поддерживать эффект прямой рекламы и усиливать его[3].

В настоящее время главным инструментом всей рекламной деятельности, проводимой на предприятиях индустрии гостеприимства является интернет. Около 24% всех путешественников выбирают гостиницу исходя именно из отзывов и описания этой гостиницы в интернете. Кроме того, во время поездки двое из пяти туристов предпочтут пообедать в том ресторане или кафе, о котором они также читали в интернете перед прилетом на место. Если возникнет ситуация, когда надо выбрать и заселиться в отель, номера в котором не были забронированы заранее, 40% всех путешественников предпочтут ту гостиницу, о которой они также читали ранее в сети. Более того, около 10% туристов после поездки делятся своими впечатлениями, поэтому владельцам гостиниц надо проводить довольно активную рекламную и маркетинговую политику и сети интернет, а также отслеживать все отзывы, оставляемые туристами: и плохие, и хорошие[4].

Автором статьи было проведено исследование, по результатам которого было выявлено, что уже более 60% всех отелей в Москве зарегистрированы в социальных сетях с целью повышения объема бронирования, а 22% из них оплачивают рекламу в данных социальных сетях. Однако, в результате исследования было выявлено, что только 3,3% пользователей действительно переходят на страницы гостиниц в социальных сетях, и всего лишь в 0,75% случаев такие посещения заканчиваются реальным бронированием[5].

В то же время, реклама на таких гостиничных порталах, как Tripadvisor, Booking и Expedia гораздо более эффективна и обеспечивает больший рост объема бронирований. Это связано с тем, что на данных сайтах можно ознакомиться с отзывами, которые действительно проверяются и тщательно отслеживаются самими гостиницами. Гостиницы, размещающие информацию о своих услугах на данных порталах, ежегодно фиксируют рост бронирований через интернет до 80%[6].

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что рекламная деятельность гостиницы является одним из важнейших составляющих при ведении бизнеса в индустрии гостеприимства. Правильно спланированная и эффективная рекламная кампания способствует повышению загрузки гостиницы, а также повышает узнаваемость и популярность бренда. Особую роль в этом процессе играет реклама в интернете. В современном мире именно эта разновидность рекламы является самой эффективной и прибыльной. И в результате проведенного в статье исследования был сделан вывод, что наилучшим местом для размещения рекламы гостиницы в интернете являются крупные туристические сайты и порталы, уже завоевавшие доверие путешественников. К ним относятся вышеперечисленные сайты Tripadvisor, Booking и Expedia.

Использованные источники:

1. Рогожин М.Ю.. Теория и практика рекламной деятельности. 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2010. — С.28
2. <http://www.grandars.ru/> - Энциклопедия экономиста. Дата обращения 10.06.2016
3. <http://managment-study.ru/planirovanie-reklamnoj-deyatelnosti.html> - Учебные материалы для обучающихся по специальности «Менеджмент». Дата обращения 15.06.2016
4. <http://prohotel.ru/article-108338/> - Портал про гостиничный бизнес. Дата обращения 10.06.2016
5. <http://prohotel.ru/news-218840/> - Портал про гостиничный бизнес. Дата обращения 12.06.2016
6. <http://www.reclamesecret.com/advertstrategy.shtml> - Сайт о секретах создания рекламы. Дата обращения 10.06.2016
7. <https://www.tripadvisor.ru> – Сайт о путешествиях. Дата обращения 12.06.2016

*Короткова А.Н.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

ПОНЯТИЕ ИНСОРСИНГА

Аннотация статьи: В статье рассмотрены понятия инсорсинга. Также на примере компаний США показаны результаты инсорсинга.

Ключевые слова: инсорсинг, США, инсорсинг в бизнесе.

CONCEPT OF INSOURCING

Summary of article: Century to article concepts of insourcing are considered. Also on the example of the companies of the USA results of insourcing are shown.

Keywords: insourcing, the USA, insourcing in business.

В современном обществе каждый бизнесмен, управляющий или предприниматель старается какими-либо способами улучшить деятельность своей организации, найти что-то новое и менее затратное. Одним из таких является инсорсинг.

Понятие инсорсинг происходит от англ. Insourcing – в переводе означает передачу функций персоналу или отделу внутри организации, создается это для того чтоб не нанимать внешнего рабочего или организацию для выполнения этих функций. Если посмотреть на это с точки зрения экономики, то наиболее выгодно выполнять отдельные функции за счет внутренних ресурсов, чем нанимать сторонних людей из иной организации для выполнения определенной работы.

По своему содержанию это определение то же самое, что и аутсорсинг, только отличается оно тем, что функции, которые необходимо выполнить не выходят за рамки компании.

В этом случае, инсорсинг представляет собой наиболее удобную работу в бизнесе, которая способна противодействовать так называемой мании диверсификации, а еще дает возможность рационализировать традиционные ценности и цепочки ценностей.

Если проанализировать это на реальном примере данного явления, то складывается такая картина: компания, которая работает в области финансов и связанная с определенным банком, установила, что затраты на лизинг уменьшаются с ростом объемов. Эта организация делает предложение, освободить продавцов средств производства от забот, связанных с лизинговыми контрактами – она берет эти функции на себя, выполняя все работы в данной сфере за наиболее приемлемую цену.

Насколько выгодно разрастание внутреннего «ИТ-монстра» для своего же внутреннего заказчика? В 2013 году CNewsAnalytics провел опрос среди ИТ-менеджеров, и выявили плюсы инсорсинга для компании. Заметна

большая скорость релокации ресурсов на различные цели, возможность получить большую прозрачность израсходования ресурсов и уменьшить степень риска.

ИТ-менеджеры отмечают, если работать по такой схеме сотрудники более мотивированны. По мимо того, что можно построить отличную команду для работы, появляются инструменты влияющие на нее. Если говорить обычным языком то это значит, что эффективность инсорсинга в своем роде следствие неформального взаимодействия - когда для новых или дополнительных задач бизнеса не требуется оформление договоров.

К инсорсингу в США можно отнести филиалы иностранных транснациональных корпораций. Благодаря инсорсингу эти предприятия осуществляют научные исследования, благодаря этому создаются новые рабочие места, происходят работы в сфере инноваций и т.д.

Инсорсинг дает возможность расширить потенциал компании или ее какого-либо сегмента для того, чтобы загрузить на полную мощь имеющиеся ресурсы. Он позволяет компаниям снизить издержки неиспользуемой мощности. К примеру, предприятие имеет здание, которое можно сдать по рыночной цене в аренду.

Также для примера инсорсинга, может стать компания имеющая свой склад, где она может хранить продукцию другой организации, если он не используется в данный момент.

Две причины по которой совершается инсорсинг:

1. Инсорсинг по причине присутствия временной избыточной мощности (это решение опирается на низких предельных издержках при увеличении драйвера загрузки процесса)

2. Инсорсинг по причине присутствия конкурентного преимущества (наличие эффективного процесса, наличие уникального ресурса, базы данных, технологии).

Информация, которая потребуется для рассмотрения решения об инсорсинге включает в себя:

1. Стоимость вида деятельности и его практическую мощность, величину стандартной ставки драйвера затрат

2. Информацию о фактической мощности, уровне загрузки, и таким образом издержках о неиспользуемостиресурсов

3. Информацию об альтернативах продажи неиспользуемой мощности и их экономических параметрах.

Одним из примеров инсорсинга можно считать Сбербанк с его идеей «Сбербанк Сервис», персонала в этом отделе насчитывается около 6000 специалистов.

Еще один из наглядных примеров служит современная компания «Газпром автоматизация», которая в 2011 г. удостоилась возглавить рейтинг ИТ-компаний «Эксперт». Экономическая ситуация складывается так, что инсорсинг становится общемировым брендом, а не только особенностью

крупнейших российских предприятий. Многие крупнейшие организации пересмотрели свои взгляды в сторону работы собственных ИТ-компаний.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что инсорсинг одно из направлений, которое помогает работе компании, а так же работает на ее благо.

Использованные источники:

1. Кузнецова Ю.В. Различные формы взаимодействия в рамках применения модели аутсорсинга. Экономический анализ: теория и практика. 2010с.
2. <http://www.compulog.ru>
3. www.iemag.ru/analytics

*Короткова А.Н.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ

Аннотация статьи: В статье рассмотрены понятия вирусного маркетинга. Что он за собой влечёт и как влияет на окружающий нас информационный мир.

Ключевые слова: маркетинг, вирусный маркетинг, итернет-среда, реклама, вирусная реклама

VIRAL MARKETING

Summary of article: Century to article concepts of virus marketing are considered. What he involves and as influences the information world surrounding us.

Keywords: marketing, virus marketing, iternet-Wednesday, advertizing, virus advertizing

Вирусный маркетинг — общее название различных методов распространения рекламы, характеризующихся распространением в прогрессии, близкой к геометрической, где главным распространителем информации являются те кто получает эту информацию, путем формирования содержания, способного привлечь новых получателей информации за счет яркой, творческой, необычной идеи или с использованием естественного или доверительного послания.

Вирусный маркетинг – это прием, который способствует тому, чтобы воздействовать на определенный круг лиц, для продвижения товара или услуг за счет самого же этого круга лиц, который участвует в распространении информации о каком-либо предложении. Рекламная коммуникация, так влияет на аудиторию, что они «заражаются» этой идеей и осознанно, или не

осознанно передают эту информацию о продукте или услуге и сами становятся активными ее рекламоносителями.

Термин «вирусный маркетинг», обозначает передачу от одного человека к другому в рамках определенной группы лиц, которое ложится в основу всей идеи "вирусного" процесса.

Именно на человеческом поведении строится вирусный маркетинг. Проведя анализ, были сделаны выводы о том, что если человеку товар или услуга будет по душе, то он расскажет об этом примерно трем своим знакомым, а если товар или услуга ему не понравились — то примерно десяти.

Интерес маркетолога направлен на обнаружение людей, обладающих высокой социальной значимостью, и основать вирусное сообщение, которое ориентированно на данный тип.

По ошибке вирусный маркетинг могут употреблять в негативном смысле. Это происходит, когда подставные лица изображают энтузиазм клиентов. Такие ситуации называют *astroturfing* - организованные рекламные и пиар-кампании, в них массовая реакция потребителей представлена группами специально нанятых актеров.

Сейчас можно заметить тенденцию популярности вирусного маркетинга: благодаря быстрому интернету можно позволить доступно обмениваться фото-видео и аудиозаписями. На рост популярности вирусного маркетинга влияет то, что сейчас разрастается количество различных онлайн сообществ. Каждый второй посетитель интернета, получив интересное сообщение, перешлет его своему другу. Не кому не секрет для того чтобы привлечь человека в каком либо продукте, необходимо сформировать у него потребность в нем.

Эффективен вирусный маркетинг еще и тем, что имеет нерекламный формат. Его намерение привлечь внимание и заинтересовать определенный круг лиц.

Вирусный маркетинг может распространяться в разных интернет-средах, поэтому можно выделить несколько видов вирусов:

1. вирусное видео, либо анимационный ролик;
2. отдельный интернет-проект;
3. фото или рисованное изображение;
4. аудиофайл;
5. необычная акция или флэшмоб;
6. слух или креативный инфоповод.

Преимущества вирусного маркетинга:

1. Распространение вирусной рекламы выгодно с экономической точки зрения.
2. Вирусная реклама формирует отношение потребителей.
3. Вирусная реклама свободна от цензуры и ограничений Закона о рекламе.

Плюс вирусной рекламы в том, что она не требует больших затрат, либо

они вообще не нужны. В то время как для выхода на ТВ ролика необходимы большие затраты и вложения. Возможно и такое, что разработкой вирусной рекламы займется сторонняя компания, но в любом случае стоимость этого не будет значительной.

На создание вирусного маркетинга многих толкают такие факторы как отсутствие ограничений и цензуры. Для публики главным интересом является материал о сексуальной или скандальной направленности. Это то, что не всегда модно увидеть на телевидение, также как и образы детей или врачей. Существуют также компании у которых нет возможности демонстрировать на телевидении, так как это связано с законом о рекламе. Примером этого могут служить производители алкогольной, табачной продукции. Для них вирусная реклама самая выгодная область продвижения своего товара.

Жизненный срок вирусного маркетинга эксперты оценивают не менее трех лет. Если конкретнее разобраться с каждым элементом, то ТВ ролик представляют вниманию зрителя в то время, которое специально подобрано, для того, чтобы захватить определенный круг лиц. Информация в интернете может появиться в любое время, которое удобно пользователю. Также по ссылкам расположенным в интернете можно перейти несколько раз в удобное время.

Сегодня хорошую вирусную рекламу можно считать искусством. Некоторые работы в этом направлении можно отнести к искусству. Существуют такие фестивали рекламы и рекламных идей, где выставляются эти образцы.

Некоторые российские компании уже прибегают к такой практике как вирусный маркетинг. В этой области PR-, рекламные и маркетинговые агентства предлагают свои услуги. Существуют даже специальные компании, которые только и работают в этой области, такая компания, например как, The Viral Factory в США.

Сегодня в России вирусный маркетинг это тот неудобный и непредсказуемый инструмент в рекламе. Еще не разработали те критерии по которым можно судить о том, что именно вирусный маркетинг влияет, например, на рост продаж. Возможны и такие случаи, что компания зарабатывает себе отрицательную репутацию.

На сегодня стоит главная задача перед российскими рекламными агентствами - это перенять опыт из западных стран и ожидать тот результат при запуске вирусных компаний. Можно отметить то, что в России вирусный маркетинг остается перспективным явлением.

Использованные источники:

1. Рассел Голдсмит. Вирусный маркетинг.-2003, 128с.
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki>
3. <http://www.executive.ru/wiki/index.php>

*Короткова А.Н.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

СЕТЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Аннотация статьи: В статье рассмотрены понятия сетевой экономики. Сетевая экономика рассмотрена с разных точек зрения.

Ключевые слова: сетевая экономика, инфраструктура, бизнес-среда

NETWORKED ECONOMY

Summary of article: Century to article concepts of network economy are considered. The network economy is considered from the different points of view.

Keywords: network economy, infrastructure, business environment

Глобальная сеть и информационная революция создали новый бизнес-среды в странах с развивающейся экономикой, что создает новые возможности для экономического развития.

Сетевая экономика основана на новых формах экономических отношений, которые сформировались в информационном обществе. Миссия научно-образовательной группы является изучение формирования этой экономической модели.

Ожидаемые исследования требуют большего количества научных методов, которые могут быть оправданы по гораздо менее изученным вопросам.

Последние связаны с интеграцией информационных систем и технологий, как в бизнесе, а также в экономике и с применением электронных систем управления, что приводит к формированию новых методов управления. Эти вопросы требуют серьезных научных подходов, которые строятся на основе научно-методологической основы сетевой экономики. Соответствующие исследования также предполагают решения проблем, связанных с сетевой экономикой.

Сетевая экономика включает в себя новые форматы ведения экономики, как на макроуровне и на микроуровне. В результате ожидаемого исследования будут формировать практические предложения, которые могут способствовать формированию новой информационной политики и новых бизнес-моделей.

При наличии сетевой экономики особенно важную роль играет создание информационных систем сети межкорпоративных. Слияние экономики и информационных технологий неизбежно, в результате чего создает сетевую экономику. Сетевая экономика может быть создана только в случае эффективной интеграции информационно-коммуникационных технологий. Формирование сетевой экономики по-прежнему сопровождается большим

количеством проблем, которые не могут быть решены. Текущий результат должен быть направлен на управление экономики и бизнеса. Это приведет к синергетическому эффекту, и будут освещены эффективность ИТ. Развитие сетевой экономики направлена на смягчение проблемы уровня занятости, что приводит к повышению производительности, а также способствует развитию механизмов внештатной работы.

Сетевая экономика может рассматриваться с разных точек зрения: переход от индустриальной экономики, цифровой и информационной инфраструктуры, в глобальном масштабе, значение сетей, а также прав интеллектуальной собственности.

С переходной точки зрения, Мэлоун и Laubacher (1998) указывают, что информационная революция изменила характер деловой активности. Поскольку информация может совместно использоваться мгновенно и без особых затрат в глобальном масштабе, значение централизованного принятия решений и дорогостоящих бюрократических значительно уменьшается. Марка (1999) указывает на то, что торговля ускоряется с помощью цифровых и сетевых революций и что роль торговли заключается в том, как эксплуатировать и абсорбировать эти потрясения. Некоторые усилия должны быть направлены на развитие новой инфраструктуры в то время как другая деятельность будет уделять особое внимание управлению и развивающуюся культуру.

С точки зрения инфраструктуры, Тэпскотт (1996) сравнивает информационные сети новой экономики к автомагистралям и энергосистемы индустриальной экономики. Он предполагает, что ни одна страна не может добиться успеха без внедрений электронной инфраструктуры. Шварц (1999) пишет, что в будущем, крупные компании будут управлять их покупки, выставление счетов, обмен документами, а также материально-технического обеспечения на основе глобальных сетей, которые соединяют миллиарды вычислительных устройств.

Келли (1998) утверждает, что в сетевой экономике, значение создается и разделяется всеми членами сети, а не отдельными компаниями и эффекта масштаба стебля от размера сети - не предприятие. Точно так же, потому что значение вытекает из связности, Boyett и Boyett (2001) отмечают, что открытая система предпочтительнее закрытой системы, поскольку первые, как правило, имеют больше узлов. Они также указывают, что такие сети размывая границы между компанией и ее окружением.

Сетевая экономика поднимает важные вопросы в отношении интеллектуальной собственности. Шапиро и Varian (1999) объясняет, что как только первая копия информации была произведена, производя дополнительные копии практически ничего не стоит. Рифкин (2000) предполагает, что поскольку рынки освободить место для сетей, собственность заменяется правами доступа.

Использованные источники:

1. Стрелец И.А. Новая экономика и информационные технологии. – М.: Изд-во Экзамен, 2003.
2. www.lessons-tva.info/edu/trainbus/2.html
3. www.tsput.ru/res/informat/ebusiness/chapter1_2.htm

*Короткова А.Н.
студент 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Южный Институт Менеджмента
Россия, г. Краснодар*

ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ В РОССИИ

Аннотация: В статье рассматривается понятие электронных денег в России и за рубежом, законность и перспективность их использования. Приведён рейтинг систем электронных платежей на примере разных стран. Рассмотрены плюсы и минусы различных систем.

Ключевые слова: электронные деньги, интернет, платёжные системы, электронные кошельки.

ELECTRONIC MONEY IN RUSSIA

Summary: In article the concept of electronic money of Russia and abroad, legality and prospects of their use is considered. The rating of systems of electronic payments on the example of the different countries is given. Pluses and minuses of various systems are considered.

Keywords: electronic money, Internet, payment service providers, e-wallets.

Рынок электронных валют является в России довольно молодым, но уже очень агрессивным. Так же, как с социальными сетями и поиска, в нем преобладают местные игроки, в результате чего всемирно известные бренды далеко позади.

Даже наличные деньги по-прежнему является наиболее распространенным способом оплаты покупок в Интернете в России. Согласно последним исследованиям TNS, 35% респондентов используют кредитные карты для создания онлайн-покупки, 27% - электронных валют, а 17% - онлайн-банковских услуг. Среди них, использование электронных валют демонстрирует самые высокие темпы роста. Оборот рынка в два раза в 2011 году достигает 125 миллиардов российских рублей (около 4,2 млрд долларов США).

Компания TNS провела исследование по популярности электронных способов оплаты среди российских интернет-покупателей разного возраста и демографических групп. Субъекты опроса были жители в возрасте от 12 до 55 лет, проживающих в городах с населением более 800 тысяч. Кроме того, данное исследование является первым в своем роде, где TNS включила 12-17

и 46-55 возрастные категории. В общей сложности в опросе более 2800 респондентов участвовали.

Электронные деньги входят в тройку самых популярных электронных способов оплаты для 12-55-летней возрастной группе. Исследование показало, что 97% респондентов слышали о электронных деньгах и 46% из них использовали его для осуществления платежей по крайней мере один раз в течение последних шести месяцев. Соответственно, электронные деньги являются более популярными, чем онлайн-банкинг и SMS-платежей, которые используются на 31% и 37% интернет-пользователей, соответственно.

Подростки, как правило, выбирают электронные деньги для онлайн-платежей: 53% предпочитают этот метод. В то же время, электронные деньги и банковские карты используются одним и тем же числом респондентов в возрастной группе 46-55: 68% используют каждый метод.

Как это было в прошлые годы, наиболее широко используемые электронные деньги в России Yandex.Money. Среди жителей в возрасте 12-55, живущих в крупных городах, 22% использовали Yandex.Money по крайней мере один раз в течение последних шести месяцев. Респонденты сообщили об использовании других услуг по следующим ставкам: Qiwi.Wallet - 21%, WebMoney - 19%, PayPal - 14%, и Money@Mail.ru - 6%. Yandex.Money и Qiwi являются наиболее популярными услугами среди подростков, каждый из которых привлекает 27% пользователей подростков. Между тем, WebMoney и PayPal удалось привлечь только 24% и 14% этой возрастной группы, соответственно. Взрослые в возрасте от 46 до 55 лет выбрали WebMoney и Яндекс.Деньги в размере 46% и 40%, соответственно. Эта группа платит Qiwi и PayPal значительно меньше по ставкам 29% и 27%, соответственно.

Yandex.Money являются крупнейшей электронной оплаты услуг России на основе PayCash платформы. Это обеспечивается Яндексом, оператор крупнейшей поисковой системы в России.. Yandex.Money был запущен в 2002 г. В 2013 году Сбербанк России, один из крупнейших банков в Восточной Европе, купил долю в Яндекс.Денег. В настоящее время Сбербанк России владеет 75 процентами акций компании, остальные 25 процентов принадлежат Яндексу.

Компания осуществляет финансовые операции в режиме реального времени в российских рублях, позволяющих проводить платежи и денежные переводы через Интернет. Он предоставляет обработку платежей для сайтов электронной коммерции, в том числе платежей с банковскими картами, электронными деньгами Яндекса, кассовых операций через 170 000 платежных терминалов и мобильных платежей. Более 76000 онлайн-продавцов, в том числе таких партнеров, как Skype, AliExpress (Alibaba), компании Apple (iTunes), Nintendo и Wargaming, использовать платежное решение Яндекс.Денег для бизнеса в России и странах СНГ. Сервис работает со всеми банковскими картами во всем мире, выпущенных в Канаде и

Соединенных Штатах, за исключением.

Мужчины и женщины используют электронные деньги по тем же ставкам. Большинство пользователей менеджеры или специалисты со средними или высокими доходами. Большинство из них являются продвинутое пользователи Интернета (40%), но доля тех, кто только недавно освоили Интернет также высока 35%.

Среди молодых людей в возрасте 12-17, мальчиков из домов с доходом выше среднего, которые продвинутое пользователи Интернета активно платят электронными деньгами. В то же время, 14% от самой младшей возрастной группе уже зарабатывают деньги самостоятельно и может провести его в Интернете.

В старшей возрастной группе преобладают женщины 54%, 48% из которых являются новичками в Интернете. Электронные деньги в основном используются для оплаты услуг мобильной связи, доступ в Интернет, домашний коммунальных услуг, а также покупки в интернет-магазинах. Электронные деньги также часто используется для осуществления переводов другим пользователям.

Подростки тратят в три раза больше денег на онлайн-игры, чем средний пользователь бумажника, в то время как старые респонденты платить за товары и услуги чаще. Более 40% пожилых пользователей платить за коммунальные услуги в электронных деньгах, и более 20% используют его для оплаты штрафов и налогов.

Итак, можно подвести итоги того, что электронные деньги уже считаются неотъемлемой частью российского населения.

Использованные источники:

1. Свободная Интернет-энциклопедия «Википедия», Электронные деньги. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Электронные_деньги
2. Электронные компьютерные курсы «NEUMEKA», Электронные деньги http://www.neumeka.ru/elektronnye_dengi.html

Косарева О. Е.

ст.преподаватель

Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева

Российская Федерация, г. Орел

СТРАТЕГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОПОРНОГО ВУЗА.

Аннотация: В связи с появлением опорных вузов, возникают вопросы об эффективной стратегии формирования имиджа этих вузов. Однако, данное направление только начало развиваться, поэтому многие вузы на практике сталкиваются с проблемами ее реализации.

Ключевые слова: стратегия управления имиджем вуза, опорный вуз, логотип, SWOT-анализ.

Abstract: With the advent of major higher education establishments, there are questions about an effective strategy for shaping the image of these universities.

However, this trend is just beginning to develop, so many universities in practice are faced with challenges of its implementation.

Key words: university image management strategy, supporting the university, logo, SWOT-analysis.

Высшее образование на современном этапе развития общества является важной и неотъемлемой сферой социальной практики общества, основной функцией которого можно назвать функцию социального воспроизводства, то есть расширение и наследование общей и профессиональной культуры. Современный вуз сложно представить без современных технологий обучения. Но при формировании и оценке стратегии развития вуза необходимо учитывать различные социальные факторы, такие как: отношение людей к высшему образованию, традиции в отрасли, демографическая структура населения региона, социокультурные ценности, знания, уровень подготовки и т.д. Основным направлением в данной сфере является проведение мероприятий, направленных на повышение эффективности и качества образования.

С этой же целью Министр образования и науки РФ Дмитрий Ливанов подписал приказ о проведении конкурсного отбора образовательных организаций высшего образования на финансовое обеспечение программ развития и создания на базе образовательных организаций опорных университетов. Опорный вуз представляет собой любой государственный вуз федерального значения, принявший решение о реорганизации путем присоединения к нему другого вуза или нескольких вузов [5].

Поэтому, на данном этапе, важнейшей целью является определение стратегии формирования имиджа опорного вуза. Проблеме стратегического управления образовательными учреждениями посвящены многочисленные труды, но, к сожалению, конкретных исследований по опорным вузам на данный момент нет. Поэтому на первоначальном этапе, следует понять, что собой представляет стратегическое управление имиджем опорного вуза. В общем смысле, это еще не сформированное, а только появляющееся направление, которое определяет приоритеты развития системы образования в регионе, место и роль опорного вуза в регионе и в стране в целом.

Существование рыночной конкуренции между вузами привело к тому, что каждый из них пытается как-то выделиться среди других вузов и иных образовательных учреждений, привлечь к себе внимание, доказать качество своих образовательных услуг.

И первое мероприятие, которое может выделить опорный вуз среди других – это разработка своего логотипа, который грамотно подчеркнет специфику деятельности опорного вуза и уникальность предоставляемых им услуг. Логотип – это графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости и

распознаваемости в социуме [4]. Разумеется, что усилия коллектива должны быть направлены на разработку именно положительного имиджа опорного вуза, позиционирование его отличий от конкурентов (от других вузов). Так, например, один из ведущих российских университетов - ИТМО - с 1 сентября приступает к обновлению своего бренда. Ребрендинг ведётся в рамках госпрограммы по повышению конкурентоспособности российских университетов на международной арене. В ИТМО считают, что новый бренд будет способствовать узнаваемости ВУЗа. Точная сумма затрат на ребрендинг не известна, однако, по примерным подсчетам, общие затраты на продвижение университета могут составить 12 млн. рублей.

При создании стратегии формирования имиджа опорного вуза, необходимо учитывать воздействие как внутренней, так и внешней среды, которые влияют на систему управления вузом и его реорганизацию [1,3].

Разработка стратегии формирования имиджа опорного вуза начинается со стратегического анализа, который проводится с одной главной целью – оценить положение опорного вуза на данный момент, и определить в каком положении опорный вуз должен находиться в перспективе [2].

Следует отметить, что стратегия формирования имиджа опорного вуза должна исходить из тех потребностей, которые существуют на рынке труда, с целью воспроизводства знаний и навыков, создания эффективного менеджмента, профессионального сотрудничества.

Перед началом формирования стратегии, необходимо провести SWOT–анализ. Главной особенностью SWOT – анализа вуза – является концентрация на изучаемых проблемах и отражение реального положение вуза относительно других конкурентных вузов. Так Орловский Государственный университет им. Тургенева при разработке стратегии управления имиджем своего вуза, провел SWOT-анализ, который представлен в таблице 1.

Таблица 1. Результаты SWOT-анализа Орловского Государственного опорного вуза им. Тургенева.

SWOT – анализ	Возможности:	Угрозы:
ФГБОУ ВО Орловский Государственный университет им. И.С. Тургенева.	- получение грандов и премий; - открытие новых для региона направлений и подготовки; - улучшение имиджа вуза - увеличение количества студентов.	- отсутствие спроса на выпускников ряда специальностей; - конкурирующие вузы.
Сильные стороны:	- качественное образование и способствуют установлению положительного имиджа вуза; - квалифицированные кадры обеспечивают получение грандов и премий; - широкий спектр направлений подготовки позволяет увеличить количество студентов, обучающихся в вузе;	- конкурирующие вузы также предлагают широкий спектр специальностей, могут иметь более квалифицированных кадров и перетянуть наших преподавателей в
- широкий спектр направлений и специальностей подготовки; - качество образования; -квалифицированные кадры.		

	- благодаря квалифицированным кадрам можно открывать новые направления подготовки.	свои вузы.
Слабые стороны:	- из-за отсутствия службы маркетинга	- улучшенная
- отсутствие службы маркетинга;	усложняется работа по улучшению имиджа вуза;	материально-техническая база конкурентов;
- устаревшая материально-техническая база.	- устаревшая материально-техническая база ведет к снижению качества обучения студентов.	- наличие у конкурентов своей налаженной службы маркетинга;

Так, мы видим, что в ходе SWOT-анализа не только выявились слабые, сильные стороны и угрозы, но и возможности вуза, которые в дальнейшем он сможет реализовать.

Стратегия формирования имиджа опорного вуза также должна учитывать шесть базовых аспектов, от которых и зависит имидж образовательных учреждений: образ руководителя созданного опорного вуза (его персональные особенности характера, и профессиональные навыки, ранее занимаемая должность, и т.д.); качество образования (уровень знаний, умений и навыков); стиль вуза (его традиции, стиль работы, отношения между участниками); внешняя атрибутика (символика и логотип); образ персонала (половозрастной состав преподавателей, их личные качества); цена на образовательные услуги, которая должна быть адекватна спросу на них.

После проведения подобного анализа можно подходить непосредственно к разработке самой стратегии, то есть к определению мероприятий для достижения поставленных вузом целей и реализации этой стратегии, то есть разработать план мероприятий по реализации стратегии, определить его ресурсное обеспечение и оценить эффективность предложенных мероприятий.

Таким образом, стратегия формирования имиджа опорного вуза, является только развивающимся современным направлением. Для правильного формирования и реализации данной стратегии необходимо провести стратегический анализ вуза, оценить его сильные и слабые стороны, выяснить возможности и угрозы, учитывать структуру самого имиджа. В результате чего и формируется наиболее полная имиджевая стратегия опорного вуза.

Использованные источники:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер, 1999. С. 401 - 414.
2. Гапоненко А. Л., Панкрухин А. П. Стратегическое управление: Учебник. М., 2010. С. 472.
3. Гурфова Р.В., Аликаева М.В., Налчаджи Т.А., Гедгафова И.Ю., Казиева Б.В. Тенденции развития образования в условиях модернизации (на материалах скфо) // Фундаментальные исследования. – 2011. – № 12-1. – С. 20-24.
4. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера. Спб: Питер,

*Костикова В.О.
магистр 1го курса*

*Рязанский Государственный Радиотехнический университет
Россия, г. Рязань*

ОБЗОР КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И СИСТЕМ СБЫТА ПРОДУКЦИИ

Аннотация: Статья посвящена обзору каналов товародвижения и применяемым системам сбыта. Приведены трактовки различных авторов в отношении понятий «каналы распределения» и «каналы сбыта» продукции. Изучены виды проталкивающего и протягивающего распределения продукции, а также выявлены факторы оказывающие влияние на сбытовую стратегию организации.

Ключевые слова: каналы распределения, система сбыта, длина канала, ширина канала, факторы оказывающие влияние на каналы сбыта.

REVIEW OF DISTRIBUTION CHANNELS AND DISTRIBUTION SYSTEMS OF PRODUCTION

Summary: Article is devoted to the review of channels of merchandising and the applied distribution systems. Interpretations of various authors the relation of the concepts "distribution channels" and "production sales channels" are given. Types of the pushing and stretching distribution of production are studied, and also the factors exerting impact on marketing strategy of the organization are designated.

Keywords: distribution channels, distribution system, length of the channel, width of the channel, factors exerting impact on sales channels.

По мере роста конкуренции и насыщения рынков товарами повышается значительность сбытовой функции компании. Предприятия-производители переходят от производственно-сбытовой концепции к рыночно-ориентированной концепции маркетинга, в реализации которой важная роль принадлежит каналам, связывающим производителей с потребителями. Подобная связь носит не столько транзакционный характер, сколько партнерский и позволяет компании-продавцу контролировать весь процесс взаимодействия с потребителями. При этом в фокусе внимания компаний практикуется предоставление клиентам особых ценностей, которые они не могут получить от других компаний-производителей. Покупатель выбирает в качестве поставщика компанию, способную предоставить ему наилучшую комбинацию ценностей — по мнению Ф. Котлера и К. Келлера, «триаду» ценностей: качество, сервис и цена [5].

Проанализируем различные мнения ученых в отношении понятий «каналы распределения» и «канал сбыта». В своей массе авторы едины в

отношении назначения каналов, но добавляют некоторые особенности их строения. Сбыт представляет собой область деятельности предприятия-производителя, занимающегося разработкой способов доведения товаров и услуг до промежуточных или конечных потребителей, так считает Д. И. Баркан, включающую в себя все виды деятельности для удовлетворения конечных потребностей, говорит П. Винкельманн и являющуюся неотъемлемым элементом маркетинга, сказал Г. Л. Багиев. Д. И. Баркан уточняет, что термин «сбыт» не может использоваться для оптовых и тем более розничных компаний, а может быть применим только к предприятию-производителю [6]

В нашем же понимании, сбыт является сферой товаро-денежного обмена между свободными субъектами рынка, которые участвуют в создании добавленной ценности и перемещении товаров от производителя к потребителям. Также канал распределения можно представить, как особую, уникальную структуру ориентированную на потребителей, состоящую из партнёров, внешних контрагентов и независимых посредников, характеризующегося многосторонними коммуникативными потоками, которые возникают в процессе взаимодействия и перемещения товаров или услуг от начальной точки производства, до конечного употребления.

В экономической теории, как правило, выделяют несколько основных видов каналов товародвижения, через которые и осуществляется передача товарных единиц от компании-производителя потребителю.

Различают несколько видов товародвижения, изображенных на рис.1:

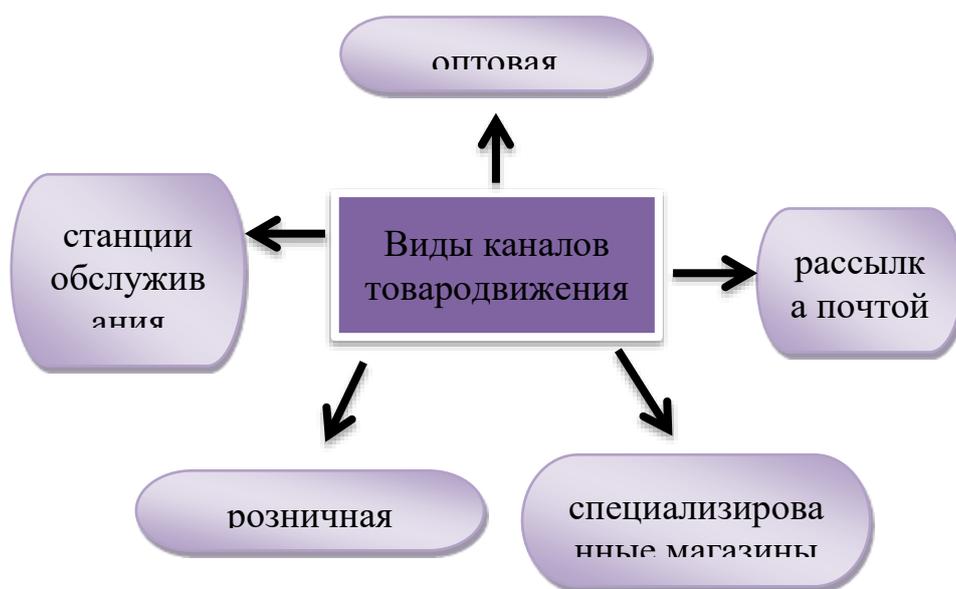


Рис.1 «Виды товародвижения»

Продвижения товара фирмы может быть осуществлено через собственные торговые организации непосредственно конечному потребителю

или через зарубежных посредников. Непосредственные поставки товара от производителя к потребителю называется физическим размещением.

Оно включает в себя четыре составных элемента:

- создание товарного склада,
- управление материально – техническим снабжением.
- управление информационными потоками
- транспортировку,

Существующие каналы товародвижения предполагают использование трех основных методов сбыта (рис.2):

-Прямой - производитель продукции вступает в непосредственные отношения с конечным потребителями без участия независимых посредников. Передача товарных единиц происходит напрямую;

-Косвенный, когда для сбытовой функции своих товаров производитель прибегает к услугам различного типа дилеров или независимых рыночных посредников;

-Комбинированный или Смешанный, когда в качестве посреднического звена используются организации со смешанным капиталом, включающим средства как фирмы-производителя, так и другой, независимой компании [2].

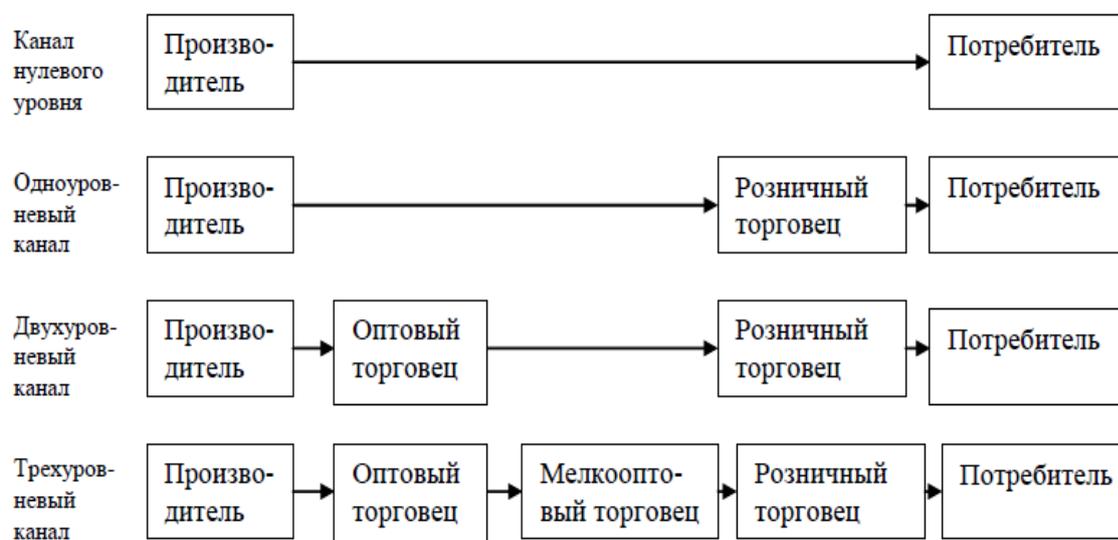


Рис.2 «Каналы распределения продуктов и услуг»

1) Канал нулевого уровня(прямой канал сбыта) — является каналом, не имеющий посредников. Продажа через канал нулевого уровня осуществляется непосредственно потребителям, на основе прямых контактов. Прямой сбыт широко используется при продаже продукции производственно-технического назначения и реже товаров для широкого потребления.

2)Одноуровневый канал включает как правило одного посредника. Для товаров широкого потребления используются, розничные магазины, а также торговые представители. Товары производственно-технического назначения

может реализовать сбытовой агент или брокер.

Двухуровневый канал включает двух посредников — перемещение товара сначала оптовому посреднику, а затем розничному дистрибьютеру.

Трехуровневый канал включает трех посредников — оптового, мелкооптового и розничного. В данную цепочку канала распределения, относительно двухуровневого внедряется мелкооптовый торговец, за счет чего добавленная стоимость товара значительно возрастает.

Каналы распределения характеризуются длиной и шириной канала.

Длина канала распределения - это количество уровней канала, то есть однофункциональных посредников.

Ширина канала распределения — представляет из себя число посредников (оптовых и розничных) на любом этапе реализации товаров (например, число всех оптовых фирм, закупающих продукцию у изготовителя).(рис.3)

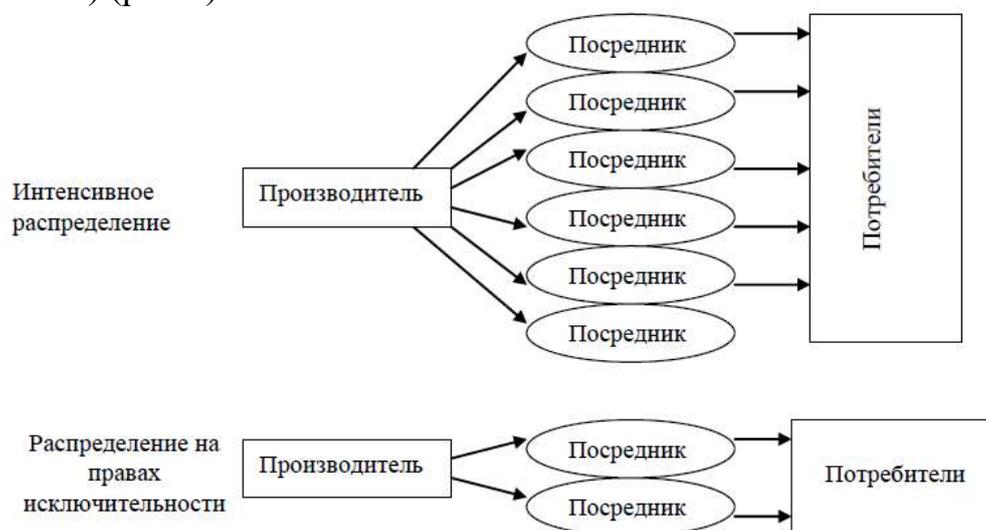


Рис.3 «Ширина каналов распределения»

Косвенный сбыт подразделяется на интенсивный, селективный или выборочный и эксклюзивный сбыт.

1. Интенсивное распределение. При подобном распределении продукция размещается в существенных количествах в торговых точках. Широкий выбор ассортимента предоставляет конечным потребителям разнообразные возможности для покупки. Целью такого распределения продукции является достижение максимального охвата рынка, и, как правило, такая стратегия распределения характерна для товаров ежедневного спроса.

2. Селективное или выборочное распределение. Продукция размещается в более ограниченном количестве и в определенных географических границах. Селективное распределение стремится показать продукцию в наиболее перспективных или прибыльных торговых точек, например, это характерно для продажи дизайнерской одежды.

3. Эксклюзивное распределение. Продукция размещается в единственной торговой точке в конкретной области. Это укрепляет

партнерство между продавцом и посредником, и, в результате, устанавливаются прочные долгосрочные отношения с внешними контрагентами. Данный вид товарного распределения, подразумевает отсутствия у дилера конкурентной продукции, результатом чего выступают более агрессивные маркетинговые усилия дистрибьютора по продаже продукции компании-производителя.

Также стоит выделить современные вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы.

Общей тенденцией эволюции системы распределения продукции в настоящее время является переход от традиционных каналов товародвижения, где каждый независимый участник стремится к максимизации своей прибыли часто в ущерб общей прибыльности канала, к вертикальным маркетинговым системам. Вертикальные маркетинговые системы (ВМС) предполагают тесную интеграцию участников канала на договорной или же на корпоративной основе. В настоящий момент на Западе вертикальными маркетинговыми системами охвачено около 70% рынка, которые эффективно используются в рыночной практике.

Выделяют три типа вертикальных маркетинговых систем:

1. Корпоративная ВМС – подразумевает, что компания использует два или более традиционных уровня канала с целью получения большего контроля над спросом и предложением, или же в целях расширения масштаба своей деятельности.

2. Договорная ВМС – представляет из себя систему независимых компаний, осуществляющих свою деятельность на договорных основах с целью улучшения коммерческих показателей.

3. Управляемая ВМС – представляет собой скоординированную систему каналов распределения организации, в которой поток товаров от производителя до конечного пользователя контролируется мощностью и размером одного члена канала системы.

Горизонтальная маркетинговая система – это согласование каналов распространения, по которому более двух компаний, находятся на одном и том же уровне, объединяются в маркетинговых целях для извлечения выгоды из новых инвестиционных проектах. Многоканальная маркетинговая система - объединяет в себе сразу несколько форм организации сбыта и включают в себя: розничные магазины, оптовые, телефонные продажи, интернет-магазины, мобильные приложения и любой другой способ заключения сделок с клиентами.

Распределения также бывает протягивающее и проталкивающее

При реализации целей доступности производитель должен сотрудничать с дистрибьюторами. Усиление конкуренции между производителями и увеличение силы влияния дистрибьюторов, приводящая к притоку клиентов, означает, что производитель должен приложить достаточно усилий для эффективного распределения своего продукта. Во-

первых, производитель должен сделать свой продукт и свою компанию привлекательной для дистрибьюторов, чтобы они включили данный продукт в свою ассортиментную линейку для дальнейшего распространения.

Выделяют два пути, которым может воспользоваться производитель:

- проталкивающее распределение;
- протягивающее распределение;

Проталкивающее распределение. При стратегии проталкивания производитель, прежде всего, концентрируется не на конечном потребителе, а на непосредственном процессе торговли.

Для увеличения привлекательности продукта, можно воспользоваться несколькими способами:

- увеличить прибыльность продукта за счет особых условий: сделок, премий за большие объемы продаж, временных мероприятий по стимулированию продаж.
- Обратить внимание торговых компаний к возможности получения прибыли от продаж данного продукта через рекламу.

Протягивающее распределение. Основной характерной особенностью стратегии протягивания является то, что производитель стимулирует спрос конечного потребителя на продукт без личного участия дистрибьюторов. Если потребительский спрос на продукт высок, рынку выгодно иметь его в наличии. Таким образом, компания - производитель «автоматически» получает потенциальное количество торговых точек для реализации своего продукта.

Если производитель решает остановиться на данной стратегии, то он будет активно использовать инструмент продвижения своего товара в форме:

- тематической рекламы – подразумевает рекламу с целью формирования и поддержания имиджа марки продукта и как следствие повышения деловой репутации компании
- стимулирования продаж- характеризует стимулирование спроса временными мероприятиями по продвижению продукции.

На практике существует множество комбинаций протягивающего и проталкивающего распределения. Но, можно утверждать, что в личных каналах, как правило, доминирует протягивающее распределение.

При проталкиваемом распределении следует различать деятельность производителей по продвижению закупок и деятельность по продвижению продаж. В случае продвижения закупок целью является сделать продукт более привлекательным для дилера и независимых посредников в розницу, обращая его внимание на цену, торговую надбавку, скидку и т.д. В случае продвижения продаж представитель фактически способствует торговцу в розницу произвести продажу продукта потребителю (например, за счет размещения товара на полке наиболее привлекательным способом)

При формировании системы распределения продукции и сети каналов товародвижения, фирме-поставщику следует учитывать несколько

факторов оказывающие влияние на каналы сбыта(рис.4):



Рис.4 «Факторы оказывающие влияние на каналы сбыта»

Однако в общем случае выбор того или иного канала зависит от соотношения трех факторов: издержек распределения, числа мест продажи товара, степени контроля за товаром в процессе его «перемещения» по каналу к конечному потребителю. В случае если распределительная цепочка коротка, производитель сохраняет больший контроль за товаром, но, как правило, способен охватить менее широкий сектор рынка и в доверок несет многочисленные расходы, связанные с хранением товаров на складе, транспортировкой и маркетингом товарной единицы. Более длинная цепочка увеличивает сектор охвата рынка и снижает издержки производителя, но при этом процесс распределения становится более сложным и, следовательно, менее контролируемым и управляемым процессом.

Очевидно, что отдельно взятый сбытовой канал не представляет собой идеальную модель распределения продукции. Приведенные вариации сбыта могут быть взяты за основу для создания максимально адаптивной модели распределения в разрезе интересующей отрасли.

Использованные источники:

1. Дыбская, В.В., Иванова, А.В. Формирование системы логистического сервиса и управление качеством сервиса в сети распределения [Текст] / В.В. Дыбская, А.В. Иванова // Научно-аналитический журнал «Логистика и управление цепями поставок». – 2014. – №4 (51). – С. 23–57.
2. Картузова Е. Как российские предприятия совершенствуют сбытовую деятельность // Бизнес Академия. — 2001. — № 7—8. — С. 43—47.
3. Ким С. А. Маркетинг: учеб.пособие / С. А. Ким.–М. : «Дашков и К°», 2008. – 240 с.
4. Протасеня, В.С. Управление сбытом на предприятии [Текст]: практикум / В.С. Протасеня, П.П. Кит. – Минск: БГЭУ, 2009. – 321 с.
5. Силинский В. С. Гармонизация сбытовой деятельности промышленного предприятия в условиях неопределенности и нестабильности. Экономический журнал.-2015.-№1
6. Скребник Б. В. Маркетинг : учеб. пособие для вузов / Б. В. Скребник. – 2-е изд. – М. : «Высшая школа», 2008. – 360 с.
7. Сток, Р., Ламберт, Д.М. Стратегическое управление логистика / Р. Сток, Д.М. Ламберт. – М.: Инфра-М, 2011. – 757 с.

*Костяная В. И.
магистрант
Хашаева О.Ш.
магистрант*

*Южный институт менеджмента
Россия, г. Краснодар*

EX ANTE АГЕНТСКИЕ ОТНОШЕНИЯ: НЕБЛАГОПРИЯТНЫЙ ОТБОР

Аннотация: В данной статье рассмотрена теория агентских отношений, изучен *ex ante* неблагоприятный отбор, а также приведен пример данного отбора и предложены способы решения этой проблемы.

Ключевые слова: принципал, агент, агентские отношения, оппортунизм, неблагоприятный отбор

EX ANTE AGENCY RELATIONSHIP: ADVERSE SELECTION

Summary: This article describes the theory of agency, understood *ex ante* adverse selection, as well as an example of the selection and proposed ways to solve this problem.

Keywords: principal, agent, agency relationships, opportunism, adverse selection

Все более важное значение в современных условиях постоянного развития рыночной среды приобретают хозяйственные действия, которые сопряжены с отношениями между экономическими агентами (предприниматели, потребители, фирмы, домашние хозяйства и т. д.). Больших объемов потребления товаров и услуг, позволяет достичь обмен ресурсов и благ, как обществом в целом, так и отдельным экономическим агентам. Однако процессы распределения полномочий, разграничение обязанностей, разделение труда приводят к тому, что действия агентов становятся зависимыми друг от друга. В результате этого, проблема согласования действий отдельных организаций и людей при организации экономических отношений выступает на первый план. При этом повысить эффективность хозяйственной деятельности позволяет только слаженная работа всех участников отношений.

Для решения данной проблемы многие отечественные и зарубежные авторы, такие как Скоробогатов А.С., Чекмарев О.П., Деньгов В.В. и другие, разработали и изучили целую теорию контрактов, цель которой заключается в исследовании контрактных процессов. В современной литературе выделяют одно из направлений этой теории – теория агентства. Она рассматривает виды оппортунистского поведения (моральный риск и неблагоприятный отбор), а также последствия их проявления и механизмы борьбы с ними. Главной задачей теории агентства является анализ и поиск оптимальных схем вознаграждения, который включает в себя оценку издержек, возникающих в результате асимметрии информации в тех или иных контрактах, и поиск эффективных механизмов минимизации этих издержек [2, 3, 4].

Издержки, которые связаны с реализацией контракта между агентом и принципалом, называют агентскими. Агентские издержки включают в себя затраты агента, сопряженные с осуществлением залоговых гарантий, затраты на мониторинг, предназначенный для ограничения уклоняющейся деятельности агента, остаточные потери принципала, связанные с тем, что действия агента не направлены полностью на максимизацию благосостояния принципала.

Современная теория контрактов состоит из двух больших блоков: *ex ante* и *ex post* проблемы. В обоих случаях речь идет о решении проблемы оппортунизма экономических агентов, которые препятствуют заключению эффективных сделок. Исходной проблемой является ограниченность информации, имеющейся у экономических агентов. Благодаря этой проблеме появляется возможность проявления оппортунизма, то есть склонности индивидов в стремлении к собственной выгоде прибегать к сокрытию информации или обману. Вместе взятые, оппортунизм и ограниченность информации порождают проблему асимметричности информации, когда информация, касающаяся существенных сторон сделки, доступна не всем ее

участникам.

Существует два вида оппортунизма:

–предконтрактный– с ним принципал пытается справиться на стадии поиска агента;

–постконтрактный – выражается в сокрытии агентом информации о своем типе. Под типом агента подразумевается, например, его отношение к товару, который он покупает, или который он продает.

Следствием предконтрактного оппортунизма является неблагоприятный отбор – это сужение рынка за счет уменьшения числа реализованных сделок. Он проявляется в том, что агент (более информированная сторона), добивается заключения контракта на самых выгодных для себя условиях, при этом используя информационное преимущество. Тогда задача принципала в этом случае – предложить агенту такую схему вознаграждения, которая заставит его открыть информацию.

Возникает неблагоприятный отбор в двух случаях, во-первых, из-за наличия у агентов характеристик, неизвестных принципалу; и, во-вторых, в силу наличия издержек измерения этих характеристик. Следовательно, чем выше издержки измерения, соответственно, тем у агентов появляется больше возможностей для оппортунистического поведения. Когда в качестве условия сделки выдвигается минимальный набор измеряемых параметров, полученная выборка чаще всего будет хуже ожидаемой. Она не будет средней, а сменится в сторону худшего набора параметров.

Проблему неблагоприятного отбора, многие ученые рассматривают и описывают на стандартном примере, рынка поддержанных автомобилей, соответствующую модель которого впервые предложил американский экономист Дж. Акерлоф. Мы же в данной статье склоняемся больше к актуальному примеру неблагоприятного отбора на рынке кредитов [1].

Данный отбор очень ярко проявляется в банковской сфере. Чтобы максимизировать прибыль, любому банку необходимо определить оптимальную для себя кредитную (или процентную) ставку. Возник вопрос, а как бы он это сделал, будь информация о потенциальных заемщиках совершенной? Банк оценил бы кривые спроса на кредиты и предложения кредитов. При этом учитывая, что чем выше процентная ставка, тем больше банк требует за кредит, соответственно, и тем, меньше спрос и больше предложение. А также установил бы кредитную ставку на равновесном уровне (где спрос на кредиты равен их предложению). Если информация банка о заемщиках не является совершенной? Предположим, что ставка банка начнет расти, тогда из пула его потенциальных заемщиков начнут уходить те, для кого наиболее сложно в этих условиях вернуть кредит, то есть заемщики, наименее склонные к риску, и останутся те, кому присуща более высокая средняя рисковость проектов. И если банк установит высокую процентную ставку (ставка, уравнивающая спрос и предложение кредитов, такой и будет), он столкнется с проблемой неблагоприятного отбора, так как высокая

процентная ставка привлечет в банк не самых выгодных клиентов.

Рассмотрев пример проблемы неблагоприятного отбора, можно выделить следующие способы решения данной ситуации: фильтрация, сигналы и рационализация. Основным критерий разграничения этих способов состоит в том, кто пытается преодолеть асимметричность информации, агент или принципал.

Использованные источники:

1. Акерлоф, Дж. А. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм // Thesis, 1994, вып. 5, С. 91-104.
2. Деньгов В.В. Теория неполных контрактов: фирма и права собственности // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2014, - Вып. 1. – с. 45-72.
3. Скоробогатов А.С. Лекции и задачи по теории контрактов. Учебное пособие. Издательство – «Ютас», 2012. – 180 с.
4. Чекмарев О.П. Институциональная экономика. Курс лекций. – Спб; СПбГАУ, 2011. – 236 с.

Кот А.В.

магистрант 1 курса

факультет «Банковского дела»

Петрукович Н.Г., к.э.н.

научный руководитель, доцент

Республика Беларусь, Брестская область, г. Пинск

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ЛИЗИНГОВОЙ КОМПАНИИ

В данной статье обозначены особенности функционирования службы риск-менеджмента в лизинговой компании, рассмотрены специфические риски, присущие осуществлению лизинговой деятельности и предпринята попытка к определению системного подхода управления лизинговыми рисками.

Риск-менеджмент, лизинговая компания, управление рисками, лизинговая деятельность, минимизация рисков.

This article marked the peculiarities of risk management services to the leasing company, considered specific risks inherent in the implementation of leasing activity and attempt to control the definition of a systematic approach leasing risk.

Risk management, leasing company, risk management, leasing, risk minimization.

С каждым годом обостряется конкуренция между лизинговыми компаниями, что приводит к осуществлению всё более рискованных проектов, понижая критерии их отбора.

Крупная лизинговая компания обязательно должна иметь специальное подразделение, ответственное за риск-менеджмент, где рассматриваются ключевые вопросы по управлению рисками: установление лимитов; оценка и управление валютными рисками и рисками ликвидности; утверждаются

правила мониторинга портфеля; принимаются управленческие решения по минимизации рисков. Лизинговый рынок развивается параллельно с банковским, поэтому распространенность системного риск-менеджмента достаточно велика.

Принципы методики системы управления рисками:

- Комплексность

Для оценки чувствительности риска лизинговых операций применяется комплексный анализ рисков в их неразрывной взаимосвязи, что создает полное представление о составе и структуре рисков каждого лизингового проекта в отдельности.

- Индивидуальность

Каждый лизинговый проект, согласно принятой методике, оценивается индивидуально, что позволяет более точно оценить риски лизинговых проектов различных отраслей экономики, требующих специфического подхода;

- Консерватизм

Цели оценки рисков в компании подразумевают критический подход к анализу участников лизинговых проектов, что позволяет адекватно оценивать карту рисков и способов их минимизации при принятии окончательного решения относительно финансирования лизинговых проектов [2].

Цели оценки и управления рисками лизинговых услуг:

- при реализации лизинговых услуг свести к минимуму финансово-экономические потери;

- в условиях изменяющихся факторов внешней среды, обеспечить устойчивое развитие лизинговой компании путем оптимизации ее внутренней среды;

- обеспечить повышение качества лизингового портфеля;

- сохранить репутацию лизинговой компании как стабильного, надежного и высокоэффективного партнера.

Для достижения данных целей лизинговым компаниям необходимо создавать систему управления рисками, которые делятся на общие, связанные с финансово-хозяйственной деятельностью и специфические риски, связанные только с лизинговыми операциями.

С точки зрения общих рисков, на развитие лизинговой компании могут оказывать воздействие изменения, происходящие в экономической сфере страны. Значительные риски могут возникнуть при непрогнозируемом ухудшении финансового положения крупных лизингополучателей вследствие негативных макроэкономических изменений.

Специфическими рисками лизинговой компании считаются финансовые риски, связанные исключительно с лизинговой деятельностью, а также правовые, налоговые риски и риск невыполнения поставщиком договора поставки.

К методам снижения рисков в лизинговых компаниях относятся:

- установление кредитных лимитов на лизингополучателей и учет риска при формировании валовой лизинговой ставки;

- диверсификация заемных инструментов, соотнесение графиков их обслуживания с поступлением лизинговых платежей, устранение зависимости от ограниченного круга кредиторов;

- диверсификация рисков путем распределения инвестиционного портфеля между различными типами предметов лизинга либо путем создания дочерних лизинговых компаний, каждая из которых специализируется на определенном виде имущества;

- проведение периодического мониторинга состояния участников действующих лизинговых проектов и тенденций отраслей лизингополучателей, финансируемых предприятием, это служит отправной точкой для принятия ряда управленческих решений касательно изменения лимитов финансирования отдельных лизингополучателей и изменения целевой доли отдельных отраслей в лизинговом портфеле компании;

- использование различных механизмов обеспечения возврата инвестиционных средств (залог, аванс, банковская гарантия, аккредитив, разделение рисков с поручителями и страховыми компаниями)[1].

Риск-менеджмент в лизинговой компании позволяет проводить комплексную оценку участников лизингового проекта, с точки зрения рисков и вырабатывать оптимальные решения по их снижению. При принятии окончательного решения о финансировании лизингового проекта, одним из основных факторов являются рекомендации, выработанные в ходе применения системы управления рисками.

Эффективное управление рисками в лизинговой компании направлено на оценку рисков с учетом долгосрочного характера лизингового финансирования, предотвращение возникновения рисков ситуаций и на реализацию системы снижения негативных последствий в случае наступления рисков событий. Необходимо подчеркнуть обязательность интеграции системы управления рисками в структуру бизнес-процессов лизинговой компании.

Сегодня, банки стремятся работать с надежными заемщиками, сотрудничество с которыми не приведет к созданию больших резервов и падению норматива достаточности собственных средств (капитала) банка. По мнению экспертов, ожидается, что в скором времени банки предъявят лизинговым компаниям новые регулятивные требования, например, об обязательном наличии кредитного рейтинга. По мнению экспертов, ожидается повышение внимания лизинговых компаний к системе управления рисками и к своему финансовому состоянию, так рынок лизинговых услуг станет более безопасным (надежным) и более очевидным (понятным).

Использованные источники:

1. Газман В.Д. Лизинг: финансирование и секьюритизация / учебное пособие для вузов. - М: Издательский дом Высшей школы экономики, 2011. - 467 с.

2. Горшков М.С. Управление рисками лизинговых сделок // Аудит и финансовый анализ. – 3. – 2007.

Котков А.Р.

магистрант 1го курса ГМУ-1311

Российская академия Народного хозяйства и Государственной службы при Президенте Российской Федерации

НЕПОСРЕДСТВЕННЫЕ ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛНОМОЧИЙ В СФЕРЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ И МЕХАНИЗМЫ ДОСТИЖЕНИЯ УСТАНОВЛЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА В ПРАКТИКЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ РЯДА КРУПНЕЙШИХ ГОРОДОВ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Практическая значимость вопросов развития жилищно-коммунального хозяйства поселений, его оптимизации, в условиях экономического кризиса, галопирующего роста тарифов и одновременного снижения доходов населения имеет объективную актуальность.

Вместе с тем, практика публичного администрирования все больше отходит от рассмотрения ЖКХ в целом, так как, в сущности, жилищно-коммунальное хозяйство представляет из себя комплекс из десятков достаточно различных по своей технической и управленческой специфике отраслей экономики, обеспечивающий функционирование инфраструктуры поселений.

Пожалуй одной из важнейших подотраслей современного ЖКХ становится комплекс энергоснабжения со всем спектром традиционных компонентов.

Значимость энергообеспечения и энергоснабжения актуализируется и динамикой роста внутренних цен на энергоносители, и повышенной энергоемкостью экономик крупных городов, и ежегодно растущими затратами местных бюджетов на приобретение энергетических ресурсов.

Все вышесказанного создает экономические условия для интенсификации работ местных администраций по энергосбережению.

В связи с ограниченными финансовыми возможностями предприятий жилищно-коммунального комплекса и низкой платежеспособностью населения у местных властей зачастую отсутствует экономическая заинтересованность к реализации энергосберегающих мероприятий.

Последнее потребовало специального государственного вмешательства, поддержки и проявления федеральной инициативы.

С этой целью в 2009 году был принят Федеральный закон N 261-ФЗ "Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации", [1] урегулировавший отношения по энергосбережению и повышению энергетической эффективности с целью создания правовых,

экономических и организационных основ стимулирования энергосбережения и повышения энергетической эффективности.

Статьей 1 Федерального закона N 261-ФЗ *энергосбережение определено как реализация организационных, правовых, технических, технологических, экономических и иных мер, направленных на уменьшение объема используемых энергетических ресурсов при сохранении соответствующего полезного эффекта от их использования (в том числе объема произведенной продукции, выполненных работ, оказанных услуг).*

Под энергетической эффективностью, в легальном смысле, понимаются характеристики, отражающие отношение полезного эффекта от использования энергетических ресурсов к затратам энергетических ресурсов, произведенным в целях получения такого эффекта, применительно к продукции, технологическому процессу, юридическому лицу, индивидуальному предпринимателю.

Кроме того, названный федеральный закон *наделил органы местного самоуправления тремя новыми полномочиями:*

Во-первых, разработка и реализация муниципальной программы в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности;

Во-вторых, информационное обеспечение мероприятий по энергосбережению и повышению энергетической эффективности;

В-третьих, координация мероприятий по энергосбережению и повышению энергетической эффективности и контроль за их проведением муниципальными учреждениями, муниципальными унитарными предприятиями.

Часть 1 статьи 17 Федерального закона от 6 октября 2003 года N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", [2] посвященного перечню вопросов местного значения, была дополнена пунктом 8.2 следующего содержания: *«утверждение и реализация муниципальных программ в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности, организация проведения энергетического обследования многоквартирных домов, помещения в которых составляют муниципальный жилищный фонд в границах муниципального образования, организация и проведение иных мероприятий, предусмотренных законодательством об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности»*. [1]

Таким образом, федеральное Правительство и законодатель поставили перед органами местного самоуправления совершенно новый круг задачи.

Из реальной методической помощи можно, пожалуй, лишь упомянуть Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 17.02.2010 N 61 "Об утверждении примерного перечня мероприятий в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности, который может быть использован в целях разработки региональных, муниципальных программ в области энергосбережения и повышения энергетической

эффективности" [3] и Постановление Правительства России от 31.12.2009 N 1225 "О требованиях к региональным и муниципальным программам в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности". [4]

В остальных органах местного самоуправления предстояло выработать самостоятельную практику непосредственного муниципального управления местным энергохозяйством сообразно его масштабам и специфике.

В связи относительной новизной рассматриваемого управленческого феномена и недостаточным объемом реальной практики в науке муниципального управления еще не сложилось обобщенного и систематизированного представления о наиболее распространенных, правильных и эффективных формах и механизмах непосредственного регулирования вопросов обеспечения энергоэффективности и энергосбережения в современном городском хозяйстве.

Проведенное автором настоящей статьи исследование и анализ содержания документов стратегического планирования ряда крупнейших муниципальных образований региона проживания (Свердловской области) показал, что цели программ формулируются и как «повышение эффективности использования энергетических ресурсов жилищным фондом, муниципальными учреждениями» (Новоуральск), [5] и как «обеспечение рационального и эффективного использования энергетических ресурсов, сокращения аварийных ситуаций и повышения надежности электроснабжения за счет реализации энергосберегающих мероприятий» (Нижний Тагил), [6] и как «снижение объемов потребления электрической энергии, обеспечение энергобезопасности муниципального образования» (Екатеринбург) [7].

В общем случае заявленные цели достигаются посредством реализации следующих непосредственных мероприятий, работ и направлений деятельности уполномоченных субъектов муниципального энергетического хозяйствования:

- снижение объемов потребления энергетических ресурсов в жилищном фонде;
- тотальное обеспечение жилищного фонда оборудованием учета потребляемых энергетических ресурсов;
- экономическое стимулирование установки и использования предприятиями городов энергосберегающих технологий и оборудования высокого класса энергетической эффективности;
- модернизация, реконструкция и капитальный ремонт основных фондов энергомошностей;
- повышение уровня компетенции муниципальных служащих и работников муниципальных предприятий в вопросах эффективного использования энергетических ресурсов;
- снижение энергоемкости местных предприятий;
- систематическое энергетическое обследование объектов

коммунальной и транспортной инфраструктуры;

- комплексная разработка и реализация мероприятий по сбалансированному потреблению и снижению фактических потерь энергетических ресурсов;

- замена низкоэффективного оборудования ресурсоснабжающих муниципальных организаций на эффективное;

- повсеместная паспортизация и информатизация энергоинфраструктуры городов;

- пропаганда культуры энергосбережения среди населения и т.п.

К программируемым и ожидаемым результатам, по общему правилу, относится снижение удельного расхода энергетических ресурсов в учреждениях социальной сферы, снижение коммунальной платы для населения и муниципальных предприятий, снижение аварийности электросетей.

В заключение статьи, возвращаясь к выдвинутому в ее начале тезису о сложносоставной структуре комплекса жилищно-коммунального хозяйства города, автор считает возможным выдвинуть практическую рекомендацию в адрес законодательных (представительных) и исполнительных органов местного самоуправления при формировании документов стратегического планирования, об уходе от практики комплексных реализации ведомственных и целевых программ в пользу выделения крупнейших подотраслей ЖКХ в отдельные и самостоятельные направления.

Примером верной, по мнению автора настоящей статьи, с точки зрения наименования и структуры является муниципальная программа "Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на территории города Нижний Тагил на 2011 - 2015 годы и целевые установки до 2020 года" [5].

Обратным, неверным примером является муниципальная программа "Развитие жилищно-коммунального хозяйства и повышение энергетической эффективности в Новоуральском городском округе" на 2014 - 2018 годы" [6].

Представляется, что совершенствование юридической техники в обозначенном вопросе способно обеспечить заслуженно обособленное место сфере энергоэффективности не только в сознании местных чиновников, но и в реальной управленческой практике. Что, в конечном итоге, позволит преодолеть проблему роста потребности в дополнительных энергоресурсах, обеспечить энергетическую безопасность, сэкономить энергоресурсы, снизить уровень роста стоимости жилищно-коммунальных услуг, повысить устойчивость коммунальных систем за счет бесперебойного и энергоэффективного энергоснабжения территорий и поселений России.

Использованные источники:

1. Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 23.11.2009 N 261-ФЗ. Доступ из справ.-

правовой системы «КонсультантПлюс».

2. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

3. Об утверждении примерного перечня мероприятий в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности, который может быть использован в целях разработки региональных, муниципальных программ в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности: Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 17.02.2010 N 61. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

4. О требованиях к региональным и муниципальным программам в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности: Постановление Правительства Российской Федерации от 31.12.2009 N 1225. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

5. Об утверждении муниципальной программы "Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на территории города Нижний Тагил на 2011 - 2015 годы и целевые установки до 2020 года": Постановление Администрации города Нижний Тагил Свердловской области от 18 мая 2011 г. N 928. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

6. Об утверждении муниципальной программы "Развитие жилищно-коммунального хозяйства и повышение энергетической эффективности в Новоуральском городском округе" на 2014 - 2018 годы": Постановление Администрации Новоуральского городского округа от 30.12.2013 N 3357-а. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

7. Об утверждении Муниципальной программы "Энергоэффективный город" на 2014 - 2016 годы: Постановление Администрации г. Екатеринбурга от 12.11.2013 N 3849. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

*Кравченко М.А.
студент 4 курса*

*Третьякова А.С.
студент 4 курса*

факультет «Инженерно-экономический»

Беларусь, г. Минск

ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В данной статье рассматривается актуальная на сегодня тема, так как потребность руководства предприятий в построении системы стратегического управления на основе ССП обуславливает необходимость адаптации этого инструмента к особенностям таких организаций. Также рассматривается сущность данной системы, рассматриваются ее преимущества и недостатки, а также 4 перспективы в рамках ССП.

Ключевые слова: система сбалансированных показателей, нефинансовые цели, бизнес-процессы, потребители, исследование.

This article discusses a relevant topic for today, as the need of management of the enterprises in the construction of strategic management system on the basis of the balanced scorecard necessitates the adaptation of this instrument to the peculiarities of such organizations. Also examines the nature of this system, and discusses its advantages and disadvantages, as well as 4 prospects for the MTSP.

Key words: balanced scorecard, non-financial objectives, business processes, customers, research.

До сих пор среди большинства руководителей предприятий преобладает идеология «сегодняшнего дня», то есть, когда стратегическое планирование отсутствует, руководство удовлетворено текущим финансовым положением, заказы поступают регулярно [1, с. 153]. Следовательно, возникает разрыв между стратегическим и оперативным уровнями управления организации. В настоящее время в условиях динамично развивающейся бизнес-среды подобная практика может привести к нежелательным последствиям, а компаниям необходимо уметь быстро адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, превосходить своих конкурентов по качеству, скорости предоставления услуг, широте ассортимента и цене продукции.

При ужесточении конкуренции, нестабильной экономической и политической ситуации появляется необходимость стратегического планирования и контроллинга. Получение прибыли уже не является первостепенной задачей предприятия [2, с. 197]. На первое место выходят нефинансовые цели: завоевание рынка, обеспечение конкурентных преимуществ, удержание клиентов и привлечение новых, создание высокой ценности для потребителя и репутации надежного партнера. Оценить уровень достижения этих целей и выявить новые потенциалы успеха позволяет концепция Balanced Scorecard [3].

Суть ССП заключается в формулировании стратегии в нескольких перспективах, постановке стратегических целей и измерении степени достижения данных целей при помощи показателей. Слово «сбалансированный» (Balanced) в названии методологии означает одинаковую важность всех показателей и предполагает сбалансированность следующего: во-первых, ориентация на краткосрочные цели и отражающие их показатели должна быть сбалансирована вниманием к долгосрочным целям, во-вторых, внешние оценки деятельности компании (в финансовой и клиентской составляющих) балансируются внутренними (в составляющих внутренних бизнес-процессов и инноваций и обучения). Далее, опережающие индикаторы, отражающие желаемые результаты и факторы, которые влияют на их достижение, должны рассматриваться наряду с запаздывающими

индикаторами уже произошедших событий. И наконец, в системе присутствуют как объективные (например, финансовые), так и субъективные оценки [4, с. 66].

Основное преимущество ССП состоит в том, что она пронизывает всю структуру предприятия и инициирует согласованные оперативные действия персонала, направленные на реализацию стратегии. Вся информация, связанная со стратегическими целями, доступна сотрудникам всех уровней.

К недостаткам BSC традиционно относят трудность выявления адекватных ключевых показателей, внедрение стратегии «сверху вниз», игнорирование внешних по отношению к фирме условий (конкуренция, политическая конъюнктура, технологический прогресс и т. п.). [3]

Таким образом, ССП – это система стратегического управления компанией на основе измерения и оценки ее эффективности по набору оптимально подобранных показателей, отражающих все аспекты деятельности организации, как финансовые, так и нефинансовые.

Сбалансированная система показателей была разработана на основе исследования, проведенного в 1990 г. профессорами Гарвардской школы экономики Робертом Капланом и президентом консалтинговой фирмы Renaissance Solutions Дэвидом Нортоном [5].

Роберт Каплан и Дейвид Нортон определили четыре перспективы, являющиеся основными группами стратегических целей, достижение которых оценивается ключевыми показателями:

- 1) финансовая перспектива, рассматривающая эффективность деятельности компании с точки зрения отдачи на вложенный капитал;
- 2) клиентская: оценка полезности товаров и услуг компаний с точки зрения конечных потребителей;
- 3) внутренняя операционная эффективность, оценивающая эффективность внутренней организации бизнес-процессов;
- 4) обучения и развития, т. е. способность организации к восприятию новых идей, ее гибкость, ориентация на постоянные улучшения [6].

Таким образом, что с помощью метода оценки эффективности деятельности организации – сбалансированной системы показателей – компании могут количественно оценить свои наиважнейшие нематериальные активы – людей, информацию, культуру.

Использованные источники:

1. Контроллинг как инструмент управления предприятием/ Е.А. Ананькина, С.В. Данилочкин, Н.Г. Данилочкина и др.; Под ред. Н.Г. Данилочкиной. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 279 с.
2. Контроллинг в бизнесе: Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях/ А.М. Карминский, Н.И. Оленев, А.Г. Примаков, С.Г. Фалько. – 2-е изд. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 256 с.
3. Арнонова Л. Balanced Scorecard – мировые стандарты и российский опыт.

Intelligent enterprise, 2003, No. 5 (70), 5. <http://www.iemag.ru/master-class/detail.php?ID=15679>

4. Баранов И.Н. Оценка деятельности организаций: подход Р.Каплана и Д.Нортонa. Хрестоматия: Сбалансированная система показателей. Российский журнал менеджмента, 2004, № 3, с. 63-70

5. Лоцилина И. Сбалансированная система показателей как инструмент разработки стратегии. «BYTE/Россия», 2007, №9 (107). http://www.bytemag.ru/articles/detail.php?ID=6893&spphrase_id=3693821

6. Кащеев Р. Balanced Scorecard: новое заклинание или стратегия управления? «Управление компанией». http://www.cfin.ru/management/controlling/bsc_spell.shtml.

Кравченко М.А.
магистрант, 1 курс, гр. ИМЗМО 11
факультет «Инновационный бизнес и менеджмент»
Угримова С.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Экономика и менеджмент»
Донской государственной технической университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ КОНЦЕПЦИИ СИСТЕМЫ ПЕРСОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Аннотация: В данной статье рассматриваются характерные черты формирования концепции персонального мотивирования персонала в коммерческих организациях. Показана значимость данной проблемы. Установлены рубежи деятельности управляющего согласно формированию концепции индивидуального мотивирования работников.

Ключевые слова: мотивация, персонал, организация, система мотивации.

Abstract: This article discusses the characteristic features of the formation of the concept of motivation of staff in commercial organizations. The importance of this problem. Set the borders of the control activities according to the formation of the concept of motivating employees.

Key words: motivation, personnel, organization, motivation system.

Любой успешный бизнес обеспечивается тремя факторами — прибыль, персонал, продукт.

Обеспечение достижения финансового эффекта – вот цель разработки системы мотивации персонала. Успех бизнеса зависит от эффективной работы сотрудников. Об этом, то, что «кадры решают все» [1], заявлял ещё Иосиф Виссарионович Сталин в 1935 году. Прошло достаточно много времени, но это утверждение не только никак не утратило своей актуальности, а даже наоборот, является одним из наиболее цитируемых выражений настоящего времени. Я считаю, что нужно немного усовершенствовать это утверждение,

добавив, что «только лишь высокомотивированные кадры разрешают все без исключения».

В случае, если штат компании имеет достаточную мотивацию к труду, то любая работа проходит высококачественно и быстро, а в случае если отсутствует мотивация — то работа, как правило, проходит неэффективно. Характерным примером вышесказанного могут служить государственные организации, где не выполняется целесообразная работа по мотивации сотрудников, вследствие этого в данных организациях работа осуществляется по принципу: «Я должен сделать какой-то минимальный объем возложенных на меня задач, но не более того». В коммерческих организациях, где так же не налажена работа по мотивации сотрудников, имеет место факт выполнения работы в минимальном количестве, а дополнительную работу согласны выполнить только при дополнительной оплате.

Коммерческая компания в конкретный период собственного развития может столкнуться с одной из данных ситуаций:

- 1) персонал опаздывает на работу;
- 2) имеют место случаи, когда вместо выполняемой работы, сотрудники отсиживаются с социальных сетях в сети интернет;
- 3) сотрудники задерживаются с обеденного перерыва;
- 4) у работников постоянно плохое настроение и безразличие;
- 5) сотрудники не выполняют в срок порученные им проекты и др.

Если в организации выявлена одна из этих вышеперечисленных проблем, то виной всему низкая мотивированность сотрудников. При этом нужно понимать, что общество никак не является пассивным от природы и не мешает достижению целей организации. Оно стало таким в результате работы в организации.

Результаты могут стать досадными для организаций. Невысокая мотивация персонала приведет к невыполнению планов работы, что создаст следующие трудности: конкуренты займут места на рынке, упадет прибыль организации, уменьшится заработная оплата сотрудников, возникнет значительная текучесть сотрудников. В результате компания может оказаться на грани банкротства или ликвидации. Решением этих задач может стать создание и введение персональной концепции мотивирования персонала.

Но в основной массе российских компаний концепции мотивированности работников никак не уделяют надлежащего внимания.

Тем не менее, усилия многих управляющих организаций по мотивированию собственных работников являются непрофессиональными, что обуславливают неэффективность внедряемых ими систем мотивации.

В их управленческих решениях иногда сложно найти простую логику и системность. Подобные руководители то с завидной регулярностью начинают внедрять разнообразные мотивирующие факторы, то пускают все на самотек.

Работники таких компаний в большинстве случаев не понимают, за что им даются бонусы или премия, полагая, что они должны получать так

постоянно.

Рано или поздно руководители данных организаций делают вывод, что мотивирование персонала практически не приносит результатов. В итоге, план работы не выполняется, потеря рыночных мест, падает прибыль организации, уменьшается заработная оплата сотрудников, повышается текучесть кадров, наступает угроза банкротства... И все это без исключения снижает конкурентоспособность предприятия в целом, а менеджер по персоналу сталкивается с проблемой снижения конкурентоспособности организации в части кадрового потенциала.

После вышесказанного, можно процитировать цитату Роберта Саттона: «По большей части сотрудники уходят не из компании, а от начальника» [1].

Найти решение этой задачи можно, лишь разработав эффективную систему мотивации.

Абсолютно всем известно, что мотивация — побуждение к действию. Считается, что в основе любого поведения лежит мотивация, за исключением деятельности, основанной в безусловных рефлексках.

В соответствии с этим, решение проблемы мотивации персонала стоит начинать с ответа на важный вопрос: «Во что в первую очередь нужно мотивировать сотрудников, к каким действиям побуждать?».

Малоэффективно мгновенно выделять большое количество проблем по мотивации работников. Прежде чем ставить задачу, необходимо проанализировать последствия.

Можно воспользоваться одним из 3-х вариантов:

- 1-ый — постановка общих задач для работников,
- 2-ой — постановка задач для определенных групп работников,
- 3-ий — постановка задач для каждого работника отдельно.

Но любой руководитель обязан осознавать, что один и тот же способ мотивации способен являться результативным для одного сотрудника и проявить нейтральное либо демотивирующее влияние на другого сотрудника.

Для того чтобы исключить подобных отрицательных результатов руководители организации обязаны осуществлять специальные исследования с целью определения социально-психологического портрета сотрудника. Для этого существуют как универсальные тесты, опросники, методики, так и возможно разработать персональную методику с учетом особенности деятельности организации. По результатам выполнения таких исследований становится понятно, каким группам сотрудников, тот или иной тип мотивации может быть наиболее результативен.

Известно, что мотивация бывает 4-х основных типов: моральная, материальная, профессиональная и карьерная.

К сожалению, современные специалисты кадровых служб несправедливо недооценивают значимость и роль нематериальной мотивации в единой системе мотивации персонала.

Но нематериальная мотивация обладает огромным значением и не

требует больших экономических расходов. Значимым методом нематериальной мотивации персонала считается формирование подобных обстоятельств в организации, при которых люди имели возможность добиваться личных целей только лишь при направлении собственных усилий на достижение целей организации. Для этого следует четко понимать, какие цели ставят перед собой сотрудники организации, какие имеют потребности.

Этот тип мотивации считается крайне результативным, т. к. невозможно мотивировать людей общими программами. Мотивирующие факторы обязаны являться исключительно личными. К примеру, один из работников нацелен на карьерный рост в организации. Можно предложить этому сотруднику повышение по службе на конкретных условиях — трудовой стаж в организации, заключение значимых договоров, и т. д.

Работник хочет увеличения заработной платы. В данном случае можно предоставить ему это с условием сдельной формы оплаты труда. Организация достигнет до основной цели — повышения объема продаж и доходы организации, а работник — увеличения заработной платы.

Последний пример мотивации персонала является основой материальной мотивации. Согласно идее материальной мотивации, люди работают для удовлетворения своих финансовых потребностей.

Материальная мотивация разделяется на два вида — вещественно-валютная и вещественно-не денежная. К первой относится увеличение заработной платы, премии, 13-ая заработная плата и т. д. К другому виду относится, к примеру, оплата топлива либо проезда, путевки, подарки и т. д., т. е. все то, на что организация расходует средства, но работник получает не денежные средства, а материальные ценности в виде материальной выгоды. При этом следует осознавать, что не все методы финансового поощрения имеют все шансы оказать мотивационное влияние в работников. Один из наиболее известных и результативных методов финансового поощрения считается премия.

Есть ряд ключевых положений о премиях, которые никак не затрагивают специфику организации и считаются универсальными. Ими должен придерживаться менеджер при введении методов финансовой мотивации:

1) премии никак не должны быть едиными и распространенными, так как их станут принимать как часть обыкновенной зарплаты, т. е. премия непременно обязана быть за что-то и никак не всем сразу;

2) обязан быть четкий и точный критерий начисления премии. К примеру, премию получают только лишь те, кто смог повысить реализацию продукции, подписал контракты, привлек новых покупателей и т. д. То есть сотрудники должны понимать, что в зависимости от их достижений начисляется премия.

3) сотрудник обязан приносить организации больше прибыли, чем он получит в премии. Для этого следует рассчитать финансовую выгоду с

введения того или иного мотивирующего условия в расчете на одного сотрудника.

При этом вернее вознаграждать подчиненных в минимальных размерах, однако чаще.

Цель руководителя, в случае использования персональной материальной мотивации, состоит в разработке премиальной схемы выплат за качество выполнения поставленных задач, скорость выполнения, производительность и т. д.

Ещё одним типом материальной мотивации считается мотивирование согласно итогам рейтинга сотрудников.

Рейтинг сотрудников — подобен рейтинговой системе обучения, т.е. высшую оценку получит тот студент, который проявит себя лучше.

Рейтинг сотрудников можно подсчитывать один раз в месяц, квартал, год и т. д. Для этого следует правильно разработать критерии для рейтинговой формы поощрения.

Таким образом, правильное сочетание представленных выше нематериальным и материальных факторов— основа решения постоянной проблемы невысокой мотивации персонала.

Наиболее популярными мотивирующими факторами считаются: увеличение заработной платы, бесплатный обед, одобрение, продвижение по карьерной лестнице, скидки на продукцию организации, 13-ая заработная плата, обучение работников за счет организации, осуществление тренингов, служебный автомобиль, оплата топлива либо проезда, отдых, совместный отдых, корпоративы и т. д.

Также имеет место концепция мотивации согласно А. Маслоу (пирамида потребностей), концепция мотивации доктора Шейка (8 основных ценностей в работе сотрудников), двухфакторная концепция мотивации Герцберга и многие другие. Данные концепции в чем-то похожи и перекликаются друг с другом.

Но следует осознавать, что каждая из перечисленных выше концепций не считается универсальной. А так как любая организация индивидуальна, то в таком случае есть значительная вероятность, что применение тот или иной концепции будет малоэффективным.

Любой руководитель обязан осознавать, что один и тот же способ мотивации может являться результативным для одного сотрудника и проявить демотивирующее воздействие на другого.

Но главное не то, какие мотивирующие условия применять, главное — воспользоваться абсолютно всеми видами мотивации и совершать это в общей концепции, т. е. правильно разработать данную концепцию, а затем ввести и поддерживать.

Однако, многие руководители организаций в случае внедрения каких либо факторов мотивации, делают это не системно. Мало кто четко понимает, какие мотивирующие условия и когда станет вводить, мало у кого есть точный

план введения мотивирующих условий. Кроме того следует рассчитать расходы на введение концепции мотивации персонала и финансовую целесообразность от введения этой концепции.

Отсутствие конкретно выработанной концепции мотивации персонала приводит к демотивации работников.

Для того чтобы исключить отрицательные результаты, руководители организаций должны проводить специальные исследования с целью определения социально-психологического портрета сотрудника.

Сведения исследований предпочтительно осуществлять довольно регулярно (раз в три месяца), так как в каждой организации неминуемо совершается ротация сотрудников, изменяются предпочтения сотрудников и др. [3]

Согласно итогам выполнения подобных исследований становится понятно, каким группам сотрудников тот или иной тип мотивации может быть наиболее результативен.

При отборе мотивирующих условий следует также принимать во внимание виды организационной структуры.

В целях определения ответа на проблему, выстроена ли у их концепция мотивации персонала, они могут ответить на следующие вопросы:

1. Поставлены ли задачи мотивации сотрудников?
2. Проведены ли исследования с целью определения наиболее результативных мотивирующих условий для разных групп сотрудников или конкретных специалистов?
3. Спланировано ли в организации, какие мотивирующие условия будут вводиться завтра, послезавтра, через неделю, месяц, год?
4. Какая сумма заложена в бюджете организации на мотивацию персонала, и имеется ли вообще подобная строка расходов в организации?
5. Рассчитано ли, какая финансовая выгода будет получена от введения любого из мотивирующего условия в расчете на одного сотрудника?

В случае если на большую часть перечисленных выше проблем руководители организаций дадут положительный ответ, то в таком случае можно рассуждать о том, что их организация приближена к построению персональной концепции мотивации персонала. В случае если большая часть ответов отрицательны, в таком случае, действия согласно мотивации персонала носят бессистемный характер.

Для того чтобы привести действия согласно мотивации персонала в общую концепцию, следует осуществить ряд следующих условий:

1. Определить проблемы, которые могут возникнуть в организации из-за невысокой мотивации персонала.
2. Принимая во внимание итоги предыдущего пункта, определить задачи мотивации, т. е. зачем и на что мотивировать работников.
3. Осуществить социально-психологические исследования с целью установления более результативных и применимых мотивирующих условий

для любой категории сотрудников.

4. Принимая во внимание итоги предыдущего пункта, создать концепцию мотивации персонала: подобрать инструментарий (мотивирующие условия), установить цикличность и очередность введения каждого мотивирующего условия.

5. Рассчитать расходы на введение концепции мотивации персонала и финансовую рациональность от введения этой концепции (в расчете на одного сотрудника).

6. Ввести концепцию мотивации персонала — поэтапное и последовательное введение предварительно разработанных мотивирующих условий.

7. Изучить финансовую выгоду от введения концепции мотивации персонала.

С учетом перечисленного выше рекомендаций концепций мотивации персонала будет разработана в соответствии с отличительными чертами деятельности организации, объемами организации, экономическими возможностями организации и т. д. Иными словами, разработанная концепция станет исключительно персональной, а, следовательно, наиболее успешной.

Но имеется один фактор, который способен негативно повлиять все без исключения усилия руководителя по мотивации персонала. Данным фактором считается заработная оплата. Для того чтобы заработная оплата никак не считалась демотивирующим фактором, следует устранить перекося в объемах оплаты труда и создать премиальную схему мотивации работников. Кроме того следует не забывать, что мотивация эффективна, в случае если между работниками и руководителем имеется доверие и если деятельность организована таким образом, чтобы работник был занят её исполнением, а никак не устранением преград, препятствующих к ней приступить.

Таким образом, принимая во внимание вышеизложенные рекомендации, можно начинать введение разработанной персональной концепции мотивации персонала. При этом следует довольно постоянно (раз в два месяца) систематически формулировать результативность от её введения, проводя опросы работников с применением анонимных анкет. [3]

Полученные результаты предпочтительно рассматривать в динамике, для того, чтобы дать оценку, как те или другие управленческие решения принимаются персоналом.

Итак, обозначим главные шаги руководителя по формированию концепции мотивации персонала:

1. Определить управленческие проблемы, которые появляются в организации из-за невысокой мотивации персонала.

2. Установить узкие места в системе мотивации, т. е. определить, на что или же зачем вы мотивируете собственных работников.

3. Осуществить специальные социально-психологические исследования с целью установления более результативных и применимых

мотивирующих условий для любой категории сотрудников.

4. Создать концепцию мотивации персонала: подобрать инструментарий (мотивирующие условия), установить цикличность и очередность введения мотивирующих условий.

5. Рассчитать расходы на введение концепции личной мотивации персонала и финансовую рациональность от введения этой концепции.

6. Ввести концепцию личной мотивации персонала.

7. Рассчитать финансовую выгоду от введения концепции личной мотивации персонала.

Отметим, что процесс создания системы мотивации, учитывающую все потребности и ценности сотрудников, будет обречен на провал из-за своей трудоемкости и громоздкости. Поэтому следует принимать во внимание только те мотиваторы, которые имеют наибольшее значение для персонала данной коммерческой организации.

Таким образом, все вышеперечисленное, на первый взгляд, кажется очень простым, но в каждом из этих пунктов есть свои особенности, знание которых позволит правильно разработать систему мотивации персонала и, наоборот, незнание этих особенностей может привести к бесполезной и бессмысленной работе.

Использованные источники:

1. Бизнес-цитатник [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.business-citation.ru/>.
2. Евплова Е.В. Разработка системы мотивации персонала. Вестник экономики, управления и права. Изд-во ППИ ЧГПУ, 2015г.
3. Исаева О. А. Некоронованные короли мирового бизнеса / О. А. Исаева. — М.: АСТ: Астрель: Хранитель, 2011. — 351 с.

*Кравченко М.А.
студент 4 курса*

*Петруша М.А.
студент 4 курса*

*факультет «Инженерно-экономический»
Беларусь, г. Минск*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ОТДЕЛА ПРОДАЖ

В статье исследована сущность отдела продаж, изучены вопросы того, как наладить работу данного отдела, вопросы обучения и повышения квалификации основных элементов системы сбыта продукции, а также приведен личный пример. Особое внимание уделяется сегментации сотрудников в пределах отдела продаж.

Ключевые слова: отдел продаж, сегментация, эффективность, автоматизация, CRM-система.

The article studies the essence of the sales Department, the question of how

to organize the work of the Department, the training and qualification of the main elements of the product selling system, and provides a personal example. Special attention is paid to segmentation of employees within the sales Department.

Keywords: sales, segmentation, efficiency, automation, CRM-system.

Отдел продаж – важное звено любого бизнеса. От него зависит заработок компании. Некоторые предприниматели считают, что эта работа – лишь разговор по подготовленному заранее скрипту. Справедливо это только в отношении менеджеров, которые делают холодные звонки. Специалиста, который будет заключать серьезные сделки и приносить высокие доходы компании, найти не так легко. Даже наняв таких экспертов, можно быстро лишиться приятных цифр статистики, если не наладить работу отдела.

Работа менеджера по продажам – одна из самых сложных и высокооплачиваемых, если специалист приносит фирме доходы. Руководители часто не видят угроз для отдела продаж, регулируя только месячные нормы и направление работы. Эксперты видят угрозу в таком подходе по нескольким причинам:

1. Стрессовые нагрузки – особенно проблема актуальна для менеджеров, которые делают «холодные» звонки. Они чаще остальных получают отказы, часто – в грубой форме. Без мотивационной составляющей работы сложно получить хороший результат от такого сотрудника.

2. Выгорание – из-за монотонности работы, отсутствия процесса обучения и расширения горизонтов менеджер теряет заинтересованность, и его результаты падают. Без усложнения задач и параллельного повышения квалификации такой менеджер не сможет показывать прежние, а тем более – высокие результаты.

3. Падение эффективности – отсутствие автоматизации в работе отдела продаж приводит к дополнительным затратам времени сотрудников. Без внедрения CRM, интеграции с телефонией и сбора данных от потенциальных и текущих клиентов компания теряет потенциальную прибыль [1].

Как наладить работу отдела продаж?

Идей и подходов в организации работы отдела продаж – сотни или даже тысячи. Задача руководителя – наладить все процессы с максимальной пользой для компании и учесть долгосрочную перспективу. Опытные руководители и предприниматели дают разные советы на этот счет.

Сегментация сотрудников в пределах отдела продаж.

Некоторые эксперты в области продаж рекомендуют делать сегментацию сотрудников. Суть этой методики заключается в распределении обязанностей и направлений между разными менеджерами. Отдельный сотрудник генерирует лиды, совершая «холодные» звонки. Другой специалист – обрабатывает эти лиды, чтобы превратить их в текущих клиентов. Третий, более опытный и квалифицированный, ведет работу с

текущими клиентами. Такой подход позволяет избежать потенциальных угроз. Особенно эффективно эта схема работает, если применять все возможности CRM: вести учет по всем сделкам, собирать статистику по звонкам, клиентам и т.д.

Обучение и повышение квалификации.

Нет менеджеров по продажам, которым известно все и которым некуда «расти». Обучение и повышение квалификации может быть полноценным элементом развития сотрудников внутри компании. Исследования неоднократно показывали, что вложение в собственных сотрудников – выгодная для компании инвестиция. Мастер-классы от ведущих продавцов, тренинги, организованные руководителями, прохождение специальных курсов дают реальную пользу в работе менеджера по продажам [2].

Кроме повышения эффективности работы отдельных сотрудников, можно избежать угрозы «выгорания» и снизить стрессовые нагрузки. Тренинги и обучающие программы необходимо распределять с учетом недельных и месячных планов сотрудников, чтобы они помогали, а не мешали их реализации. Помимо самих продаж, имеет смысл обучать сотрудников корпоративной культуре, психологии взаимоотношений, тайм-менеджменту, стрессоустойчивости.

Личный пример.

Нередко руководители отказываются от какой-либо прямой деятельности, выполняя лишь роль «командира». В таком отделе продаж сотрудникам будет сложно стремиться к повышению эффективности своей работы. Единственным существенным фактором сможет стать только денежное вознаграждение. Практика показывает, что личный пример руководителя, директора или старшего менеджера по продажам работает более эффективно.

Когда руководитель идет «на передовую», помогает заключить важную сделку и личным примером показывает, что можно справляться с поставленными задачами даже во времени кризиса, сотрудники работают эффективнее. Внутренняя мотивация достойна внимания на тренингах и мастер-классах, но внешним источником должно выступать именно руководство.

Подобный подход помогает и в случае нововведений в работе отдела продаж. То же внедрение новой телефонии, переход от таблиц Excel к полноценной CRM, изменение в отчетности будут проходить более гладко и быстро, если руководитель сам примет активное участие и поможет сотрудникам освоить новые инструменты [3].

Внедрение новых инструментов.

Автоматизация работы отдела продаж заслуживает отдельных статей и даже книг. Предприниматели СНГ уже успели ощутить эффективность использования CRM-систем. Возможности автоматизации и интеграции этого

программного обеспечения практически не ограничены. Многие, однако, не понимают, какой от этого прок для бизнеса и отдела продаж.

Интеграция CRM-системы с телефонией, складом, сайтом и т.д. позволяет менеджерам по продажам работать более быстро и эффективно. Программное обеспечение избавит их от необходимости копаться с в десятках таблиц за разные периоды, путаться в лидах, тратить время на уточнение даты последнего общения с клиентом. Зарубежные и отечественные кейсы показывают, что после внедрения и обучения работе с CRM, многие компании (B2B и B2C) смогли увеличить продажи в 2-5 раз.

Главный нюанс – помимо внедрения CRM в бизнес-процессы компании, нужно провести полноценное обучение отдела продаж использовать эти возможности для личной пользы и развития компании. Если просто внедрить инструмент и не научить им пользоваться, сотрудники будут испытывать дискомфорт и допускать ошибки, которые мешают сначала им, а потом и компании [4].

Использовать эти методики можно как по отдельности, так и все вместе. Главное – полноценно продумать стратегию внедрения в отдел продаж, учитывая перспективы развития компании. Если выделить время и ресурсы на эти изменения, можно существенно повысить продажи и эффективность отдельных менеджеров и всего отдела.

Использованные источники:

1. Голубин Е.В. Дистрибуция. Формирование и оптимизация каналов сбыта. - М.: Вершина, 2006.
2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф., Основы менеджмента,: Пер. с англ. - М.: Дело, 2002.
3. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли: Учебник для студентов высших учебных заведений. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Дашков и К, 2003.
4. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность. /Ф.Г. Панкратов, Т.К. Серегина. - М., 1998.

Крит В.Н.

магистрант 1 курса

факультет банковского дела

УО «Полесский государственный университет»

Республика Беларусь, г. Пинск

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ АВТОМАТИЗАЦИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье рассматриваются аспекты банковского риск-менеджмента, организация системы управления рисками в банках. Ввиду непрерывного развития информационных технологий в банковской сфере возникает необходимость в автоматизации системы управления рисками в Республике Беларусь. В данной статье рассмотрены некоторые проблемы внедрения

АСУР в систему риск-менеджмента, пути их преодоления и перспективы ее развития на основании нормативных правовых актов Республики Беларусь.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: БАНКОВСКОЕ ДЕЛО, РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ, СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БАНКАХ, АВТОМАТИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ

*Polesie State University
Krit Vladislav Nikolaevich
Master student
1 course, The Faculty of Banking
Belarus, Pinsk*

PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE AUTOMATIZATION OF THE SYSTEM OF RISK MANAGEMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS

This article discusses aspects of banking risk management, the organization of risk management systems in banks. Due to the continuous development of information technology in the banking sector there is a need to automate the risk management system in the Republic of Belarus. This article describes some problems in the implementation of ARMS risk management, ways to overcome them and the prospects of its development on the basis of regulations of the Republic of Belarus.

KEYWORDS: BANKING, RISK MANAGEMENT, RISK MANAGEMENT SYSTEM, INFORMATION TECHNOLOGIES IN BANKS, AUTOMATIZATION OF THE SYSTEM OF RISK MANAGEMENT

Осуществление банками кредитных, депозитных, расчетно-кассовых, валютных и других операций неумолимо влечет за собой появление широкого спектра рисков. В связи с этим управление рисками является одним из важнейших направлений финансового менеджмента, а контроль рисков – одним из основных источников поддержания устойчивости и эффективности функционирования любого банка страны.

Система управления рисками основана на целом комплексе мер, которые интегрированы в организационные структуры банков, бизнес-процессы, осуществляемые банками, а также в совокупность локальных нормативных правовых актов, определяющих должностные полномочия и ответственность менеджеров банка всех уровней, коллегиальных органов, а также процессы управления рисками.

Понятие «риск» встречается в обиходе многих общественных и естественных наук, при этом каждая из них имеет собственные цели и методы исследования риска. По словам Печаловой М.Ю., отраженным в журнале «Менеджмент в России и за рубежом», специфика экономического аспекта риска связана с тем, что риск, несмотря на ожидаемый финансовый выигрыш, отождествляется с возможным материальным ущербом, вызванным

реализацией выбранного хозяйственного, организационного или технического решения, и/или неблагоприятным воздействием окружающей среды, включающим изменение рыночных условий, форс-мажорные обстоятельства и так далее. Такая трактовка риска в банковской сфере вполне оправдана, поскольку, выполняя функции финансовых посредников в экономической системе, коммерческие банки покрывают львиную долю своих потребностей в денежных ресурсах за счет привлеченных средств. Для того чтобы формировать пассивы путем заимствования, банки должны обладать высокой степенью надежности и общественным доверием. Общество же, в свою очередь, склонно доверять свои временно свободные денежные средства тем финансовым посредникам, которые демонстрируют стабильную прибыль и минимальные потери. Таким образом, для банка риск представляет собой вероятность потерь и тесно связан с нестабильностью банковского дохода [1].

Из вышесказанного следует, что организация системы риск-менеджмента преследует цели минимизации потерь и максимизации прибыли через повышение эффективности работы банка в данном направлении. Ввиду нестабильной экономической среды, ввиду неполной, а иногда и некорректной информации о контрагентах, получаемой банком в процессе предоставления своих продуктов, а также ввиду непрерывного развития информационных технологий в общем и в банковской сфере в частности возникает необходимость в организации и модернизации систем риск-менеджмента, функционирование которых становится не только важным, но необходимым элементом для достижения целей, указанных ранее. Главным способом решения данных проблем является автоматизация системы управления рисками.

Национальным банком Республики Беларусь была возложена ответственность за создание ряда нормативных правовых актов в данной области на ОАО «Центр банковских технологий». Так появилась Концепция автоматизации управления рисками банковской деятельности в Республике Беларусь, которая была утверждена Постановлением Совета директоров Национального банка Республики Беларусь от 30.06.2008 № 204 и реализация которой призвана обеспечить повышение конкурентоспособности банковского сектора Республики Беларусь, стабильности его функционирования.

Так, данным документом подчеркивается необходимость внедрения данной системы в деятельность банков. Однако также подчеркивается ряд факторов, сдерживающих развитие АСУР и ее внедрения в работу банка:

1. отсутствие значимого практического опыта в данной сфере;
2. отсутствием апробированных на белорусском рынке программных продуктов, позволяющих комплексно автоматизировать процесс управления рисками, и высоким уровнем затрат для создания или приобретения специализированного программного продукта;

3. недостаточность усилий, предпринимаемых банками в области формирования систем управления рисками, организации данных процессов;
4. принятие внутренних нормативных актов по управлению рисками зачастую не подкрепляется выстраиванием последовательного, функционирующего на практике процесса;
5. недостаточное применение при создании систем управления рисками соответствующих программных продуктов;
6. отсутствие необходимого финансирования и кадрового обеспечения [2].

Концепция автоматизации управления рисками банковской деятельности предусматривает пути преодоления данных препятствий. Так, Национальный банк подчеркивает необходимость индивидуализации подходов, обеспечивающих создание систем, адекватных принимаемым рискам. Наряду с этим требует совершенствования организация взаимодействия между внутренним аудитом, осуществляющим контроль за системами управления рисками, риск-менеджерами и топ-менеджментом банков на основе оперативного обмена информацией достаточного содержания, что позволит совместно принимать необходимые управленческие решения в кратчайшие сроки.

Создание централизованной модели на базе ОАО «Центр банковских технологий» видится Национальным банком Республики Беларусь решением проблемы внедрения автоматизированной системы управления рисками. В централизованной модели Национальный банк выступает в качестве владельца АСУР и, соответственно, несет затраты по приобретению программно-технического комплекса и его последующему обслуживанию, а также получает доходы за предоставляемые ресурсы АСУР. ЦБТ выступает в качестве оператора АСУР, оказывающего услуги Национальному банку и банкам по сопровождению АСУР.

Такая модель, основанная на централизованном программно-техническом комплексе, включающем возможность сбора данных на уровне показателей, предполагает возможность использования Национальным банком и банками единого комплексного решения по автоматизации управления рисками. Вместе с тем, учитывая отличия в решаемых задачах, соответствующие модули АСУР для Национального банка и банков будут автономны в операционном смысле и обладать необходимой спецификой [2]. При этом Национальный банк Республики Беларусь получает возможность обеспечения стабильности функционирования банков на основе формирования банками современных и эффективных систем управления рисками, а также повышение эффективности банковского надзора. В то же время банки Беларуси получают современную и эффективную систему управления рисками, обеспечивающую снижение вероятности возникновения недопустимых потерь в результате осуществления банком своей деятельности, на основе соответствующих программно-технических

решений, определяющих функционирование процесса управления рисками.

Таким образом, внедрение автоматизированной системы управления рисками положительно отразится на деятельности всех банков страны, а также на деятельности Национального банка Республики Беларусь как регулятора деятельности банковской деятельности страны, помогая достичь максимизацию прибыли для первых и повышение конкурентоспособности банковской системы Беларуси для Национального банка.

Использованные источники:

1. Печалова М.Ю. Организация риск-менеджмента в коммерческих банках. / Журнал "Менеджмент в России и за рубежом" № 1/2001. – Издательство «Финпресс», РФ, г. Москва. – 2015 г.
2. Концепция автоматизации управления рисками банковской деятельности в Республике Беларусь, утвержденная Постановлением Совета Директоров НБ РБ от 30.06.2008 г. № 204.

Кропачева А.Е.

студент гр. БЭс-143 2 курс

Мирошниченко Т.Е.

студент гр. БЭс-143 2 курс

Овчинникова И.В.

научный руководитель, старший преподаватель

СПД

Россия, г. Кемерово

**БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЕГО МЕСТО В РЫНОЧНОЙ
ЭКОНОМИКЕ**

Аннотация: данная статья посвящена бухгалтерскому учету и его месту в рыночной экономике

Ключевые слова: бухгалтерский учет, хозяйственный учет

Перемены, произошедшие в нашей стране, интеграция России в мировую экономику свидетельствуют о необходимости и неизбежности реформирования российской системы бухгалтерского учета и ее приближения к международным стандартам.

На разных этапах экономического развития СССР, РСФСР и современной российской Федерации по отношению к системе бухгалтерского учета устанавливались то одни, то другие регуляторы, главное место среди которых всегда отводилось налогообложению.

Для руководства и управления хозяйственными процессами необходимо иметь всестороннюю экономическую информацию о фактах хозяйственной деятельности организации. Такие сведения обеспечивает хозяйственный учет, в котором выделяются три взаимосвязанных вида: оперативный, бухгалтерский и статистический.[5]

Оперативный учет не утратил своего предназначения и осуществляется для повседневного текущего руководства и управления предприятием, его

цехами, участками, подразделениями. Теперь он осуществляется как на бумажных носителях, т.е. документируется, так и без них – по телефону, факсу, в устной форме, по интернету и др.

Статистический учет собирает информацию, необходимую органам статистики для изучения отдельных явлений и фактов хозяйственной деятельности. В нем широко используется выборочный метод наблюдения и регистрации.

Бухгалтерский учет представляет собой упорядоченную систему сбора, наблюдения, измерения, регистрации, обработки и получения информации в денежном выражении об имуществе, обязательствах и хозяйственных операциях хозяйствующего субъекта и их движении путем сплошного, непрерывного и документального учета.

Рыночные условия коснулись прежде всего состава пользователей финансовой отчетности, к которым относятся инвесторы, поставщики, кредиторы, банки, заказчики, органы законодательной и исполнительной власти, общественность.

Бухгалтерский учет включает в себя финансовый, управленческий и налоговый учет.

Финансовый учет охватывает информацию, которая используется не только для внутреннего управления, но и сообщается контрагентам (сторонним пользователям). Финансовый учет аккумулирует информацию об имуществе и обязательствах организации, ее собственном капитале, финансовых результатах и т.д.

Управленческий учет охватывает все виды учетной информации, необходимой для управления в пределах самой фирмы. При этом информация управленческим аппаратом используется для планирования, прогнозирования, контроля и принятия управленческих решений

Налоговый учет охватывает все виды учетной информации, необходимой для налоговых расчетов.

Главная цель бухгалтерского учета – формирование полной и достоверной информации, обеспечение ею внутренних и внешних пользователей, и также анализ, интерпретация и использование информации для выявления тенденций развития организации, выбора различных альтернатив, принятия управленческих решений.

Основными задачами бухгалтерского учета являются:

- формирование полной и достоверной информации о деятельности организации и ее имущественном положении, необходимой внутренним пользователям бухгалтерской отчетности - руководителям, учредителям, участникам и собственникам имущества организации, а также внешним - инвесторам, кредиторам и другим пользователям бухгалтерской отчетности;
- обеспечение информацией, необходимой внутренним и внешним пользователям бухгалтерской отчетности для контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации при осуществлении организацией

хозяйственных операций и их целесообразностью, наличием и движением имущества и обязательств, использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов в соответствии с утвержденными нормами, нормативами и сметами;

- предотвращение отрицательных результатов хозяйственной деятельности организации и выявление внутрихозяйственных резервов обеспечения ее финансовой устойчивости.

Бухгалтерский учет часто называют «азбукой и языком» бизнеса. В бизнесе широко используются данные бухгалтерской (финансовой) отчетности, включая баланс, отчет о финансовых результатах, пояснительную записку к годовому отчету.

Общее правовое и методическое руководство бухгалтерским учетом в России осуществляется Правительством РФ (Министерством финансов).

Система нормативного регулирования бухгалтерского учета в Российской Федерации состоит из четырех уровней.

Первый уровень – кодексы и федеральные законы РФ о бухгалтерском учете:

- Гражданский кодекс РФ (ГК РФ);
- Налоговый кодекс РФ, части I и II;
- Федеральный закон № 402-ФЗ 2016г. «О бухгалтерском учете»;
- другие законы РФ;
- нормативные акты Президента и Правительства РФ.

Второй уровень составляют положения (стандарты) по бухгалтерскому учету, утверждаемые Министерством финансов Российской Федерации. В них излагаются принципы и базовые правила бухгалтерского учета, основные понятия, относящиеся к отдельным участкам учета, приводятся возможные бухгалтерские приемы без раскрытия конкретного механизма применения к определенному виду деятельности. К ним относятся положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности, план счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предприятия, ПБУ.

Третий уровень включает методические рекомендации в виде инструкций, рекомендаций и разъяснений, предполагающие возможные варианты постановки бухгалтерского учета непосредственно в организации в зависимости от ее отраслевой принадлежности, масштабов и типов производств. Важнейшими документами этого уровня являются План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предприятий и Инструкция по его применению, инструкции, приказы и другие нормативные акты по отдельным темам и направлениям: документы рекомендательного характера по организации и ведению учета отдельных видов имущества, обязательств и хозяйственных операций.

Четвертый уровень включает рабочие документы организации, формирующие учетную политику в методическом, техническом,

организационном аспектах (учетная политика организации, рабочий план счетов, система документооборота, порядок инвентаризации и т.д.).

Развитие самостоятельности и предпринимательской активности приводят к усилению значения внутренних регламентов по организации, методике, отчетности, представляемой пользователям, что вызывает необходимость разработки в каждой организации научных подходов по развитию документов четвертого уровня.

Отличительной чертой современной системы бухгалтерского учета в России является нежесткая регламентация процедурной стороны. Это стало следствием постепенного перехода на международные стандарты финансовой отчетности. Как показывает международный опыт, бухгалтерский учет служит для защиты прав и интересов собственника, в то время как в России он направлен, прежде всего, на соблюдение норм налогового законодательства. Разные ориентиры и условия хозяйствования порождают соответствующие особенности. Так, например, при отечественном учете бухгалтеры стремятся порой завысить себестоимость и, как следствие, снизить прибыль и налог на прибыль. В западных компаниях бухгалтеры, наоборот, часто пытаются завысить прибыль для получения более привлекательной картины для инвесторов (акционеров) и кредиторов.[5]

Бухгалтерский учет, сложившийся в нашей стране, более сложен, строг и конкретизирован, что делает информацию «на выходе» более аналитической.

Использованные источники:

1. Бабаев, Ю. А. Бухгалтерский финансовый учет : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / Ю. А. Бабаев, А. М. Петров, Л. Г. Макарова. – М. : Вузовский учебник, 2012.
2. Останина, Е. В. Теория бухгалтерского учета : учеб. пособие для студентов специальности 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» всех форм обучения [Электронный ресурс] / сост. : Е. В. Останина, Т. А. Тюленева, А. В. Шаров. – Электрон. дан. – Кемерово : КузГТУ, 2012.– 1 электрон. опт. диск (CD-ROM)
3. Жуков, В. Н. Основы бухгалтерского учета : учеб. пособие. Стандарт третьего поколения. – М. : Питер, 2013. – 336 с.
4. Справочно-правовая система «Гарант» (доступ в сети университета, еженедельное обновление) или www.garant.ru.
5. Овчинникова, Ирина Васильевна. Бухгалтерский финансовый учет : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 38.03.01 «Экономика», профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / И. В. Овчинникова, Е. И. Левина; ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева», Каф. упр. учета и анализа. Кемерово, 2016. 424 с.

*Крюкова В.А.
студент 4го курса
Якунина Ю.С., к.э.н.
доцент*

*Кузбасский государственный
технический университет им. Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово*

АНТИРЕКЛАМА И ОСНОВЫ ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Аннотация: данная статья посвящена антирекламе и основам ее использования для получения наибольшей эффективности для компании.

Ключевые слова: антиреклама, эффективность использования.

Основная цель использования рекламных трюков – привлечение потребительского интереса к продвигаемому товару. Формула проста: повышается интерес – увеличивается спрос – растут объемы продаж. Реклама – это не только двигатель торговли, но и оружие в битве конкурентов. А на войне, как известно, все методы хороши. На какие только ухищрения не идут рекламщики, чтобы обойти производителей-конкурентов. И некоторые из приемов, активно используемых сегодня, вызывают горячие споры на предмет этичности, разумности и эффективности их использования. Одним из таких «горячих» средств является антиреклама.

Сам термин «антиреклама» указывает на противоположность понятию «реклама». Следовательно, антиреклама, в отличие от рекламы, должна оттолкнуть потребителя от того или иного продукта. На самом деле ситуация не так очевидна, как может показаться на первый взгляд. Антиреклама разнообразна, а при умелом манипулировании ею объемы продаж могут с умопомрачительной скоростью взлететь вверх. Существует множество определений антирекламы, вот некоторые из них:

Антиреклама – это информация, призванная не поднимать, а уменьшать интерес потребителя, либо портить репутацию компании, бренда или товарного знака [1]. По мнению автора Ефремой Т.Ф антиреклама является особым видом рекламного сообщения, направленным на привлечение внимания потребителя к некачественной продукции какого-либо предприятия [2]. По мнению автора Кузнецова С.А. под антирекламой понимается как распространение сведений, компрометирующих кого-либо или что-либо [3]. По мнению автора Епишкина Н.И антиреклама – это процесс, привлечения внимания потребителя к продукции низкого качества (с целью побудить производителя к ее улучшению, усовершенствованию) [4].

В России антиреклама официально запрещена на основе федерального закона «О рекламе», где подобная реклама признается недобросовестной и недопустимой, т.к. содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, и порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента. Но это не

мешает пользователям обмениваться в сети собственными принтами и баннерами, раскрывающими негативную суть того или иного бренда. Кроме того, антирекламой может обернуться неудачно размещенный слоган или публичное возмущение недовольного потребителя [5].

Тем не менее, на данный момент уже существует и развивается множество видов антирекламы, которые все больше привлекают внимание исследователей, в том числе и лингвистов. В данной статье рассмотрим такие виды рекламы как антиреклама; неудачное размещение билбордов; неудачные слоганы.

1. Антиреклама – это разновидность рекламы, отличающаяся тем, что целью (или одной из целей) является дискредитация другого субъекта рынка для собственной выгоды. Дискредитации может подвергаться товар, услуга, бренд или даже репутация. Наличие выгоды может быть, как материальным – изменение рынка в свою пользу, так и рассчитанным на перспективу. Самыми распространенными примерами антирекламы являются ролики экологических и общественных организаций.

В последнее десятилетие во всем мире появляется все больше антирекламных роликов против курения и употребления алкоголя. В Государственную Думу Российской Федерации недавно был предложен проект поправки закона «О рекламе». Совет Федерации внес предложение об обязательной антирекламе табачной и алкогольной продукции на радио и телевидении [6].

2. Размещение билбордов – неудачно или неправильное расположение билбордов также может в итоге привести к комическим эффектам или превращению обычного рекламного сообщения в мощную антирекламу, особенно после распространения фотографии билборда в сети Интернет. Таким образом, реклама, рассчитанная на восприятие тысяч или десятков тысяч реципиентов, становится антирекламой в глазах миллионов. В качестве примера можно привести билборд партии «Единая Россия» со слоганом «Спасибо за поддержку», расположенный рядом с кладбищем. Разумеется, что политические партии должны общаться со своими избирателями и использовать различные рекламные средства для этого, в том числе и размещение запоминающейся и яркой информации на билбордах. В данном случае, вероятно, мы видим не дискредитацию партии конкурентами: подобным расположением билборда «Единая Россия» собственноручно подрывает авторитет и репутацию. Стоит особо отметить, что причиной развития тактики дискредитации стало не столько неудачное расположение билборда, сколько распространение данной фотографии в сети [7].

3. Неудачные слоганы. Слоган – самая яркая, самая запоминающаяся часть рекламного сообщения, которая призвана побудить реципиента к покупке того или иного товара или воспользоваться какой-либо услугой. Однако иногда слоган настолько неудачен, что приводит к обратному эффекту: отторжению и неприятию. Это связано прежде всего с ошибками в

рекламном сообщении – лексическими, грамматическими, орфографическими и логическими. Например: «Погрузитесь в 3D! Оденьте очки, чтобы испытать 3D VISION» (оденьте вместо наденьте).

Нередко неудачные слоганы имеют юмористический эффект. Рассмотрим, например, слоган Почты России «Имеешь право все послать!» (данное рекламное сообщение было лауреатом премии «Антиреклама 2010»). Вероятно, рекламщики, разрабатывавшие слоган, исходили из того, что Почта России может выполнять множество услуг, помимо пересылки простых писем: доставку бандеролей, посылок, ускоренную и курьерскую доставку.

У реципиента не происходит ассоциации с расширенными услугами Почты России, он проводит параллель на основе плохой репутации почты: постоянные очереди, некачественное обслуживание операторами, потеря писем и посылок. Это заставляет многих клиентов почты воспринимать глагол послать прежде всего в переносном, бранном значении. Антиреклама, являясь по сути отрицательным явлением, но все же выполняет некоторые крайне важные функции.

1) Оценочная функция тех или иных товаров, услуг и т.д. Данная функция направлена на выявление качеств рекламируемого товара, услуг.

2) Изменение ценностной картины мира потребителей. Данная функция практически всегда строится на дуализме восприятия «хороший – плохой», «свой – чужой», «добрый – злой» и т.п. Именно положение рекламируемого товара в системе этих оппозиций создает имидж - т.е. не просто образ, а ценностный (или знаковый) образ. Максимальный эффект при встраивании образа в систему оппозиций дает «метод врага». Деление мира на «своих» и «чужих» облегчает манипулирование человеком, создание антитовара (плохого и малокачественного) повышает эффект воздействия ролика.

Антиреклама (как и реклама) сочетает в себе несколько методов воздействия, т.е. является одновременно информативной и эмоциональной. Ее обычно отличает повышенное внимание к образу, намеренная визуализация (близость к карикатуре и плакатным принципам).

Антиреклама эффективно используется в социальных программах, направленных, например, на борьбу с наркоманией, алкоголизмом и СПИДом. Тут срабатывает человеческий фактор. Зачастую проще один раз доходчиво объяснить, что будет, если поступать «неправильно», чем многократно распинаться в попытке прорекламировать «правильный» образ жизни.

В более стандартных рекламных приемах нередко антиреклама используется как составляющая часть, позволяя сравнить два товара в пользу продукции, которую Вы стремитесь продвинуть. Если при этом не указываются конкретные имена и названия (кроме Вашего продукта), такой ход можно считать вполне приемлемым.

Таким образом можно сделать вывод о том, что, антиреклама одна из

сравнительно мало изученных, но быстро развивающихся отраслей рекламы. Зачастую именно здесь происходит проверка эффективности средств, которые в дальнейшем войдут в широкий оборот, и также модификация и развитие рекламного законодательства. Ее удельный вес, разновидности и условия функционирования существенно различаются в зависимости от вида рекламы. Она привлекает внимание к продукции низкого качества, а также распространяет компрометирующие сведения о товарах или услугах конкурента-производителя. Последний вид антирекламы запрещен на законодательном уровне в России, Америке и странах Европы.

Собственно, антиреклама представлена в основном только роликами экологических, социально-общественных организаций. Запуская новую рекламную акцию, рекламщикам особое внимание следует обращать на место размещения билбордов и языковое качество слоганов. Так как любое рекламное сообщение должно обладать огромным воздействующим потенциалом, убедительностью, то его неудачное размещение или плохо разработанный, неграмотный слоган могут привести к провалу любой рекламной акции; создать комический или негативный образ товара или услуги у потребителя. Ее удельный вес, разновидности и условия функционирования существенно различаются в зависимости от вида рекламы. Таким образом, антиреклама представляет широкое поле деятельности как для практиков, так и для исследователей.

Использованные источники:

1. Интересные статьи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // www.adme.ru. – Загл. с экрана.
2. Ефремова, Т.Ф. Толковый словарь Ефремовой [Электронный ресурс] / Т.Ф. Ефремова. – Режим доступа : // www.academic.ru. – Загл. с экрана.
3. Кузнецов, С.А. Большой толковый словарь русского языка / С.А. Кузнецов. – Санкт-Петербург : Норинт, 1998.
4. Епишкин, Н.И. Исторический словарь галлицизмов русского языка [Электронный ресурс] / Н.И. Епишкин. – Режим доступа : // www.academic.ru. – Загл. с экрана.
5. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) «О рекламе» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : // www.consultant.ru. – Загл. с экрана.
6. ДАЛЬНИЙ ВОСТОК: РЕКЛАМА, МАСС-МЕДИА, СОБЫТИЯ, КРЕАТИВ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : // www.dv-reclama.ru. – Загл. с экрана.
7. Конфузные случаи соседства биллбордов и нелепое использование рекламных носителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://joker.vblage.ru/interesno/2330-konfuznye-sluchai-sosedstva-billbordov-i-neleroe-ispolzovanie-reklamnyh-nositeley.html>. – Загл. с экрана.
8. Сайт статей [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.markint.ru>. – Загл. с экрана.

*Крюкова О.Н.
старший преподаватель
Котлинская К.А.
студент 3го курса
Омский государственный аграрный
университет имени П.А. Столыпина
Россия, г. Омск*

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ПОЛЬШЕ

В 90-х г. в Польше проводилось реформирование бухгалтерской системы и аудита. Поэтому в действие вступил новый Закон "О бухгалтерском учете", что регулирует вопросы бухгалтерского учета, а именно, проведение инвентаризации, оценки активов и пассивов, финансовые результаты, отчетность компаний и других организаций, проведение аудита, хранение документации, криминальная и дисциплинарная ответственность за нарушение положений Закона.

Условием для эффективного функционирования бизнеса и соблюдения всех законодательных норм является грамотная бухгалтерия, которая будет важным инструментом во всех процессах компании. В современном информационном обществе эффективность и грамотность системы учета в бизнесе играет ключевую роль как для "внешних" клиентов (заказчиков, инвесторов и аналитиков), а также для "внутренних" сотрудников (владельцев, акционеров, правления, руководителей, менеджеров, отвечающих за результат, контроллеров, бухгалтеров, налоговых консультантов и т.п.).

Польские специалисты выделяют четыре этапа развития нормативно-правовой базы регулирования бухгалтерского учета.

I этап. 1945 - 1990 гг. Основным источником, регулирования бухгалтерского учета в Польше, является Коммерческий кодекс 1934 г. Бухгалтерский учет соответствует требованиям системы централизованного планирования и подчинен налоговым целям. Только в конце данного периода (в 1990 г.) началась массовая приватизация государственных предприятий, а за ней и процесс унификации бухгалтерского учета с нормами европейского законодательства. Польша достигла значительного прогресса в переходе от коммунистической плановой экономики к рыночной экономике.

В 1960 году министерство финансов стало присваивать квалификацию присяжного бухгалтера. До начала реформ они, занимали руководящие посты в бухгалтериях. Они должны были сдавать экзамены по бухгалтерскому учету, коммерческому праву и системам контроля. Присяжные бухгалтера от имени министерства финансов во время специального трехнедельного отпуска с основного места работы, изучали финансовую отчетность предприятий и выдавали сертификаты «корректности».

II этап. 1991 - 1994 гг. Изменения в регламентациях бухгалтерского учета и смежных с ним областях в результате перестройки экономики при

сохраняющемся доминировании налоговых целей. Была создана национальная палата аудиторов, которая в 1992 г. приняла польские стандарты аудита. Рассматривается второй правовой источник «Закон о бухгалтерском учете». Он предусматривает последовательную реформу отчетности и аудита, основывающиеся на требованиях, содержащихся в 4-й Директиве ЕС.

III этап 1995 - 2001 гг. Вступает в действие (в 1995 г.) новый Закон о бухгалтерском учете, основанный на директивах ЕС. Помимо этого, в нем впервые нашли отражение отдельные аспекты концептуальных основ МСФО. Такие изменения "превратили бухгалтерскую систему, имевшую налоговую ориентацию, в самостоятельную систему регулирования деловой активности... Закон повысил ее полезность для инвесторов и увеличил прозрачность экономических операций в Польше".

IV этап с 2002 г. и по настоящее время. Вносятся изменения и дополнения в ранее указанные законы, вызванные новыми регламентирующими актами, прежде всего новеллами в европейском законодательстве. Так, в закон о бухгалтерском учете (2000 г.) пришлось впоследствии вносить дополнения в связи с принятием Европейским парламентом и Советом Постановления от 19.07.2002 о применении международных стандартов.

Закон о бухгалтерском учёте предоставляет каждой организации право иметь собственный план счетов. Однако организации могут применять и типовые планы счетов, которые разрабатываются Комиссией по ценным бумагам для компаний, включённых в биржевой список, и Министерством финансов для прочих организаций.

Кроме традиционных бухгалтерских отчётных форм, правление предприятий всех форм собственности обязано представлять административный отчёт о результатах деятельности предприятия за финансовый год.

Он состоит из четырёх разделов:

1. основные события, включая фактические капитальные вложения, имеющие существенное влияние на результаты деятельности предприятия в отчётном финансовом году либо ожидаемые в следующем;
2. намеченная реконструкция и модернизация предприятия;
3. основные достижения в научных разработках и техническом развитии;
4. текущее и прогнозируемое финансовое состояние предприятия.

Закон о бухгалтерском учете поднял уровень аудиторской профессии в Польше. Тем не менее, не существует никакого механизма постоянного внесения изменений в стандарты учета в ответ на быстроменяющиеся экономические условия. Польские правила бухгалтерского учета не имеют такой степени детализации, точности и полноты, которая присуща стандартам ГААР США. Министерство финансов в настоящее время работает над

исправлением ошибок и заполнением пробелов, выявленных в нынешнем законе.

Использованные источники:

1. Соколов Я.В. Очерки по истории бухгалтерского учета. 2005г.
2. [Электронный ресурс]: - М.: Финансы и статистика, 2004г.
3. Круковская Т.А., Шаров А.В. История бухгалтерского учета, уч. пособие [Электронный ресурс]: - М.: 2006г.

*Кузнецова Е.Н., к.псих.н.
старший преподаватель*

СГПИ

Россия, г. Ставрополь

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГЛАГОЛОВ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ СО ЗНАЧЕНИЕМ ДВИЖЕНИЕ РУКОЙ

Аннотация: в статье описываются компоненты значений глаголов синонимической группы, передающих движение рукой. На основе выделения общих и дифференциальных семантических признаков выбранных лексем определены структурно-семантические особенности глаголов.

Ключевые слова: глаголы-синонимы, компонентный анализ, структурно-семантические особенности, архисема, семантика слова.

Из опыта собственной педагогической деятельности, преподавая практику устной и письменной речи английского языка, часто замечаешь, что студенты сталкиваются с трудностями при использовании в речи и переводе определенных синонимических групп слов. К ним, прежде всего, относятся глаголы-синонимы, передающие движение. Данная группа лексем представляет огромный пласт английской лексики, каждая единица которой передает варианты движения, когда задействованы различные части тела: руки, ноги, голова, когда движение характеризуется интенсивностью и направленностью, а цель выполнения действия становится понятной только при тщательном компонентном анализе значения на парадигматическом и синтагматическом уровне. Аспект изучения семантики слова, направленный на исследование плана содержания лексической единицы основывается на учении Ф.де Соссюра о языке как системе знаков и ценности лингвистических единиц. Идеи Ф.де Соссюра в дальнейшем развивались в различных направлениях в исследованиях Л.Теньера, Л.Ельмслева, Р.Мейера и других.

В нашей работе мы рассматриваем структурно-семантические особенности глаголов, передающих действие рукой, а именно: to punch, to grab, to point, to beckon, to rub, to wipe, to pat, to salute, to grasp, to tap, to grip.

Актуальность исследования в том, что активное и грамотное владение лексикой проявляется в умении выбрать в словаре именно ту языковую единицу, которая в точности выражает мысль говорящего. При этом важную

роль играет владение лексическими синонимами.

Цель данной работы рассмотреть особенности структурно-семантической организации глаголов лексико - семантической группы со значением движение рукой. Цель обуславливает постановку следующих задач: - исследовать структуру и семантику синонимического ряда глаголов со значением движение рукой; определить сходства, различия в их структуре и семантике. Предметом исследования являются глаголы. Анализ проведен на материале 11 глаголов, передающих значение действие рукой, которые вызывают определенные трудности у студентов даже старших курсов при использовании их в речи и переводе в текстах. Метод исследования – компонентный анализ на основе словарных дефиниций и сравнительно-сопоставительный метод анализа. Источниками и материалом исследования послужили двуязычные англо-русские, русско-английские словари, а также англо-английские словари.

В работе неслучайно используется компонентный анализ значения слова, так как рассмотрение значения на уровне компонентов (сем) позволяет установить сходства и различия между значениями разных слов, принадлежащих определенной синонимической группе.

Проведя анализ определений значений всех единиц по данным разных словарей, и учитывая общие компоненты, получили следующие дефиниции: 1) To punch – to strike with one's fist; to hit someone or something hard with your fist. 2) To grab- to grip suddenly, to seize, to clutch; To take hold of something with a sudden or violent movement, stronger than to grasp. 3) To point – to show something to somebody by holding up one of your fingers; to call attention to by stretching out a finger, a hand, arm stick.

4) To beckon – to wave and or nod to smb. with the intention to make the person come closer. 5) To rub – move one thing up and down or backwards or forwards over the surface to make dry or clean also to make blood circulate.

6) To wipe - to move an object over, maintaining contact, with the intention of removing some substance from surface, to clean or dry. 7) To pat – to give a light blow to, with a palm of the hand often as a sign of affection. 8) To tap – strike lightly on the shoulder to attract one's attention. 9) To salute- to greet, to perform the act of respect by raising a hand to the forehead. 10) To grasp-to seize firmly with hand. 11) To grip –seize firmly, take and keep a firm hold of something (stronger than grasp).

Глаголы исследуемого синонимического ряда объединены семей или архисемой hand and arm action. Они различаются по следующим признакам: 1. по характеру действия – интенсивно; быстро, слабо, медленно, неожиданно, последовательно, хаотично; 2. по тому какая часть руки задействована в действии - кисть, рука, кулак, палец; 3. по цели действия – причинить боль, завладеть чем-то, привлечь внимание, выразить эмоцию, очистить от загрязнения.

Таким образом, можно условно разделить данные глаголы на четыре

группы: to punch, to pat, to tap, (объединены общим компонентом to strike), которые являются наиболее близкими друг к другу по значению, обозначая движение кистью руки направленное на определенный объект. Дифференциальной семой в данной подгруппе глаголов являются компонент - цель действия (удар, знак одобрения, привлечение внимания), интенсивность (слегка похлопать to pat, to tap, сильно ударить to punch) и часть руки, участвующая в действии – ладонь (to pat, to tap) и кулак (to punch): to punch – нанести удар кулаком, ударить кулаком кого-то, to pat – слегка похлопать по спине ладонью в знак любви, одобрения. To tap – быстро похлопать по плечу кого-то, чтобы привлечь внимание, окликнуть.

Вторая группа глаголов to grab, to grip, to grasp противопоставляются остальным членам синонимичного ряда, так как они обозначают быстрое движение кистью руки с целью овладения чем-то (to seize something). Можно выделить описательные компоненты значения глаголов с целью дифференциации и конкретизации значения синонимов данной подгруппы, а именно семы характер движения и семы цель движения. To grab – схватить что-то быстро и неожиданно, овладеть чем-то с силой не имея на это право или не спрашивая на это разрешение. To grip – схватить что-то, сжать и удерживать с целью привлечь внимание. В определении значения глагола to grasp – схватить что-то сильно - отсутствует компонент удерживать на какое-то время, а также отсутствует компонент цель действия. Однако, в значении глагола to grasp присутствует вариант значения понимать что-либо, ухватить мысль, идею. Данный компонент не прослеживается в других глаголах данной синонимичной группы.

Третью группу глаголов составляют лексемы: to point, to beckon, to salute, которые объединены семой to make sign to somebody. При этом глаголы дифференцируются по семам: характер движения (повторяющееся/ законченное), какая часть руки задействована в действии и конечная цель действия. Так, глагол To point - указывать на объект с помощью пальца или тонкого предмета, привлечь внимание к объекту, в то время как to beckon, to salute указывают на действие, где задействована рука целиком. To beckon – помахать рукой, чтобы человек подошел ближе, дать сигнал, при этом действие повторяется несколько раз. Глагол To salute – приветствовать кого-то, уважительно подняв руку ко лбу, демонстрируя свое почтение.

Четвертую и последнюю группу глаголов представляют единицы to wipe и to rub, имеющие общий компонент двигать объектом по поверхности (to move an object over). Используя описательные семы, получаем следующую последовательность: to wipe – двигать объектом по поверхности с целью стереть загрязнение или воду с поверхности (вытереть что-то). To rub – двигать объектом по поверхности с целью очистить от грязи, но в отличии от глагола to wipe здесь появляется компонент растереть, согреть, заставить кровь циркулировать быстрее.

Анализ лексико-семантической структуры глаголов со значением

движение рукой позволил выявить общие семантические признаки выбранных лексем, а именно: все глаголы характеризуются интенсивностью и целью движения. Движение, передаваемое глаголами to punch, to grab, to point, to beckon, to rub, to wipe, to pat, to salute, to grasp, to tap, to grip осуществляется рукой и направлено на объект. Однако, на основе дифференциальных признаков глаголов можно выделить определенные отличия в их семантике.

Так, глаголы первой группы to punch, to pat, to tap отличаются от остальных глаголов группы по признаку «движение костью руки, направленное на объект». Во второй группе глаголов to grab, to grip, to grasp общим семантическим компонентом внутри группы и отличительным для остальных является «быстрое движение кистью руки с целью овладения чем-либо». Для третьей группы глаголов to point, to beckon, to salute дифференциальным признаком является «сделать знак кому-то». В четвертой группе глаголов to wipe и to rub отличительной особенностью в общем семантическом описании движения рукой является признак «двигать объектом по поверхности». Внутри каждой группы глаголы синонимичного ряда дифференцируются по своей цели и характеру движения.

Использованные источники:

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. М.,1986.
2. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. М.,2000.
3. Комлев Н.Г. Компоненты содержательной структуры слова. М.,203.
4. Уфимцева А.А. Семантика слова//Аспекты семантических исследований/отв.ред. Н.Д. Арутюнова и А.А.Уфимцева.М.,1980.
5. Babla.Словарь URL://<http://www.babla.ru/английский-русский/pat>;
6. «АВВУ Lingvo»словарь URL://<http://www.lingvoonline.ru/ru/Translate>
7. Спиридонова Ю.А. АНГЛИЙСКИЕ ГЛАГОЛЫ ПОВЕДЕНИЯ: ВАЛЕНТНОСТНЫЙ АНАЛИЗ//Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. - №54.

Кузнецова М.В.

студент 3 курса

факультет «Финансы и кредит»

Носова Т.П., к.э.н.

доцент

факультет «Финансы и кредит»

Кубанский государственный аграрный университет

Российская Федерация, г. Краснодар

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КРЕДИТ: СТОИТ ЛИ БРАТЬ?

Статья посвящена освещению вопроса о кредите на образование. Также в статье были рассмотрены примеры зарубежных стран по студенческим кредитам и условия, по которым предоставляется такой

кредит в России. Была приведена статистика использования данного вида кредита и выявлены его положительные и отрицательные стороны.

Ключевые слова: кредит, образование, студенческий кредит, кредитор, заемщик, банк, процентная ставка, студент, кредитное законодательство.

The article is devoted to coverage of the issue of credit for education. The article reviewed examples of foreign countries of the student loans and the conditions under which a loan granted in Russia. It was the statistics of the use of this type of loan and was showed his positive and negative sides.

Keywords: credit, education, student loan, the lender, the borrower, the bank, the interest rate, legislation on the student loan.

Кредит на образование – это пока что самый молодой вид кредитования в России и не самый распространенный. На территории нашей страны он стал развиваться примерно с середины 2000-х гг. Его суть заключается в том, чтобы позволить молодежи осуществить мечту и поступить именно в тот университет, который нравится, даже если стоимость обучения не по карману. Достаточно лишь, чтобы заемщик (или созаемщик) имел постоянный доход, будь то заработная плата с основного места работы студента или пенсия вашей бабушки.

Программы студенческого кредита уже давно стали популярны во всем мире. Процентная ставка таких кредитов очень низкая. Более того, за рубежом существуют различные гранты, которые помогают студентам платить за обучение.

Например, в Германии существует специальная программа содействия в получении образования – VaföG. Средства, полученные по данной программе, расходуются студентом на повседневные студенческие нужды, оплату за проживание, расходы по колледжу, на еду. Это объясняется тем, что в Германии практически везде образование остается бесплатным. Такая материальная поддержка оказывается студентам, имеющим низкий уровень дохода в семье. Но как показывает практика, почти каждый четвертый в стране пользуется данной денежной помощью.

Выплачивать такой кредит необходимо только через пять лет после окончания университета, и не в полном объеме, а только половину предоставленной суммы.

В США существует несколько разновидностей кредитов на образование: студенческий заем, родительский заем и частный заем. Для участия в программе также необходимо доказать, что семья малообеспечена. По студенческому кредиту установлены определенные лимиты, например, в первый год обучения можно взять около 2000-3000 \$; для родительских кредитов никаких ограничений нет, можно взять всю необходимую сумму целиком. Суть частных займов заключается в том, что возможно получить дополнительную часть суммы, если основного кредита оказалось

недостаточно. Выплаты по данным видам студенческого кредита начинаются через два месяца после начала обучения.

В Австралии тоже нет бесплатного образования, но граждане этой страны могут получить кредит на обучение без процентов – FEE-HELP. Общая сумма кредита может достигать 100 тысяч долларов (если сравнивать, то, в среднем, в зависимости от программы ВУЗа, стоимость обучения варьируется от 10 до 30 тысяч долларов в год). Сумма задолженности по такому кредиту индексируется каждый год по инфляции, а выплачивать студенческий кредит становится обязательным только тогда, когда заемщик станет зарабатывать более 45 тысяч долларов[4].

Как видно из приведенных примеров, за рубежом уже давно нет проблем с получением кредита на образование, так как это выгодно как государству, так и студенту-заемщику. Но в России ситуация обстоит немного иначе.

Любой студент знает, что в отечественных университетах существует такое понятие, как «бюджетные места». То есть при поступлении в университет на такое место студент не будет оплачивать обучение. Эти места финансируются за счет государственного бюджета. Ежегодно за право учиться «на бюджете» борются тысячи студентов, но под силу это не каждому.

Согласно ст. 100 ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» на каждые 10 тысяч человек в возрасте от 17 до 30 лет должно приходиться 800 бюджетных мест в ВУЗах. Но не так давно правительством было выдвинуто предложение о сокращении этого значения до 750[5].

Для поступления «на бюджет» в 2017 году будет выделено 575 тысяч бюджетных мест. Почти 45% этих мест получают инженерные специальности, следом идут специальности, связанные с IT-направлениями, образованием, математикой и естественными науками[6].

Количество бюджетных мест с каждым годом стремительно сокращается, поэтому каждый родитель все чаще задается вопросом о том, где взять деньги на обучение для своего ребенка.

Для этого и была разработана программа выдачу кредитов студентам. Студенческий кредит дает молодому поколению возможность получить достойное образование. В России существуют определенные группы банков, предоставляющих такие кредиты: одни выдают кредиты на поступление только в определенную группу университетов, с которыми у них заключен договор, другие – абсолютно в любые ВУЗы.

Постановлением правительства РФ от 18.11.2013 г. № 1026 «Об утверждении Правил предоставления государственной поддержки образовательного кредитования» были утверждены некоторые правила предоставления государственной поддержки образовательного кредитования, которые устанавливают условия, размер и порядок предоставления кредитов молодым людям, поступающим в Высшие учебные заведения. Данная

поддержка предлагается банками, которые предоставляют кредиты на образование.

Получателем студенческого кредита может быть гражданин Российской Федерации в возрасте от 14 до 18 лет, а также совершеннолетний, который получает высшее профессиональное образование. Несоввершеннолетним лицам кредит предоставляется только с разрешения органов опеки и попечительства и согласия законных представителей.

Заемщик с третьего года пользования кредитом должен будет осуществлять платежи для погашения кредита. В сумму этих платежей будут входить текущие проценты, а также проценты, которые были неуплачены за 1-й в 2-й годы обучения. После завершения обучения необходимо будет вернуть всю сумму кредита в течение 10 лет. При наличии возможности кредит на образование можно погасить и досрочно без каких-либо последствия для заемщика в виде комиссий или штрафных санкций[2].

Кредит на образование можно получить как для оплаты всего обучения, так и нескольких семестров. Также имеются определенные виды льгот, которые можно получить, обучаясь на платной основе и имея положительную успеваемость (льготы могут получить только обучающиеся определенных ВУЗов, которые включены в список организаций, прошедших отбор для участия в государственной программе образовательного кредитования)[1].

При этом государство также играет немаловажную роль в образовательном кредитовании, предоставляя финансовую помощь в виде субсидий банку на возмещение части затрат по невозвращенным кредитам на образование, а также субсидий банку на возмещение части затрат на уплату процентов по таким кредитам.

Максимальная процентная ставка по кредиту на образование не должна быть выше $\frac{1}{4}$ ставки рефинансирования Центрального Банка Российской Федерации, увеличенной на 5 пунктов. Например, Сбербанк установил процентную ставку по кредиту на образование, равную 7,74%[3].

Также не требуется предоставление какого-либо обеспечения по кредиту. В роли гаранта будет выступать государство.

Кредит предоставляется в безналичном порядке путем зачисления денежных средств (или их части) на счет заемщика.

Перед принятием решения о получении кредита на образование важно взвесить все «за» и «против», а также оценить свои возможности по своевременному погашению будущей задолженности и примерно рассчитать, какую сумму ежемесячно вы сможете направить на данные цели.

При выборе банка следует тщательно изучить условия, на которых будет предоставлен кредит. Лучше всего обратиться за информацией сразу в несколько банков, а затем сравнить предлагаемые ими условия и выбрать наиболее оптимальные для себя вариант. Важно помнить, что, в соответствии со статьей 10 ФЗ «О защите прав потребителей», а также со статьей 30 ФЗ «О банках и банковской деятельности», Вы имеете полное право на получение

своевременной и достоверной информации по кредиту, а именно о размере кредита, графика погашения кредита, полной стоимости кредита, а также стоимости всех платежей по кредиту, связанных с заключением договора, и информации о платежах в пользу третьих лиц, указанных в кредитном договоре.

Конечно, как и у любого другого кредита, у образовательного кредита кроме достоинств также имеются свои недостатки.

Например, если сравнить стоимость обучения за свой счет и за счет банка, то легко можно сделать вывод о том, что вариант с банковским кредитованием обойдется намного дороже.

После окончания обучения нужно быть уверенным в том, что сможешь найти работу по специальности и хорошо зарабатывать, чтобы своевременно погашать имеющийся долг по кредиту. Ведь, к сожалению, людей, которые находят работу по специальности, не так уж и много.

Если доход семьи заемщика по каким-либо причинам снижается, то последствием этого может стать накопление большой суммы долга и невозможности продолжить дальнейшее обучение.

За несвоевременное погашение кредита начисляется неустойка. В зависимости от условий предоставления кредита в каждом банке она разная. Например, в Сбербанке размер неустойки на 2016 год установлен в размере 20% годовых от суммы просроченного платежа[3].

Также банк на законных основаниях имеет право продать долг третьему лицу. Данный пункт должен быть всегда прописан в кредитном договоре. Третьими лицами, как правило, становятся «коллекторы», которые применяют различные методы, способные убедить должника в срочном возвращении долга по кредиту. Причем не всегда эти методы являются полностью законными.

Крайней стадией является арест имеющегося у заемщика имущества и последующая его продажа. Полученные от продажи средства пойдут на оплату имеющейся задолженности.

Как показывает статистика, в России с 2007 по 2012 годы работы программы по образовательному кредитованию было выдано около тысячи кредитов на общую сумму 230,77 млн. руб.[8]. В Великобритании в 2015 году около 79% студентов воспользовались студенческими кредитами (с 2007 по 2014 год общее количество выданных кредитов увеличилась почти в 4 раза), в США – 70%, во Франции этот показатель достиг отметки в 12%[6].

На сегодня в Российской Федерации образовательными кредитами пользуется лишь 1-1,5% заемщиков. Если учесть тот факт, что средняя стоимость обучения в престижном ВУЗе в России составляет примерно 250-300 тыс. руб. в год, а продолжительность обучения – 4 года, то для того, чтобы оплатить всю стоимость обучения, в кредит придется взять около 900 тыс. руб. Наиболее выгодные условия в данном случае предоставляет Сбербанк России, предлагая заемщикам кредит с процентной ставкой 7,75% годовых со средним

ежемесячным платежом в 10 430 тыс. руб. в год на срок в 10 лет.

В Почта Банке платежи по такому кредиту будут составлять ежемесячно 14 462 тыс. руб. при процентной ставке в 14,9% годовых.

Исходя из данных, предоставленных сайтом Career.ru, в марте 2016 года средняя заработная плата молодого специалиста начинающего уровня составила 25 тыс. руб., оклад при этом был равен 21 тыс. руб.[3].

В Москве самая высокая заработная плата, которую могут предложить молодому специалисту на старте своей карьеры, составляет 45 тыс. руб. (у финансистов и экономистов). Юристам на начальном этапе могут предложить до 40 тыс. руб., бухгалтерам – до 32-34 тыс. руб.

В Санкт-Петербурге самые высокие зарплаты на старте карьеры получают разработчики (36 тыс. руб.), логисты (29 тыс. руб.) и юристы (27 тыс. руб.).

Исходя из примерных расчетов, чтобы погасить имеющуюся задолженность по кредиту, молодой специалист должен зарабатывать хотя бы 30-35 тысяч рублей в месяц.

Кредит на образование – это хороший способ воплотить мечту об обучении в престижном ВУЗе в реальность. Но воплощение такой мечты может сильно ударить по карману студента, ведь не всегда молодому специалисту удастся сразу же после окончания обучения найти работу с приличным заработком. Более того, переплата по такому кредиту будет составлять более 300 тысяч.

Стоит ли брать кредит на обучение? Стоит, если молодой человек уверен в своих силах и выбранной профессии. Но даже не смотря на это, при отчислении или самостоятельном уходе из ВУЗа долг перед банком все равно придется выплачивать. Поэтому перед принятием такого ответственного решения стоит окончательно взвесить все положительные и отрицательные моменты данного вида кредитования, а уже потом брать в руки ручку для подписания договора.

Использованные источники:

1. Приказ Минобрнауки России от 26.04.2013 N 311
2. Постановление Правительства РФ от 18.11.2013 №1026 «Об утверждении правил предоставления государственной поддержки образовательного кредитования
3. career.ru/article/18781 – работа для молодого специалиста
4. sberbank.ru - Сайт Сбербанка
5. mr-brightside.com/2012/04/11/про-высшее-образование-в-австралии/ - статья, посвященная особенностям высшего образования в Австралии
6. rbc.ru/economics/01/07/2015/5593d8a79a79479132f8a305 – сайт РосБизнесКонсалтинг (РБК).
7. rg.ru/2015/12/24/mtsto.html – интернет-портал «Российской газеты».
8. vestifinance.ru/articles/47274 - Вести Экономика

*Кузнецова М.В.
студент 3 курса
факультет «Финансы и кредит»
Колкарева Э.Н., к.э.н.
доцент*

*факультет «Финансы и кредит»
Кубанский государственный аграрный университет
Российская Федерация, г. Краснодар*

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Статья посвящена изучению современных тенденций развития корпоративного управления в коммерческом банке. В статье было уделено внимание рассмотрению мнений разных ученых на содержание понятия «корпоративное управление», системы и основных принципов корпоративного управления в коммерческом банке.

Ключевые слова: корпоративное управление, коммерческий банк, банковская система, контроль, мониторинг, корпоративное законодательство, система, тенденции, подотчетность.

The article is devoted to the study of modern trends in corporate governance in commercial banks. The article has been paid to the consideration of the views of different scholars on the concept of "corporate governance" system and the basic principles of corporate management in commercial bank.

Keywords: corporate governance, commercial bank, the banking system, control, monitoring, corporate law, system, trends, accountability.

Для того, чтобы повысить надежность банковской системы, огромное значение имеет совершенствование системы корпоративного управления в коммерческом банке. Поддержание корпоративного управления на высоком уровне содействует формированию доверия граждан, различных хозяйствующих субъектов и других банков, которые размещают свои средства в коммерческом банке, помогает привлечь долгосрочных инвесторов и повышает инвестиционную привлекательность банка.

Термин «корпоративное управление» возник в середине 70-х годов 20-го века и уже через 10 лет стал довольно распространенным. Но на сегодняшний день не существует какого-то единого понятия корпоративного управления. Многие специалисты рассматривают его по-разному. Например, Е.С. Васильев утверждает, что корпоративное управление — это система взаимодействий между акционерами и руководством коммерческого банка, а также другими заинтересованными лицами, основанная на согласовании интересов всех участников корпоративных отношений при приоритетности прав и интересов собственников как основного субъекта управления, при обязательном росте эффективности работы банках [5].

На сайте Центрального Банка Российской Федерации указано, что корпоративное управление – это система отчетности перед акционерами лиц, которым доверено текущее руководство компанией. Это такой комплекс соответствующих мер и правил, которые помогают акционерам контролировать руководство компании и влиять на менеджмент с целью максимизации прибыли и стоимости предприятия [3].

Корпоративное управление как один из видов контроля состоит из внешних (например, корпоративное законодательство) и внутренних (например, мониторинг и аудит) механизмов. Благодаря их работе реализуется важная задача корпоративного управления - сформировать положительный имидж организации и увеличить ее конкурентоспособность.

В.Д. Секерин выдвинул такое понятие корпоративного управления: это система отношений между акционерами банка, членами совета директоров, исполнительными органами и клиентами банка, а также другими заинтересованными лицами (стейкхолдерами). Эти отношения должны быть основаны на управлении и подотчетности, контроле и ответственности [3].

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод о том, что все понятия объединяет одно: суть корпоративного управления в коммерческом банке заключается в возможности эффективного контроля деятельности менеджмента, что будет способствовать увеличению капитализации банка.

В секторе банковской деятельности действует общепризнанная в мире организация – Базельский комитет по банковскому надзору. Он занимается разработкой различных рекомендаций по корпоративному управлению в банках.

Базельским комитетом был опубликован ряд рекомендаций, которые помогают решить организационные вопросы совершенствования корпоративного управления. В них представлены основополагающие принципы, благодаря которым организуется внутренний аудит коммерческого банка. Основной сферой компетенции внутреннего аудита должна быть проверка и оценка эффективности и адекватности системы внутреннего контроля и способов выполнения ею своих функций, анализ рисков внутреннего контроля [1].

Российское законодательство также уделило немало внимания совершенствованию корпоративного управления. Еще в 1995 году начал действовать Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26.12.1995г. №208-ФЗ. В закон ежегодно вносятся изменения и поправки, что свидетельствует о том, что законодательство не стоит на месте.

Также был разработан Федеральный закон «О страховании вкладов физических лиц в банках РФ» от 28.12.2003 г. №177-ФЗ, защищающий права вкладчиков, а также устанавливающий основы функционирования системы обязательного страхования вкладов физических лиц в России и регулирующий отношения между вкладчиком и банками.

Существуют и другие законодательные акты, которые в немалой

степени способствуют повышению качества корпоративного управления в коммерческом банке.

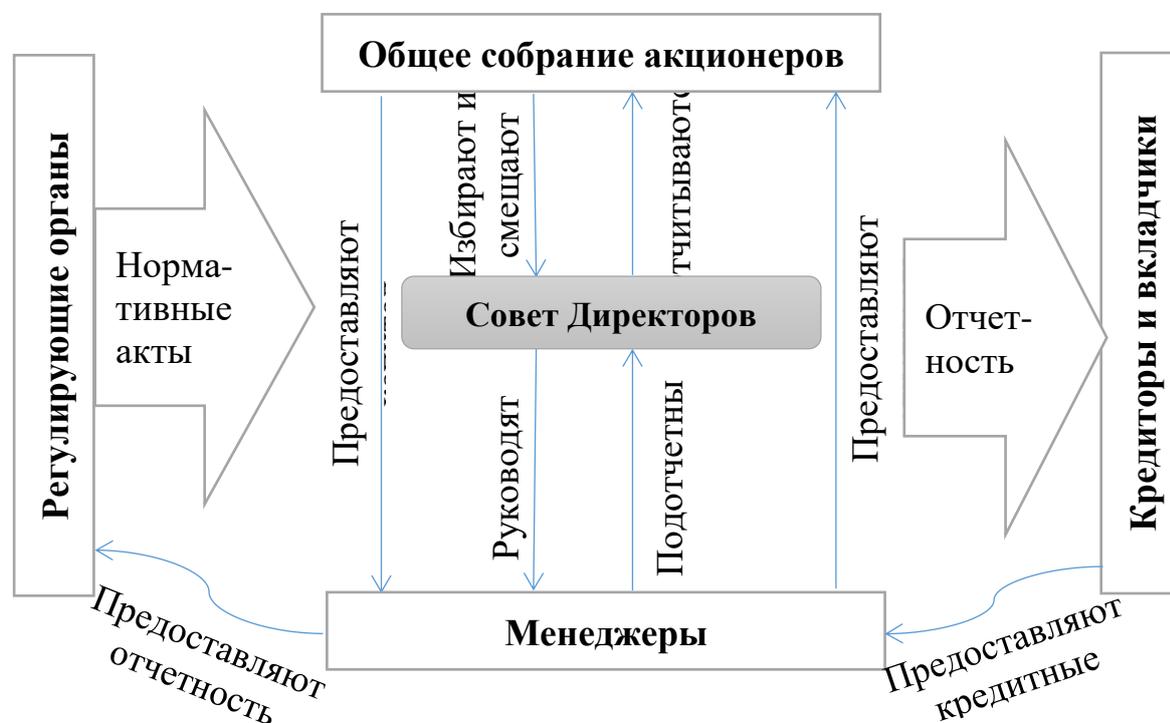


Рисунок. Система корпоративного управления в коммерческом банке [2]

Всем известно, что деятельность любой компании зависит не только от выбранной стратегии или руководства. Для эффективного функционирования важно создание такой системы корпоративного управления, которая бы осуществляла действенный контроль над деятельностью банка и использовала наиболее результативные методы достижения поставленных целей.

Ведь инвесторы, вкладывающие средства в компанию, не станут вкладывать их, посчитав функционирование механизмов корпоративного управления банком неэффективным.

Они хотят, чтобы банк, в который они вкладывают свои средства, имел достаточный уровень информационной прозрачности, четкости и ясности при принятии решений.

Инвесторам важно видеть, что все требования и методы управления соответствующим образом закреплены во внутренних документах банка. Это будет служить основой их доверия банку.

Банки могут получить гораздо больше прибыли только за счет совершенствования корпоративного управления, так как многие инвесторы готовы платить больше за акции компаний с хорошим качеством

корпоративного управления [4]. Ведь банки с хорошей репутацией стоят намного дороже. Благодаря ей банки будут способны привлечь гораздо больше инвестиционных средств клиентов.

Сегодня в каждом банке есть свой Кодекс корпоративного поведения, который реализует основополагающие принципы корпоративной этики, такие как:

- уважение права собственности и законных интересов акционеров банка, а также его клиентов;
- открытость информации (если это не запрещено законом);
- создание доверия в отношениях, возникающих в связи с управлением акционерным обществом;
- поддержание финансовой стабильности и прибыльности банка;
- подотчетность, справедливость, ответственность, законность.

Следование Кодексу помогает расширить перспективы развития коммерческого банка, а также решить проблемы, возникшие между акционерами и менеджерами.

Система взаимоотношений, которые бы определялись уровнем корпоративного управления в коммерческих банках, в России начала формироваться относительно недавно. В связи с этим можно выделить определенные тенденции ее развития в банках:

1) повышение качества оценки рисков банком. Для коммерческого банка, особенно в кризисный период, очень важно улучшить качество управления рисками различного рода. Особенно банки озабочены проблемой риска несоблюдения действующего законодательства, кодексов поведения и регулирующих положений;

2) повышение прозрачности предоставляемой отчетности. Для этого каждому банку необходимо разработать собственную информационную политику для обеспечения заинтересованных лиц необходимой информацией. Соблюдение баланса между предоставляемой информацией и коммерческой тайной;

3) развитие системы планирования, контроля и управления рисками;

4) повышение важности роли корпоративного управления в банке для контроля над всем спектром сделок, а также для повышения конкурентоспособности на рынке банковских услуг.

Совершенствование корпоративного управления остается одной из немаловажных задач коммерческого банка. Грамотно разработанная система корпоративного управления в банке будет способствовать благоприятному климату компании, притоку инвестиций, а также способности наилучшим образом использовать имеющиеся ресурсы.

Использованные источники:

1. Заварихин Н.М. Внутренний аудит в системе корпоративного управления коммерческим банком//Н.М. Заварихин, Е.В. Щербакова/ Аудит и финансовый анализ, 2010 №2

2. Заварихин Н.М.. Совершенствование корпоративного управления в коммерческом банке// Заварихин Н.М., Останкин М.Н./ Деньги и кредит. 2007 № 2.
3. В.Д. Секерин, С.С. Голубев. Банковский менеджмент. Учебник. 2016.
4. crb.ru/sbrfr/archive/fsfr/ffms/ru/legislation/corp_management_study/index.htm
- 1 – сайт ЦБ РФ. Статья «Корпоративное управление: история и практика».
5. <http://economy-lib.com/povyshenie-effektivnosti-raboty-kommercheskogo-banka-na-osnove-sovershenstvovaniya-korporativnogo-upravleniya#ixzz4AuawppTt>. Васильев Е.С. Диссертация - Повышение эффективности работы коммерческого банка на основе совершенствования корпоративного управления, 2012 г.
6. McKinsey and Co., Investor Option Study, June 2000

Кузьмин И.В.
младший научный сотрудник
Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Институт социально-экономического
развития территорий Российской академии наук
Российская Федерация, г. Вологда

СОТРУДНИЧЕСТВО В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Рассмотрены специфика, пути развития сотрудничества в инновационной сфере, осуществлена его типизация. Обобщён российский опыт в сфере мер поддержки международного сотрудничества. Представлен ряд выводов о возможном учёте выявленных особенностей в инновационной политике.

Ключевые слова: государственное управление, инновации, международное сотрудничество.

Kuzmin I.V.
Junior researcher
Federal State Budget Institution of Science Institute of Socio-Economic
Development of Territories of Russian Academy of Sciences
Russian Federation, Vologda

INNOVATION COOPERATION AS A DIMENSION OF MODERN PUBLIC ADMINISTRATION

The article reviews characteristics of innovation cooperation, ways of its development, and proposes its types. It generalizes the Russian experience in the field of international cooperation support measures and presents a range of conclusions about possible applications of the identified features within innovation policy.

Key words: public administration, innovations, international cooperation.

Проведение анализа официальных статистических данных

свидетельствует, что инновационная деятельность в регионах и в РФ в целом не осуществляется интенсивно. Уровень инновационной активности в среднем в 2-3 раза ниже среднего уровня европейских стран и во многих случаях не превышает 10% [7]. Более того, в отдельных регионах могут быть сделаны предположения о тенденциях периодического уменьшения инновационной активности организаций. Доля предприятий, ведущих НИОКР, продолжает быть невысокой и в большинстве регионов СЗФО не превышает общероссийского уровня, т. е. десятой доли процента. Величина затрат на НИОКР, за исключением г. Санкт-Петербурга, также существенно уступает среднероссийским показателям [1; 6]. Во многом данные факты говорят о том, что в регионах не происходит перехода на путь инновационного развития. Увеличиваются потребности в укреплении мер поддержки инновационной деятельности на региональном уровне, повышении их конкретности и адресности.

В рамках исследования данных проблем, на наш взгляд, необходимо учитывать следующие аспекты. В ходе разработки и реализации механизмов развития инновационной деятельности важно предусматривать возможности создания специализированных мер, способных обеспечить воздействие не только на проблемы узкого характера, но и на целый комплекс проблем. В качестве подобной специализированной меры в современной инновационной деятельности выступает развитие кооперации её субъектов (инновационной кооперации) [3]. Кроме того, укрепление сотрудничества в инновационной сфере, в том числе международного, как показывает изучение классификаций методов государственного управления, выступает составной частью большей части существующих методов. Принимая во внимание уровень инновационного развития и научно-технологической обеспеченности производства в регионах РФ, можно вывести заключение о необходимости осуществления мер: 1) развития собственной технологической базы; 2) укрепления международных связей в целях задействования передовых мировых ресурсов и результатов инновационной деятельности. Разносторонний учёт второго названного аспекта стал важнейшей тенденцией последних десятилетий в инновационной политике государств, находящихся на лидирующих позициях инновационного развития. В странах – лидерах в этой области наблюдаются тренды активизации международной инновационной кооперации, развития связей в инновационной сфере между регионами [2].

Имеющиеся статистические показатели подтверждают заключения исследователей о тенденциях активизации инновационной кооперации в странах с опережающим уровнем инновационной активности. С учётом доступности данных, для сопоставления с РФ были отобраны государства, по которым имеются данные Росстата, с показателями инновационной активности выше 40% (страны – лидеры) (рис. 1, табл. 1).

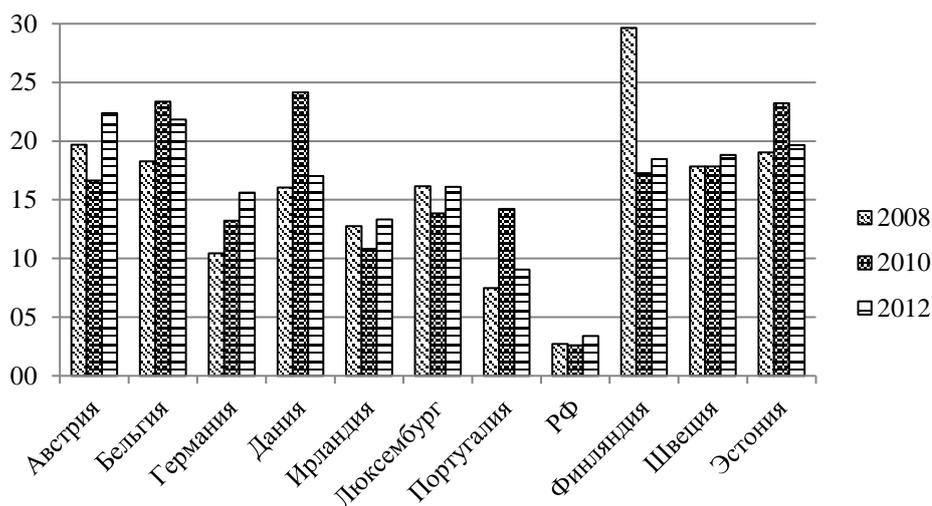


Рисунок 1 – Доля организаций, осуществлявших технологические инновации и участвовавших в сотрудничестве в сфере НИОКР
Источник: [1].

В данных государствах отмечается повышение доли организаций, осуществляющих проекты инновационной кооперации. При этом интенсификация процессов сотрудничества в инновационной сфере проявляется и в международной инновационной кооперации. Осуществление крупномасштабных инновационных проектов ввиду их сложности, продолжительности сроков реализации и больших затрат в современных условиях становится критически трудоёмкой в рамках регионов одного государства [2]. Данные тенденции делают перспективы экономического развития шире и, при развитии международного сотрудничества по выгодным для регионов направлениям, предоставляют возможности наращивания собственного инновационного потенциала.

Таблица 1 – Доля организаций, осуществлявших технологические инновации (ТИ), и удельный вес данных организаций, участвовавших в НИОКР с зарубежными партнёрами из ЕС, Индии, Китая, США (МНИОКР), %

Страна	Годы					
	2010		2011		2012	
	ТИ	МНИОКР	ТИ	МНИОКР	ТИ	МНИОКР
Австрия	42,9	11,2	43,9	19,6	39,3	16,8
Бельгия	47,9	21,7	51,6	14,3	46,5	22,2
Германия	63,8	2,2	64,2	3,0	55,0	2,5
Дания	42,5	н/д	42,9	н/д	38,1	16,8
Ирландия	44,9	2,7	46,8	7,9	42,3	10,4
Люксембург	46,0	12,2	50,0	13,0	48,5	4,9
Португалия	50,1	4,2	46,4	2,2	41,3	2,4
РФ	7,9	2,5	9,1	4,4	8,9	4,5
Финляндия	46,8	16,2	46,4	19,4	44,6	14,3
Швеция	44,7	17,2	48,5	15,5	45,2	11,1

Эстония	47,8	18,2	46,7	14,6	38,4	15,9
Источник: [1].						

В 2010 – 2011 гг. в большинстве рассматриваемых стран доля организаций, осуществляющих технологические инновации, увеличилась, что в Австрии, Германии, Ирландии, Люксембурге, РФ нашло отражение в активизации участия в международных НИОКР. В то же время, в целом за рассматриваемый период инновационная активность снизилась в 8 из 11 государств, а сокращение участия в международных НИОКР, если и наблюдалось, то в первую очередь в данных странах. Таким образом, хотя и не так очевидно, как в случае с общей интенсификацией инновационной кооперации, однако подтверждаются заключения о том, что современная инновационная деятельность сопровождается развитием международных проектов НИОКР.

В международном сотрудничестве в инновационной сфере одним из ключевых моментов выступает обмен опытом, в связи с чем сотрудничающие территории должны иметь определённые совместимые характеристики. Данный факт является подтверждением необходимости развития сотрудничества именно на региональном уровне, поскольку в каждом регионе существуют специфические потребности в получении и передаче различных ресурсов и результатов инновационной деятельности. Наглядным примером процесса регионализации является Европейский союз (ЕС), где проводится активная политика, направленная на повышение внимания к региональной специфике инновационного развития. В связи с этим, закономерным является заключение о необходимости разработки мер по развитию международного сотрудничества регионов в инновационной сфере [2]. В частности, требуются особые механизмы государственного управления, позволяющие активизировать инновационную деятельность российских регионов на основе развития международного сотрудничества.

Различия сотрудничества по формам и уровням осуществления является основанием для выделения типов сотрудничества в инновационной сфере:

1. Межгосударственный тип. Двусторонние и многосторонние международные соглашения и программы сотрудничества в инновационной деятельности. Заключаются и разрабатываются на уровне государства. Служат основой разработки специальных инициатив в рамках государственных программных документов.

2. Национальный тип. Национальные инициативы развития сотрудничества в инновационной деятельности. Реализуются федеральными структурами. Подразделяется на: 1) сотрудничество между отечественными субъектами инновационной деятельности; 2) сотрудничество между отечественными и зарубежными субъектами инновационной деятельности.

3. Региональный тип. Двусторонние и многосторонние международные соглашения и программы сотрудничества в инновационной деятельности.

Региональные инициативы развития сотрудничества в инновационной деятельности. Заключаются и разрабатываются на региональном уровне. Реализуются региональными структурами. Подразделяется на: 1) сотрудничество между региональными субъектами инновационной деятельности; 2) сотрудничество между региональными и зарубежными субъектами инновационной деятельности.

4. Корпоративный тип. Сотрудничество предприятий, научно-исследовательских организаций, вузов. Подразделяется на: 1) самостоятельное сотрудничество с отечественными субъектами инновационной деятельности; 2) самостоятельное сотрудничество с зарубежными субъектами инновационной деятельности.

В РФ накоплен опыт реализации обширного перечня мер государственной инновационной политики. Исследование тенденций развития последней позволяет выделить развитие сотрудничества в инновационной сфере в отдельное направление современного государственного управления инновационной деятельностью. Можно говорить о том, что в данной области за последние десятилетия создан определённый задел для последующей интенсификации инновационной деятельности с помощью соответствующих инструментов. К основным принимаемым мерам относятся:

1. Международные конкурсы, проводимые при участии органов власти и управления и организаций инновационной инфраструктуры РФ. Ежегодно Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере проводится реализация механизма международного сотрудничества, предполагающего проведение конкурсов на выполнение НИОКР. Данные отчётов Фонда свидетельствуют о более чем двукратном увеличении количества международных проектов НИОКР, ежегодно получающих финансирование. Возрастает и общий объём финансирования проектов [5].

2. Реализация федеральных целевых программ. В рамках данных мер крупнейшим инструментом реализации международных проектов НИОКР (предполагающим, однако, меньшую ориентацию на прикладные исследования) являются ежегодные мероприятия, осуществляемые Российским фондом фундаментальных исследований (РФФИ), Российским гуманитарным научным фондом (РГНФ). Меры поддержки начал оказывать Российский научный фонд (РНФ). Международные проекты осуществляются в целях развития международных связей учёных и организаций РФ, что, в свою очередь, призвано обеспечить повышение значимости научных результатов до мирового уровня. Данные отчётов РФФИ за последние годы свидетельствовали о росте внимания, уделяемого направлению реализации международных научно-исследовательских проектов. Несмотря на сокращение количества ежегодно поддерживаемых проектов, общая сумма финансирования, выделяемого на поддержку международных исследований,

значительно возросла [4].

3. Взаимодействие РФ и других стран на основе соглашений между правительствами стран и регионов, их министерствами, организациями инновационной инфраструктуры и т.д. Например, в рамках государственной программы РФ «Развитие науки и технологий» на 2013 – 2020 гг. предусмотрена подпрограмма «Международное сотрудничество в сфере науки», предполагающая участие РФ в реализации межгосударственной целевой программы Евразийского экономического сообщества «Инновационные биотехнологии», в крупных международных проектах НИОКР по строительству и эксплуатации установки Европейского рентгеновского лазера на свободных электронах, установки «Европейский источник синхротронного излучения» и др.

4. Заключение соглашений о сотрудничестве субъектами РФ с зарубежными регионами. Например, в Вологодской области такие соглашения в последние годы были подписаны с регионами Австрии, Латвии, Республики Беларусь. Тем не менее, в рамках данных соглашений направления развития сотрудничества в инновационной сфере не конкретизированы, а реализация инновационных проектов, как правило, не предусматривается. Кооперация сводится к обмену информацией, установлению контактов, организации визитов делегаций экспертов в сферах общих интересов, проведению совместных международных мероприятий.

5. Специализированные сети трансфера технологий как инструменты обмена знаниями между субъектами инновационной деятельности. Примером организации сети трансфера технологий в РФ является Российская сеть трансфера технологий (RTTN). Центры трансфера технологий, входящие в RTTN и создаваемые в регионах РФ, предоставляют субъектам инновационной деятельности информационно-консультационную поддержку в области возможностей трансфера инноваций и знаний в целях расширения инновационной кооперации между российскими и зарубежными организациями.

Рассмотрение имеющегося в РФ опыта позволяет заключить, что в отечественной практике особенностью международной инновационной кооперации является преобладание мер национального и наднационального уровней, что, наряду с жёсткой системой условий участия, создаёт препятствия к использованию региональными субъектами инновационной деятельности предоставляемых возможностей. Существенной проблемой остаётся поиск надёжных зарубежных контрагентов, поскольку заявки на участие, как правило, предполагают, что у предприятий уже имеются зарубежные партнёры. При этом в нормативных правовых документах в области инновационного развития отдельных регионов существуют обоснования направлений и целей развития международного сотрудничества.

Требуется разработка комплексных региональных механизмов, создающих условия для развития сотрудничества субъектов инновационной

деятельности с зарубежными партнёрами и предусматривающих, в т. ч.: предоставление преференций участникам кооперации; предоставление государственных ресурсов на нужды инновационных взаимодействий; совершенствование законодательных основ инновационных взаимодействий; отладку соответствующих инфраструктурных элементов; развитие связей с инновационными сетями и программами высокоразвитых стран и их регионов; оказание систематической информационно-консультационной поддержки по организации и углублению инновационной кооперации. В качестве инструментов сотрудничества возможно использовать рамки уже имеющихся программных документов, создавать региональные инициативы поддержки проектов, предполагающих развитие инновационной кооперации. Кроме того, целесообразно наладить мониторинг международного сотрудничества в инновационной сфере в региональном разрезе и выявление возможностей подключения субъектов РФ к международным инновационным программам и проектам, поскольку разработка и отладка механизмов развития сотрудничества требует информации о текущем положении дел, оценки уровня сотрудничества.

Использованные источники:

1. Индикаторы инновационной деятельности. 2014 [Текст] : стат. сб. – М. : НИУ ВШЭ, 2014. – 472 с.
2. Международное научно-техническое сотрудничество: региональный аспект (на примере Северо-Западного федерального округа РФ и Республики Беларусь) [Текст] / К.А. Задумкин, С.В. Теребова, В.В. Гончаров, В.А. Колотухин, Д.В. Никеев. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2012. – 154 с.
3. Миндели, Л.Э. Совершенствование государственной научно-технической политики в процессе формирования национальной инновационной системы / Л.Э. Миндели, В.А. Васин // Инновации. – 2008. – №1. – С. 43-55.
4. Отчёт о деятельности Российского фонда фундаментальных исследований за 2014 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rfbr.ru/rffi/ru/about/n_770
5. Отчёты Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере за 2010-2013 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fasie.ru/o-fonde/otchety-fonda>
6. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2015 [Текст]: стат. сб. / Росстат. – М., 2015. – 1266 с.
7. Россия и страны мира. 2012 [Текст] : стат. сб. / Росстат. – М., 2012. – 380 с.

*Кулыгина Е.В.
магистрант 2 курса
Сленьков В.А., к.т.н.
научный руководитель, доцент
кафедра СТиАД*

*Институт строительства и архитектуры
Поволжский государственный технологический университет
Россия, г. Йошкар-Ола*

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ПОЯВЛЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ РАБОТ ПРИ ВОЗВЕДЕНИИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ НА ПРИМЕРЕ РЕКОНСТРУКЦИИ ВОЕННОГО ГОСПИТАЛЯ

В статье рассматривается такое понятие как дополнительные работы, а также приводятся причины их появления в строительной практике.

The article discusses such a thing as additional works and the reasons for their appearance in the construction practice.

Ключевые слова: строительство, сметная стоимость, судебная строительно-техническая экспертиза

Keywords: construction, estimated cost, judicial construction technical expertise

Как показывает практика, при реконструкции строительных объектов имеет место большее количество неучтенных работ, чем при новом строительстве. Это происходит в связи с тем, что после длительного срока эксплуатации довольно сложно учесть все работы из-за износа уже существующих конструкций.

Дополнительные работы необходимо рассматривать в узком юридическом смысле, предусмотренном статьей 743 ГК РФ. Выделить основные элементы, которые характеризуют работы как дополнительные, можно следующим образом [1]:

- работы, которые выполнены в ходе строительства и не учтены в проектной технической документации;

- работы, относящиеся к заключенному договору строительного подряда и не являющиеся самостоятельными по отношению к работам, на выполнение которых заключен договор;

- выполненные работы, которые приводят к увеличению сметной стоимости строительства;

- работы, без проведения которых продолжение строительства невозможно.[2]

Объектом исследования явилось реконструированное здание военного госпиталя с устройством мансардного этажа. Такая полномасштабная реконструкция госпиталя проведена впервые за 63 года, поэтому в ходе

строительства подрядчик столкнулся с необходимостью выполнения дополнительных работ, не учтенных в проектно-сметной документации.

Путем анализа выявленных дополнительных работ, были классифицированы причины, по которым они появились:

Во-первых, дополнительные работы выполнялись из-за корректировки руководящих документов в ходе строительства, такие как:

- изменение функционального назначения помещений,
- создание дополнительных сестринских постов,
- установка автоматической системы пожарной сигнализации и системы дымоудаления,
- организация видеонаблюдения;

Во-вторых, несовершенство решений по проекту реконструкции госпиталя. В сметной документации не были предусмотрены работы :

- демонтаж перегородок,
- устройство нового крыльца,
- разборка полов,
- также фактические объемы по кладке стен, оказались больше указанных в ведомостях объемов работ.

Общее число случаев несоответствия проектных решений и фактически выполненных ремонтно-строительных работ составило 135;

В-третьих, по просьбе заказчика:

- закладка и пробивка проемов,
- демонтаж дверей,
- работы по устройству вентиляционных шахт и т.д.

Дополнительные работы – один из рисков, с которым может столкнуться любой подрядчик, но лишь грамотный подход к ситуации, заключающийся в точном выполнении требований Гражданского Кодекса РФ, а также соответствующих типу договора подряда Федеральных законов, приведет к тому, что данные работы будут оплачены.

Использованные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (в ред. от 05.05.2014) // Собрание законодательства Российской Федерации. - 1994.
2. Нефедова Т. Дополнительные работы по договору строительного подряда: что ждет подрядчика / "Жилищное право", 2011, N 11/

*Кунжуева П.С.
студентка 3 курса
направление «Менеджмент» 1гр.
Магомедова З.О.
доцент*

*ФГБОУ ВПО «Дагестанский Государственный Университет»
РФ, Республика Дагестан, г. Махачкала*

ОСОБЕННОСТИ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА ПРЕДПРИЯТИЯ

Основной целью анализа баланса - является выявление и раскрытие информации о финансовом состоянии хозяйствующего субъекта и перспективах его развития, необходимой для принятия эффективных решений заинтересованными пользователями отчетности.

Необходимыми условиями успешного анализа баланса являются:

- понимание хозяйственно-экономических условий анализируемого предприятия и целей его развития;
- использование информации о принципах учета и формирования отчетности (учетная политика);
- владение методикой анализа баланса.

Методика анализа баланса предусматривает следующие основные этапы:

1 этап: анализ динамики и структуры актива и пассива бухгалтерского баланса.

В ходе анализа целесообразно определить темпы роста наиболее значимых статей (групп) баланса и сравнить полученные результаты с темпами роста выручки от продаж. Важным направлением анализа является вертикальный анализ баланса, в ходе которого оцениваются удельный вес и структурная динамика отдельных групп и статей актива и пассива баланса.

«Хороший» баланс удовлетворяет следующим условиям:

- ✓ валюта баланса в конце отчетного периода увеличивается по сравнению с началом периода и темпы роста ее выше уровня инфляции, но не выше темпов роста выручки;
- ✓ при прочих равных условиях темпы роста оборотных активов выше, чем темпы роста внеоборотных активов и краткосрочных обязательств;
- ✓ размеры и темпы роста долгосрочных источников финансирования (собственного и долгосрочного заемного капитала) превышают соответствующие показатели по внеоборотным активам;
- ✓ доля собственного капитала в валюте баланса не ниже 50%;
- ✓ размеры, доля и темпы роста дебиторской и кредиторской задолженности примерно одинаковые.

При анализе баланса следует учитывать изменения в методологии ведения учета и в налоговом законодательстве, а также положения учетной политики организации.

2 этап: анализ финансовой устойчивости организации.

Предполагает расчет следующих показателей, характеризующих финансовую деятельность:

1) Абсолютные показатели:

- наличие реального собственного капитала (чистых активов);
- наличие собственных оборотных средств;
- наличие чистого оборотного капитала.

2) Относительные показатели финансовой устойчивости - это коэффициенты финансовой устойчивости (финансовой структуры капитала). Система основных показателей для анализа финансовой устойчивости:

- Собственный оборотный капитал (собственные оборотные средства)
 - Чистый оборотный капитал
 - Чистые активы: ЧА
 - Коэффициент автономии (финансовой независимости, концентрации собственного капитала)
 - Соотношение заемных и собственных средств (коэффициент финансового левериджа)
 - Коэффициент сохранности собственного капитала
 - Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (чистым оборотным капиталом)

3 этап: анализ ликвидности баланса и платежеспособности предприятия.

Ликвидность баланса означает наличие оборотных средств в размере, потенциально достаточном для погашения краткосрочных обязательств. Ликвидность баланса является основой платежеспособности организации. Оценка ликвидности баланса может производиться различными методами, в том числе на основе расчета основных коэффициентов ликвидности.

В расчет каждого из коэффициентов включаются определенные группы оборотных активов, различающихся по степени ликвидности (т.е. способности трансформироваться в денежные средства в ходе производственно-коммерческого цикла).

4 этап: анализ состояния активов.

В рамках анализа бухгалтерского баланса необходимо провести анализ состава, структуры и эффективности использования внеоборотных и оборотных активов. Для оценки эффективности оборотных активов применяются показатели рентабельности и оборачиваемости.

Для оценки оборачиваемости оборотных средств в целом можно рекомендовать следующие показатели:

- Коэффициент оборачиваемости оборотных средств
- Период оборота оборотных средств

Анализ динамики, состава и структуры внеоборотных активов по балансу должен быть дополнен анализом основных средств.

5 этап: анализ деловой активности.

Оценка деловой активности может быть проведена по следующим направлениям:

1. по уровню эффективности использования ресурсов (уровню и динамике фондоотдачи, производительности труда, рентабельности и других показателей). Наиболее важные в этой группе - показатели оборачиваемости активов и капитала;

2. по соотношению темпов роста прибыли, оборота и авансированного капитала.

3. по специальным показателям, характеризующим деловую активность (коэффициентам устойчивости экономического роста, способности самофинансирования, инвестиционной активности).

6 этап: диагностика финансового состояния предприятия.

Наиболее распространенными подходами к диагностике финансового состояния являются: оценка возможности восстановления (утраты) платежеспособности и использование дискриминантных математических моделей вероятности банкротства.

1. Для оценки возможности восстановления (утраты) платежеспособности рассчитываются два базовых показателя: коэффициент текущей ликвидности и коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами.

2. Дискриминантные математические модели вероятности банкротства. В современной литературе по финансовому анализу предлагается целый ряд западных и российских моделей. К примеру, модель Альтмана для производственных предприятий, акции которых не котируются на бирже. Практика применения этой модели при анализе российских предприятий показала возможность ее использования и наибольшую реальность получаемых значений по сравнению с другими западными моделями.

Таким образом, анализ баланса преследует две основные цели.

1) получение информации о способности предприятия зарабатывать прибыль. Данный аспект является принципиально важным при решении вопросов о выплате дивидендов, возможности расширения и развития бизнеса.

2) получение информации об имущественном и финансовом состоянии предприятия, т. е. о его обеспеченности источниками для получения прибыли.

Проведение анализа по обоим направлениям должно показать, насколько устойчиво функционирует предприятие.

Использованные источники:

1. Ефимова О.В. Как анализировать финансовое положение предприятия. - М.: Бизнес-школа, 2013г.
2. Ефимова О.В. Анализ финансовой отчетности. – М.: Омега-Л, 2012г
3. Статья-автор: Алевтина Вениаминовна Зонова «Анализ бух. Баланса»
4. <http://afdanalyse.ru>

5. Интернет ресурсы

*Курбан Е.А.
студент магистратуры
УО “Полесский государственный университет”
Республика Беларусь, г. Пинск*

БАНКОВСТРАХОВАНИЕ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье рассматривается один из перспективных видов взаимодействия банков и страховых организаций – “банкострахование”, широко распространенное в зарубежной практике. Выявлены преимущества такого взаимодействия для всех участников, а также основные показатели развития “банкострахования” в Республике Беларусь.

Ключевые слова: банкострахование, банк, страховая компания.

*Kurban E.A., student of a magistracy
"Polesia State University",
Republic of Belarus, Pinsk*

BANKOVSTRAKHOVANIYE AS NECESSARY CONDITION OF MODERN DEVELOPMENT OF REPUBLIC OF BELARUS

In article one of perspective types of interaction of banks and insurance companies – "bancassurance", widespread in foreign practice is considered. Advantages of such interaction to all participants, and also the main indicators of development of "bancassurance" in Republic of Belarus are revealed.

Keywords: bancassurance, bank, insurance company.

Финансовые посредники, в частности банки и страховые компании, находятся в процессе постоянной трансформации, что объясняется изменениями на финансовом рынке в целом. Необходимость трансформационных процессов, в свою очередь, поясняется необходимостью постоянного усовершенствования организационной структуры, бизнес-процессов, качества финансового обслуживания клиентов, с учетом современных требований рынка. Таким образом, одной из важнейших составляющих успешной деятельности финансовых посредников является расширение ассортимента предлагаемых услуг и усовершенствование процесса их предоставления, чему и способствует сотрудничество банков и страховых компаний по концепции “bancassurance”.

Цель статьи - анализ особенностей и перспектив сотрудничества банков и страховых компаний на финансовом рынке Республики Беларусь, основываясь на зарубежном опыте.

Сущность “bancassurance” заключается в интеграции банков и страховых компаний с целью координации продаж, совмещения страховых и банковских продуктов, каналов их распространения или выхода на одну и ту же клиентскую базу, а также доступа к внутренним финансовым ресурсам

партнёра [1].

Самый успешный подход к модели банковского страхового сотрудничества с точки зрения европейского финансового рынка заключается в том, что банк использует свои каналы для распространения стандартных продуктов страхования жизни и пенсионного обеспечения. Существует тенденция превращения финансовых институтов в организации, предлагающие клиентам множество продуктов по различным каналам. Развитие такой тенденции приведет к тому, что банки и страховые компании будут продолжать образовывать союзы. Так, например, немецкая компания “Allianz Versicherung” способствовала слиянию двух крупнейших банков страны: “Deutsche Bank” и “Dresdner Bank”, – так как вновь образованный банк должен был предоставить ей доступ к своей объединенной сети по обслуживанию населения. Процесс банковского страхования в Европе успешно развивается. По мнению финансовых аналитиков из лондонского офиса “Moody's Investor” французские банковские страховщики добились больших успехов, в распространении стандартных страховых продуктов. Продукты, которые они предлагают, в высшей степени стандартизированы и пользуются большим спросом, они доступны пониманию клиентов и легко продаются [2].

На сегодняшний день освоение “банкостраховых” операций является достаточно актуальной задачей для белорусского рынка финансовых услуг. Так как в условиях постоянно возрастающей конкуренции, интеграция коммерческих банков и страховщиков, благодаря реализации общих продуктов, позволит генерировать дополнительные доходы для обоих финансовых учреждений.

Рассмотрим объемы совокупных активов финансового сектора Республики Беларусь и увидим, что активы банковских учреждений намного превосходят активы страховщиков (диаграмма 2).



Источник данных: [НБ РБ]

Опираясь на результаты проведенного анализа можно утверждать, что совокупные активы финансового сектора в основном представлены банками

и значительно в меньшей степени страховщиками. Это объясняется относительно непродолжительным промежутком времени формирования рыночных отношений.

В современных условиях развития финансового рынка интеграционные процессы существенно ограничиваются законодательно-нормативным регулированием банковской и страховой сфер деятельности. Согласно белорусскому законодательству, банку и страховой компании запрещено объединяться в единую группу, однако разрешено выполнять функции страхового агента, что может стать основой партнерских отношений между банковским учреждением и страховщиком по концепции “bancassurance”. В отличие от опыта зарубежных стран, реализация “bancassurance” в Республике Беларусь предусматривает, главным образом, сочетание банковских услуг с обязательными страховыми продуктами. Специфика развития “банкострахования” в отечественных условиях обусловлена нераспространенностью страхования, несовершенством законодательства, недоверием клиентов к страховщикам, непрозрачностью страховых услуг и тому подобное.

Опираясь на результаты проведенного анализа можно утверждать, что на сегодняшний день банки и страховые компании в Республике Беларусь сотрудничают в ограниченных масштабах. Наиболее распространена продажа стандартных страховых продуктов (зеленая карта, страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств, страхование имущества) через кассы банков. При более сильной интеграции возможен вариант открытия при банке представительства страховой компании, которое могло бы предлагать практически весь набор страховых услуг. Однако сотрудничество между указанными финансовыми посредниками на основе агентского соглашения можно рассматривать как начальный этап для дальнейших интеграционных процессов в финансовом секторе Республики Беларусь. “Банкострахование” выгодно как для банков, так и для страховых компаний: во-первых, возрастает надежность всех финансовых операций, проводимых страховой компанией и банком; во-вторых, банк и страховая компания получают взаимный доступ к новым каналам сбыта; в – третьих, расширяется спектр услуг, появляется возможность внедрять новые совместные продукты (страхование кредитов, вкладов, пластиковых карт, лизингового имущества и т.п.).

Использованные источники:

1. Марченко, О.В. Особенности интеграции банков и страховых компаний на финансовом рынке Украины / О.В. Марченко // Экономика и управление. — 2013. — № 4 (36). — С. 10—14;
2. Ивакина А. В. Применение комбинации банковской и страховой деятельности на основе зарубежного опыта // Интернет ресурс: <http://confcontact.com/>;
3. Донецкова О.Ю., Помогаева Е.А. Банкострахование. Учебное пособие.

- М.: Директ-Медиа, 2013. - 84 стр.;

4. Макаренко Е. Основы взаимодействия банков и страховых компаний // Интернет ресурс: <http://www.insur-info.ru/>.

Курбан Е.А.
студент магистратуры
УО "Полесский государственный университет"
Республика Беларусь, г. Пинск

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ "БЕЛГОССТРАХ"

Статья посвящена рассмотрению видов рисков страховой компании и методов их регулирования. Без эффективной системы управления рисками невозможно обеспечить надёжность и финансовую устойчивость страховой компании. Таким образом, высокая подверженность страховых компаний убыткам свидетельствует о необходимости грамотного управления рисками.

Ключевые слова: страхование, риск, страховой случай, страховые взносы, страховые выплаты.

Kurban E.A., student of a magistracy
"Polesia State University",
Republic of Belarus, Pinsk

RISK MANAGEMENT IN INSURANCE COMPANY ON THE EXAMPLE OF "BELGOSSTRAKH"

The article deals with the types of risks the insurance company and their regulation. Without an effective risk management system can not be achieved nadèzhnost and financial stability of the insurance company. Thus, the high exposure of insurance companies losses demonstrates the need for a competent risk management.

Keywords: insurance, risk, insured event, premiums, insurance fees, insurance payments.

Финансовые институты, как страховые организации, подвержены влиянию и негативному воздействию рисков фактически с двух сторон: с одной стороны, они принимают на себя чужие риски, которые им передаются по различным договорам страхования и перестрахования, а с другой – в процессе инвестиционной и иной деятельности у страховщика возникают его собственные финансовые риски, связанные с невозвратом вложенных средств или недополучением прибыли. [1]. *Страхование* – отношения по защите имущественных интересов граждан РБ, иностранных граждан, лиц без гражданства, организаций, в том числе иностранных и международных, а также РБ и ее административно-территориальных единиц, иностранных государств при наступлении определенных событий (страховых случаев) за счет страховых резервов, формируемых страховщиками из уплачиваемых страховых взносов (страховых премий). С ростом объемов страхования

увеличивается доля финансовых потоков по страховой и инвестиционной деятельности страховщика. Таким образом, при управлении финансовыми потоками необходимо учитывать показатели рисков, присущих страховой организации и способных повлиять на эффективность ее деятельности. В указе Президента Республики Беларусь №530 “О страховой деятельности” страховой риск определяют как предполагаемое событие, обладающее признаками вероятности и случайности, на случай наступления которого осуществляется страхование. В свою очередь страховой случай определяют как предусмотренное в договоре страхования или законодательстве событие, при наступлении которого у страховщика возникает обязанность произвести страховую выплату страхователю (застрахованному лицу, выгодоприобретателю) [2].

За 2011 год страховых взносов поступило в размере 1166,6 млрд. рублей, из них выплачено страхового возмещения 741,0 млрд. рублей (63,5 %); за 2012 год страховых взносов поступило в размере 2142,6 млрд. рублей, из них выплачено страхового возмещения 1125,2 млрд. рублей (52,5%); за 2013 год 3220 млрд. рублей – 1589,7 млрд. рублей (49,3%) соответственно; за 2014 год 3483,6 млрд. рублей – 1793,5 млрд. рублей (51,4%) соответственно; за 2015 год 3964,5 млрд. рублей – 2450,7 млрд. рублей (61,8 %) соответственно. За рассматриваемый период больше всего выплат произведено в 2011 году – 63,5 %, что на 1,7 % больше чем в 2015 году. Несмотря на это со всеми заявленными уцербам компания “Белгосстрах” справилась.

В таблице 1 представлены данные о страховых взносах и выплатах в разрезе видов страхования за период 2015 год по договорам страхования и сострахования, по рискам, принятым в перестрахование, по рискам, переданным в перестрахование.

Таблица 1 – Поступление страховых взносов и выплаты страхового возмещений по договорам прямого страхования, сострахования и перестрахования за период 2015 год (млн. рублей)

Виды страхования	По договорам страхования и сострахования		По рискам, принятым в перестрахование		По рискам, переданным в перестрахование	
	Взнос	Выплата	Взнос	Выплата	Взнос	Выплата
Имущественное страхование	855689,4	416938,5	5149,3	1545,0	84294,0	12052,2
Личное страхование	258342,2	150653,7	225,1	440,3	-	-
Страхование ответственности	109777,1	22145,0	616,9	-	26447,1	1681,2

Примечание – Источник: собственная разработка

Компания “Белгосстрах” по итогам 2015 года больше передала на перестрахование рисков, чем приняла, также на протяжении всего рассматриваемого периода компания смогла погасить все претензии, которые

были предъявлены, что говорит о достаточно хорошем уровне управления рисками. В структуре компании управлением рисками занимается отдел “Управление безопасности страховой деятельности” [4]. Кроме того, в соответствии с указом Президента №530 “О страховой деятельности” для обеспечения выполнения принятых на себя страховых обязательств страховая организация образует страховые резервы. Из начисленных (поступивших) страховых взносов: по видам страхования, относящимся к страхованию жизни, - математические резервы; по видам страхования, не относящимся к страхованию жизни, - технические резервы; по обязательному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний, обязательному страхованию с государственной поддержкой урожая сельскохозяйственных культур, скота и птицы - специальный страховой резерв. Из прибыли, полученной от осуществления инвестиций посредством вложения средств математических резервов по видам страхования, относящимся к страхованию жизни, и их размещения, - резерв дополнительных выплат [2].

В целом, в работе по управлению рисками в страховании можно выделить следующие этапы: 1. Выявление рисков, которое предусматривает идентификацию рисков по сферам их возникновения; 2. Оценка рисков, которая проводится с помощью различных методов, применяемых в условиях определенности, в условиях частичной неопределенности и в условиях полной неопределенности; 3. Управление рисками. На данном этапе выбираются инструменты и методы управления рисками; 4. Мониторинг и контроль рисков. На последнем этапе оценивается текущее изменение рисков, в случае необходимости корректируются планы, изменяется тактика поведения страховой компании на рынке [3]. Управление рисками в страховой компании играет важную роль, так как оценка и осуществление мероприятий по их предотвращению, минимизации и компенсации в отношении различных субъектов хозяйственной деятельности является базовой функцией страховщика. Снижение эффективности финансового менеджмента рисков страховых организаций обуславливает не только уменьшение средней нормы рентабельности бизнеса компаний, но и оказывает негативное влияние на их устойчивость, в целом дестабилизируя систему страхования.

Использованные источники:

1. Кайгородова Г.Н. Типология рисков страховой деятельности и подходы к их выявлению [Текст] / Г.Н.Кайгородова//Вестник Казанского государственного финансово-экономического института. - 2006. - №. 2. - С. 29-32.;
2. Указ Президента Республики Беларусь №530 от 25 августа 2006 года “О страховой деятельности”;
3. Казак А.Ю. Финансовые риски в страховом бизнесе: модели и методы оценки [Текст] /А.Ю.Казак, Ю.Э.Слепухина // Известия Уральского государственного университета. - 2010. - № 2(77). - С. 75-89;

4. Официальный сайт БРУСП “Белгосстрах” / [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://bgs.by>.

*Курнаков К.А.
студент гр. МАб-151, I курс*

*Соколов С.Д.
студент гр. МАб-151, I курс*

*Шутько Л.Г., к.э.н.
научный руководитель, доцент*

*Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева*

Россия, г. Кемерово

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМ ПО КОНТРОЛЮ ЭКСПЛУАТАЦИИ, МОНИТОРИНГА И ДИСПЕТЧЕРИЗАЦИИ АВТОТРАНСПОРТА. АВТОМАТИЗАЦИЯ КАРЬЕРНОГО ТРАНСПОРТА

Экономия бюджета при нынешнем политическом и экономическом положении нашего государства является насущным вопросом не только для больших компаний и корпораций, но и для средних, мелких предпринимателей. Это ключевая проблема для всех, кто связан с транспортом, пассажира и грузоперевозками. Над проблемами сокращения расходов на содержание, максимальной эффективности работы отдельных перевозчиков и транспортных предприятий работают несколько компаний, предлагающих комплексное обслуживание, системы диспетчеризации и контроля.

Одной из таких компаний является «АвтоСкан-Сиб», основное направление работы Кузбасской компании – спутниковый мониторинг транспорта через системы GPS/ГЛОНАСС. Различные комплекты оборудования и датчиков позволяют осуществлять сбор данных и контроль над различными системами и характеристиками транспортного средства. Таковыми являются: местоположение транспортного средства в реальном времени, маршруты передвижения (в случае нецелевого использования транспорта поможет выявить факты нарушения); расход топлива, заправки и сливы; точный фактический пробег автотранспорта, техническое состояние транспортного средства, обороты/работу/температуру двигателя (позволяет не «доводить до крайностей» технику, уменьшать возможность поломок на маршрутах); зоны перемещения автомобилей, голосовая связь с водителем (возможность связаться с диспетчером или руководителем, при желании оптимизировать маршрут); информация о срабатывании тревожной кнопки, установленной в автомобиле, удаленная блокировка двигателя (повышение безопасности).

Если обратиться к числовым данным, полученным в ходе анализа уже работающих систем в автотранспортных предприятиях по Кемеровской области, можно сделать следующий вывод: стоимость установки системы

ГЛОНАСС/GPS мониторинга «Автоскан» на одно транспортное средство примерно составляет 22 500 руб. Последующее абонентское обслуживание системы мониторинга обойдется 600 руб. в месяц за одно транспортное средство. Общие затраты на систему «Автоскан» в год – 29 700 руб. Можно предположить, что водитель, пытаясь обмануть систему, будет завышать около 20 км за смену (имея расход 40л/100км). Следовательно, хищение топлива за счет завышения километража будет составлять приблизительно 8 л. Отсюда: $(8л * 35р/л) = 280$ руб – такова переплата предприятия за топливо в 1 рабочую смену. При пятидневном рабочем графике (250 дней) в год переплата за топливо составляет уже 70 000 руб. Нетрудно посчитать, за какое время окупится установка и обслуживание системы, выходит около 106 дней. Использование системы мониторинга позволяет экономить автотранспортному предприятию более 40 000 руб. в год (при использовании на одном ТС). Однако необходимо учитывать, что чем больше водитель будет завышать километраж, тем больше сэкономит предприятие после установки современных разработок, предлагаемых компанией «АвтоСкан-Сиб».

Кроме комплексного контроля общественного транспорта, компания предлагает различные системы мониторинга для специализированного автотранспорта, например, жилищно-коммунального хозяйства. Использование системы на таком транспорте поможет контролировать скорость движения, узнать о процессе сбора бытовых отходов в определенных пунктах и точках, рационально использовать средства типа “антилед” (позволит снизить расход средства).

«АвтоСкан-Сиб» не единственная компания, занимающаяся внедрением инновационных технологий в транспортной отрасли. Известной на международном рынке является Компания «ВИСТ Групп». Одно из основных направлений компании (помимо мониторинга карьерного транспорта) – внедрение автоматизированной системы управления горнотранспортными комплексами «Карьер». Система разработана для специализированной горнодобывающей техники. Геологические и климатическиеприродные условия добычи полезных ископаемых с каждым годом становятся все более сложными, горнодобывающие компании все чаще задумываются об отстранении человека от непосредственного участия в добыче на месторождениях. «ВИСТ Групп» предлагает проект технологической инфраструктуры связи и навигации, которая поможет осуществлять дистанционное управление или роботизировать транспорт. Создание подобных систем невозможно без взаимодействия со смежной отраслью – машиностроением. Так как самая распространенная марка карьерных самосвалов в России – БелАЗ, на Белорусских заводах полным ходом идет разработка новых концептуальных моделей без кабины водителя и с увеличенным кузовом. Это не означает, что водитель будет полностью отстранен от управления. Система предполагает удаленный доступ к машине, водитель будет управлять самосвалом дистанционно на особо опасных и

проблемных участках карьера. Если же траектория движения проходит по участку с минимальными рисками, в работу будет включаться «робот», который будет вести машину по указанному пути. В этом случае возможно использование совершенно новых проектов технологических дорог, новых с конструкционными особенностями самосвалов. Говоря о производительности труда, специалисты предсказывают повышение на 15-20 % при удачном введении разработок. Также по прогнозам специалистов появляются возможности значительного уменьшения затрат на персонал; при большой удаленности региона – сокращение расходов на строительство инфраструктуры; исключение неправильного использования техники, снижение роли человеческого фактора. При этом на горных предприятиях на 10-12 % повысится спрос на молодых инженеров и ученых в сферах информационных, транспортных систем, станут востребованными такие специалисты, как аналитик, predictive-аналитик (англ. «предсказывающий»), логист.

Итак, в современных условиях автотранспортные предприятия, хотя бы они этого или нет, нуждаются в цифровизации, интеграции между существующей системой диспетчеризации, мониторинга и новой, набирающей обороты спутниковой системой мониторинга GPS/ГЛОНАСС. Что касается роботизирования труда, то в тяжелых производственных условиях и уменьшении роли человека в производстве, это объективное требование современного высокотехнологичного производства.

Использованные источники:

1. Кудрявцев А.А. Пути повышения надежности работы навигационных диспетчерских систем наземного городского пассажирского транспорта при переходе на пространственную модель маршрутной сети // Авто транспортное предприятие. – №12. – 2013.
2. Якушев В. Спутниковые системы мониторинга транспорта: проблемы внедрения // Вестник ГЛОНАСС. – № 2(12). – 2013.
3. Исмаилов А.Р. Метод учета времени труда и отдыха водителей транспортных средств городского пассажирского транспорта на основе обработки навигационных данных диспетчерских систем // Авто транспортное предприятие. -№12. – 2013.
4. Владимиров Д.Я. А.Ф. Клебанов Система управления горно-транспортным комплексом "КАРЬЕР": основные направления модернизации и развития // Горное оборудование и электромеханика. – №8. – 2006 / <http://www.vistgroup.ru/>

Кутайнех Е.Р.
студент 2 курса
факультет «Финансы и Кредит»
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»
Россия, г. Краснодар

ДОХОДЫ ГОСУДАРСТВА

В процессе формирования своих доходов государство привлекает в свое распоряжение часть чистого дохода, создаваемого в различных областях общественного производства, действующего на основе разных форм собственности — государственной, муниципальной, общественной, частной. Кроме того, государство использует для образования своей финансовой базы и часть личных доходов граждан, полученных ими от участия в производстве, предпринимательской деятельности, от вложения средств в ценные бумаги, от использования имущества и т.д. В формировании доходов государства участвуют все звенья финансовой системы.

Таким образом, целью данной работы является рассмотрение сущности доходов государства.

Ключевые слова: доходы, бюджет, налог, государство, поступление, финансы.

Для осуществления своих функций государству требуются соответствующие финансовые ресурсы, поэтому в его собственность и распоряжение направляется часть национального дохода страны в виде различных денежных платежей и поступлений. В результате государство располагает своими доходами, т.е. государственными доходами. Они находятся в собственности Российской Федерации и ее субъектов, распоряжаются ими соответствующие органы государственной власти. Помимо этого, собственными доходами располагают города и районы, а также входящие в них административно-территориальные образования. Это муниципальные (местные) доходы, распоряжение и управление которыми осуществляют органы местного самоуправления.

В процессе формирования доходов государство привлекает в свое распоряжение часть чистого дохода, создаваемого в различных областях общественного производства, действующего на основе разных форм собственности. Кроме того, государство использует для образования своей финансовой базы и часть личных доходов граждан, полученных ими от участия в производстве, предпринимательской деятельности, от вложения средств в ценные бумаги, от использования имущества и т.д. В формировании доходов государства участвуют все звенья финансовой системы.

По своей структуре государственные доходы представляют собой совокупность отдельных видов денежных платежей и поступлений, объединенных в определенную систему.

Доходы бюджета – денежные средства, поступающие в безвозмездном и безвозвратном порядке в соответствии с действующей классификацией и

существующим законодательством.

В процессе образования доходов бюджета происходит принудительное изъятие в пользу государства части ВВП, созданного в процессе общественного воспроизводства. На этой основе возникают финансовые взаимоотношения государства с налогоплательщиками.

Доходы бюджета имеют существенные различия по их плательщикам, объектам обложения, методам изъятия, срокам уплаты и др. Но вместе с тем они отличаются единством, т.к. преследуют одну цель – формирование доходной части бюджетов разных уровней. Им свойственны денежная форма и обезличенность.



Рисунок 1 – Виды доходов государственного бюджета

Доходы бюджета могут носить налоговый и неналоговый характер.

Доходная часть бюджета формируется в основном из налогов. Ведущее место среди налоговых доходов федерального бюджета занимает НДС. Вместе с таможенными пошлинами и налогом на прибыль он превышает 2/3 налоговых доходов. Также значительная доля поступлений приходится на акцизы и платежи за пользование природными ресурсами, налог на покупку иностранных денежных знаков.

Неналоговые доходы бюджетов образуются в результате либо экономической деятельности самого государства, либо перераспределения уже полученных доходов по уровням бюджетной системы.

Среди неналоговых доходов федерального бюджета можно выделить доходы от продажи имущества, находящегося в государственной собственности, доходы от реализации государственных запасов и от внешнеэкономической деятельности, а также доходы от имущества, находящегося в федеральной собственности, в т.ч. прибыль ЦБ России. Кроме того, в доходах федерального бюджета учитываются средства целевых бюджетных фондов.

Налоги, поступающие в соответствующие бюджеты, называются

закрепленными доходами.

Нижестоящему бюджету для покрытия его расходов из вышестоящего бюджета могут перечисляться сверх закрепленных за ним доходов дополнительные средства. Они называются регулирующими доходами.

Регулирующие доходы позволяют региональным и местным органам власти иметь необходимые для выполнения их функций финансовые ресурсы, сбалансировать доходную и расходную части бюджетов.

Существует Федеральный фонд финансовой поддержки субъектов Федерации. Он предназначен для оказания финансовой помощи (трансфертов) регионам, имеющим душевой бюджетный доход ниже среднечеловеческого по всем субъектам Федерации. Такие регионы получают статус «нуждающихся в поддержке».

Передаваемые средства вышестоящего бюджета, используемые на финансирование целевого мероприятия, называются субвенциями.

Инвестиции и другие капитальные расходы производятся за счет средств федерального бюджета, когда их значимость выходит за рамки региональных интересов.

Структура бюджетных доходов подвижна и во многом определяется конкретными экономическими условиями. Например, в странах с высоким уровнем жизни основой налоговых доходов являются доходы физических лиц, а в странах с низким уровнем жизни – косвенные налоги и налоги с юридических лиц.

Действующая в Российской Федерации система государственных и местных доходов базируется на принципе единства. Он выражается в том, что в законодательстве РФ определяются виды государственных и местных доходов, принципы их распределения между Федерацией, ее субъектами и муниципальными образованиями. Поэтому при наличии соответствующих источников в стране повсеместно используются одни и те же виды денежных поступлений.

Составляя единую систему, государственные и местные доходы классифицируются по группам. В основу классификации могут быть положены различные признаки, отражающие наиболее существенные черты государственных и местных доходов.

Так, классификация доходов государства по социально-экономическому признаку дает наиболее полное представление об их источниках, о связи доходов с различными формами собственности, об эффективности последних в формировании доходов государства.

На добровольных началах государство и муниципальные образования привлекают средства путем проведения лотерей.

Лотерея — форма добровольного привлечения средств населения путем продажи лотерейных билетов, при которой часть привлеченных средств разыгрывается в виде денежных или вещевых выигрышей и выплачивается владельцам выигравших билетов.

Нормативно-правовое регулирование лотерей в Российской Федерации осуществляется в соответствии с Федеральным законом РФ от 11 ноября 2003 г. «О лотереях», вступившим в силу 1 января 2004 г. Согласно данному Закону лотерея — игра, которая проводится в соответствии с договором и в которой одна сторона (организатор лотереи) проводит розыгрыш призового фонда лотереи, а вторая сторона (участник лотереи) получает право на выигрыш, если она будет признана выигравшей в соответствии с условиями лотереи.

Сегодня налоговая система призвана реально влиять на укрепление рыночных начал в хозяйстве, способствовать развитию предпринимательства и одновременно служить барьером на пути социального обнищания низкооплачиваемых слоев населения. К числу наиболее важных принципов, которые должны быть реализованы в налоговой системе, относятся: разумное сочетание прямых и косвенных налогов; использование разнообразных их видов, позволяющее учесть как имущественное положение налогоплательщиков, так и получаемые ими доходы. В период обострения кризисной ситуации в экономике лучше иметь много источников пополнения бюджета со сравнительно низкими ставками и широкой налогооблагаемой базой, чем один-два вида поступлений с высокими ставками изъятия; универсализация налогообложения, обеспечивающая, во-первых, одинаковые для всех плательщиков требования к эффективности хозяйствования, не зависящие от видов собственности, организационно-правовых форм хозяйствования и т.д., а во-вторых, одинаковый подход к исчислению величины налога вне зависимости от источника полученного дохода, сферы хозяйствования, отрасли экономики; однократность обложения, состоящая в том, что один и тот же объект может облагаться налогом одного вида только один раз за определенный законом период; фискальный эффект даже в условиях падения производства. Использование в единой системе разнообразных по объектам обложения и методам исчисления прямых и косвенных налогов позволяет государству полнее реализовать на практике обе функции налогов — и фискальную, и экономическую: под налоговым воздействием оказываются и имущество предприятий, создающее материально-техническую основу их деятельности; и потребляемые в производстве разные виды ресурсов, и рабочая сила, и получаемый доход.

Использованные источники:

1. Фролова Т.А., Финансы и кредит: конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2007.
2. Файрушина Р.А., Государственная поддержка формирования инфраструктуры инноваций / Файрушина Р.А.// Экономический вестник Республики Татарстан.- 2008.
3. Врублевская О., Романовский М. Бюджетная система Российской Федерации: учебник для вузов. 4-е изд. – СПб.: Питер, 2008.
4. Подъяблонская Л.М. государственные и муниципальные финансы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям

"Государственное и муниципальное управление", "Финансы и кредит". – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.

5. Миляков Н.В. Финансы: Курс лекций. - М.: ИНФРА-М, 2007.

6. Бочаров В.В., Финансы – СПб.: Питер, 2007.

7. Преображенский, Б. Анализ инновационных процессов в малом и среднем предпринимательстве/ Преображенский Б., Шинкараева Н. // Предпринимательство.- 2007.

8. Прудников, В.М. Государственное регулирование предпринимательской деятельности: учебное пособие / Прудников В.М.- М.: ПРИОР, 2006.

9. Материалы V всерос. науч. - практ. конф. молодых ученых под ред. Е.М. Брещенко, Т.А. Дудник - Краснодар : КУБГАУ , 2011.

Кучина Е.В., доктор экономических наук

доцент, профессор

кафедра «Экономика и финансы»

Галинурова Э.Р.

магистрант 1 курса

факультет «Экономика и управление»

Южно-Уральский государственный университет (НИУ)

Россия, г. Челябинск

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ОПЕРАТОРОВ СОТОВОЙ СВЯЗИ

В статье рассматривается состояние российского рынка услуг мобильной связи. Проанализированы основные тенденции развития рынка сотовой связи, выявлены его главные участники. Рассчитаны обобщающие показатели эффективности деятельности основных операторов мобильной связи, определены их позиции на рынке. Предложены основные направления дальнейшего развития компаний.

Ключевые слова: сотовая связь, интернет, мобильная связь, абонент, мессенджер.

E.V. Kuchina, Doctor of Economic Sciences

professor of the Department of Economics and Finance

South Ural State University

Russia, Chelyabinsk

E.R. Galinurova

1st year student of master

Economics and Management Faculty

South Ural State University

Russia, Chelyabinsk

ANALYSIS OF THE RUSSIAN MARKET OF MOBILE OPERATORS

The article discusses the state of the Russian market of mobile communication. The main trends of mobile market, its main participants were

analyzed and identified. Summarizing performance indicators of the major mobile operators were calculated, position of operators in the market was determined. Directions of further development of companies were offered.

Keywords: mobile communication, internet, caller, messenger.

Стремительное развитие интернета и сетевого пространства в последнее время способствовали виртуализации многих сфер общественной жизни. Еще несколько десятилетий назад основным средством, обеспечивающим присутствие в Интернете, был компьютер. Сегодня количество устройств, способных соединяться с сетью, возросло как в видовом (от телефона до автомобиля и бытовой техники), так и в численном выражении. В 2013 г. в мире использовалось 7 млрд. устройств (из них – 21,7 млн. носимых) [1], ежемесячный объем только мобильного трафика составлял 1,5 эксабайта [2]. Сегодня следует говорить о безграничном разнообразии устройств, которые потенциально могут быть подключены ко всемирной сети (табл. 1).

Таблица 1 – Мировые поставки ИТ-устройств различных типов, млн. шт.

Тип устройства	2013 г.	2014г.	2015г.
Традиционные ПК (настольные ПК и ноутбуки)	296,1	276,7	263,0
Планшеты	195,4	270,7	349,1
Мобильные телефоны и смартфоны	1807,0	1895,1	1952,9
Прочие ультрамобильные ПК	21,1	37,2	62,0
Всего:	2319,6	2479,8	2627,0

Эти тенденции характерны и для России: практически во всех ее регионах активны продажи устройств сотовой связи.

Основными отраслями телекоммуникаций на сегодняшний день являются: интернет (30 %), мобильная связь (20 %), сети передачи данных (15%), спутниковые системы связи (10 %), цифровое и аналоговое телевидение (10%), телефонная связь (10 %), электронный банкинг (5 %) [3].

По результатам анализа доходов от услуг связи было установлено, что мобильная связь является самым быстрорастущим сегментом рынка телекоммуникаций и опережает такие отрасли, как фиксированная телефонная связь, почтовая, международная, междугородняя фиксированная связь.

Рынок мобильной связи становится все более значимым в экономике России, так как создает рабочие места и вносит существенный вклад в формирование внутреннего национального продукта. По данным аналитической консалтинговой компании J'son&PartnersConsulting, количество абонентов мобильной связи на 2014 г. составило 3,2 млрд. человек, при этом мобильные коммуникации использует около половины населения планеты. Ожидается, что к 2017 г. количество абонентов вырастет еще на 700 млн. человек и в 2018 г. перешагнет отметку в 4 млрд. [4].

Устойчивое и сбалансированное развитие отрасли связи неразрывно связано с увеличением количества абонентов и предоставляемых услуг. Для

рынка сотовой связи эта тенденция особенно актуальна: с одной стороны, существует большая заинтересованность абонентов в получении новых услуг, с другой – огромная конкуренция подталкивает операторов постоянно вносить новые предложения на рынок связи.

Сегодня главными участниками российского рынка мобильной связи являются три федеральных оператора – «большая тройка»: ПАО «Мегафон», ПАО «ВымпелКом» (Билайн) и ПАО «МТС». На рис. 1 представлены позиции этих операторов сотовой связи в России. Лидирует компания «МТС», у которой количество абонентов на конец 2015 г. составило 76,9 млн. человек. Абонентов «МегаФон» в России на конец этого же периода насчитывалось 66,3 млн. человек, абонентов «ВымпелКом» – 58,9 млн. человек.

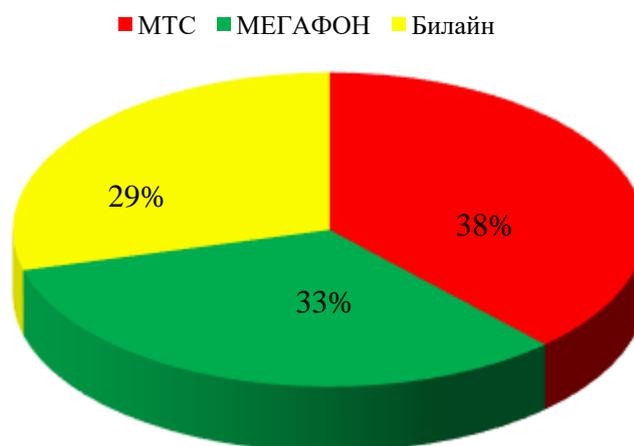


Рис.1 – Распределение долей операторов сотовой связи по количеству абонентов в РФ на 2015 год, %

Приведённый рейтинг крупнейших компаний по размеру абонентской базы свидетельствует о том, что российский рынок сотовой связи на данном этапе развития представляет собой олигополию, как и большинство мировых рынков, где ключевую роль играют 3-5 операторов. Ещё одной его особенностью является то, что он не существует как единое целое. В каждом субъекте РФ конкурентная ситуация сугубо индивидуальная и характеризуется различной степенью присутствия перечисленных выше операторов, а также разными уровнями цен и степенью концентрации рынка.

В качестве тенденции отметим приближение российского рынка сотовой связи к насыщению по числу абонентов, особенно в наиболее населённых регионах РФ. Значимость количества новых контрактов в бизнесе операторов постепенно снижается. В кризисный период основной фокус смещается в сторону удержания существующей абонентской базы путём более чёткого сегментирования по группам клиентов и разработки большего числа «нишевых» продуктов. Соответственно должно снизиться число «мигрирующих абонентов», переходящих от одного оператора к другому в поисках наиболее дешёвых тарифов.

Чтобы понять в каких условиях находится отрасль телекоммуникаций в

период кризиса, и какая компания наиболее эффективно нивелирует негативные воздействия внешней и внутренней среды, рассчитаем обобщающие показатели эффективности деятельности компании: оборачиваемость активов, рентабельность продаж, затраты на 1 рубль проданной продукции, рентабельность собственного капитала.

Оборачиваемость активов «ВымпелКом», «МегаФон», «МТС» за 2012-2015 гг. представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Показатели оборачиваемости активов операторов сотовой связи в динамике

Наименование компании	2012 г.	2013г.	2014г.	2015г.
«ВымпелКом»	0,53	0,54	0,59	0,44
«Мегафон»	0,63	0,66	0,61	0,64
«МТС»	0,52	0,60	0,67	0,63

По результатам расчетов выявлено, что в 2015 г. коэффициент оборачиваемости активов «ВымпелКом» и «МТС» снижается, несмотря на трехлетний рост. Лидером по показателю оборачиваемость активов становится «Мегафон». Скорее всего, это обусловлено первенством в коммерческом запуске сети 4G/LTE-Advanced. Снижение оборачиваемости активов, выявленное в 2015 г. в «ВымпелКом» и «МТС», может свидетельствовать о недостаточной эффективности использования активов.

Затраты на один рубль проданной продукции «ВымпелКом», «Мегафон», «МТС» за 2012-2015 гг. представлены на рис. 2.

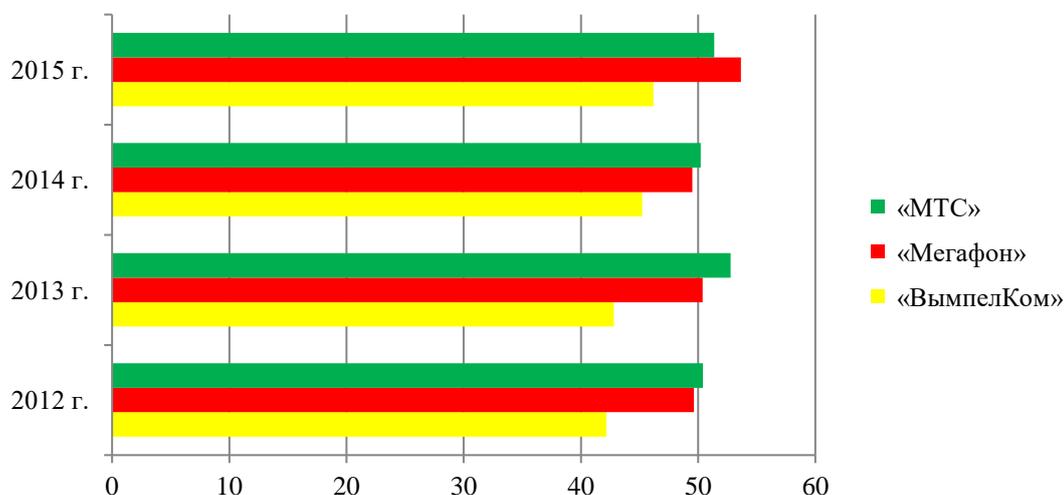


Рисунок 2 - Затраты на один рубль проданной продукции, руб.

По результатам расчетов, наименьшие затраты на каждый рубль продаж демонстрирует компания «ВымпелКом».

Динамика рентабельности продаж представлена на рис. 3.

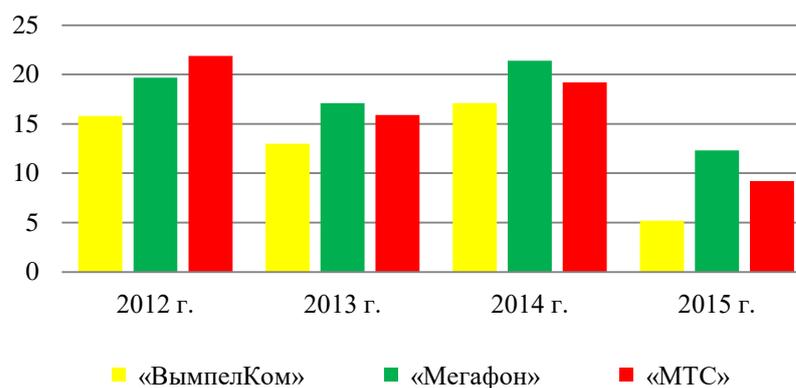


Рисунок 3 - Рентабельность продаж в динамике, %

Рентабельность продаж значительно снизилась в 2015 г. сразу по всем трем компаниям. Это означает, что прибыль с каждого рубля проданной продукции/услуги уменьшилась, что может быть связано со снижением покупательской способности населения.

На рис. 4 представлена динамика рентабельности собственного капитала компаний.

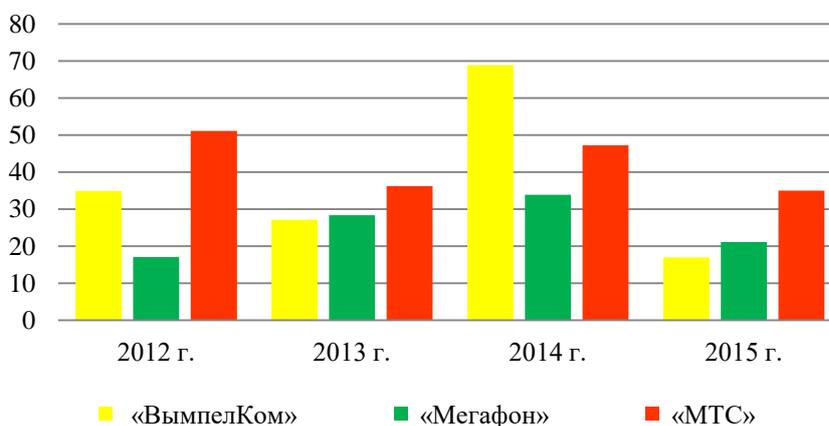


Рисунок 4 - Рентабельность собственного капитала в динамике, %

Можно сделать вывод, что в 2015 г. показатель рентабельности собственного капитала достиг наибольшего значения в компании «МТС» (35%), следовательно, собственники получают больше всего прибыли с рубля вложенных в компанию средств по сравнению с компанией «ВымпелКом», которая стала дешевле в 4 раза.

В 2015 г. по сравнению с предыдущим периодом рентабельность собственного капитала во всех компаниях снизилась, а значит и прибыль компаний с каждого вложенного рубля уменьшилась.

Наибольшие потери несет компания «ВымпелКом»: ее рентабельность собственного капитала снизилась на 51,8%, главным образом за счет уменьшения рентабельности продаж. Наименьшие потери в компании «Мегафон»: снижение прибыли с рубля вложенных средств составило 12,7% за счет снижения рентабельности продаж.

По результатам анализа было выявлено, что основной проблемой операторов мобильной связи является снижение рентабельности продаж и увеличение затрат, что обусловлено кризисными явлениями в

российской экономике и появлением новых бесплатных мобильных приложений, позволяющих обмениваться сообщениями и совершать звонки в любую точку мира (WhatsApp, Viber, Skype).

Когда мобильные приложения только появились в 2009 г., операторы мобильной связи стали отмечать снижение уровня своих доходов от СМС за счет телефонных мобильных соединений, теперь и приложения начинают представлять собой угрозу. Мессенджеры – одно из самых перспективных средств коммуникации в условиях доступного мобильного интернета. Количество активных пользователей мобильных мессенджеров в динамике представлено на рис. 5.

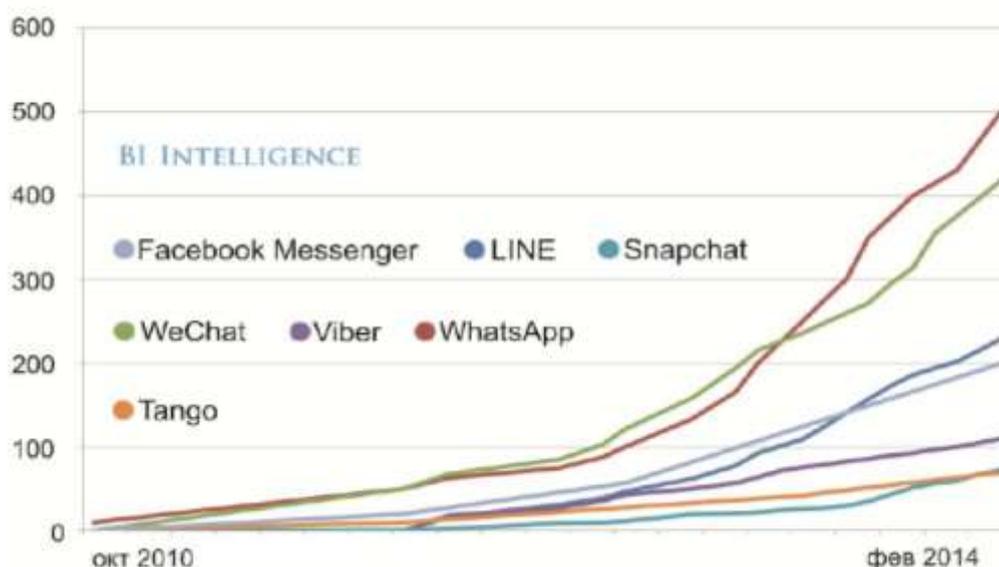


Рисунок 5 - Количество активных пользователей, млн. чел.

(Источник: Исследование BI Intelligence)

В конце 2015 г. крупнейшие сотовые операторы России решили отойти от традиционной бизнес-модели извлечения прибыли из голосовой связи, при которой стремились получать доход от каждой секунды или минуты разговора. В основе новых тарифных планов – доступ в интернет, а внутрисетевые звонки стали "бесплатным" предложением при наличии абонентской платы.

С учетом проведенного анализа показателей деятельности крупнейших российских операторов сотовой связи предлагаем следующие направления их развития:

- Увеличить зону покрытия интернет сети 4G;
- Увеличить количество абонентов, что приведет к росту показателя рентабельность продаж;
- Расширить количество предоставляемых услуг (в частности – создание собственного «мессенджера» наравне с WhatsApp, Viber);
- Проводить регулярные маркетинговые исследования по выявлению предпочтений клиентов в различных видах продуктов/услуг.

Использованные источники:

1. Число «умных» очков и часов вырастет к 2018 г. в 8 раз до 176,9 млн // DIGIT: проект РИА Новости [Электронный ресурс]. 2014. – Режим доступа: <http://digit.ru/telecom/20140207/411865771.html>.
2. Объем мобильного трафика к 2018 г. вырастет в 11 раз до 190 млрд Гбайт // DIGIT: проект РИА Новости [Электронный ресурс]. 2014. – Режим доступа: <http://digit.ru/telecom/20140207/411863390.html>. – Дата доступа: 07.02.2014
3. Темнова Н. К. Анализ состояния и тенденций развития рынка услуг сотовой связи // Вестник НАТ. – 2013. – № 3(27). – С. 63–66.
4. URL: http://www.osp.ru/news/2013/0226/13017666/?from_mail=2

*Кяляшев М.В.
студент 2-го курса
Овчинникова И.В.
старший преподаватель
Кузбасский государственный технический
Университет им. Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово*

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИКИ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: данная статья посвящена проблемам повышения инвестиционной привлекательности Кузбассу.

Ключевые слова: Инвестиционная привлекательность, Кузбасс.

Инвестиционная привлекательность страны или региона - это интегральный показатель, который определяется по совокупности ее экономических и финансовых показателей, показателей государственного, общественного, законодательного, политического и социального развития. Инвестор оценивает инвестиционную привлекательность страны или региона по движению капитала, уровню инфляции, политической, экономической, законодательной и социальной стабильности, по уровню и качеству человеческого капитала [1].

Инвестиционная привлекательность региона, наряду и в тесной взаимосвязи с инвестиционной активностью, выступает важнейшим компонентом инвестиционного климата. Инвестиционная привлекательность выступает обобщенным факториальным признаком, а инвестиционная активность - результативным признаком [2], и представляет в регионе интенсивность привлечения инвестиций в основной капитал региона, которое по итогам за 2014 г. составил 61,76689 млн руб. [3].

Для того, чтобы усиление инвестиционной привлекательности воплощалось в росте инвестиционной активности, в Кузбассе реализуется широкий комплекс мер [4, 5], включающий: Стратегию социально-экономического развития Кемеровской области до 2025 года; формирование благоприятной среды для реализации инвестиционных проектов на

территории города под руководством Совета по инвестиционной инновационной деятельности (создан в 2013 г.); продвижения и оказания помощи в реализации инвестиционных проектов на основе Соглашения о взаимодействии с ГКУКО «Агентство по привлечению и защите инвестиций» (2014 г.); деятельность инвестиционного уполномоченного (по распоряжению Президента РФ от 03.08.2011 г. № 535-рп) в Кемеровской области; включение предприятий и организаций, реализующих или планирующих реализацию инвестиционных проектов в Перечень приоритетных инвестиционных проектов Кемеровской области (в регионе создана соответствующая законодательная база, предусматривающая гибкую систему государственной поддержки) [4]; создание условий для формирования на территории города зоны экономического благоприятствования (ЗЭБ) промышленно-производственного типа (на земельном участке, расположенном на территории бывшего завода мягкой кровли; объем инвестиций – 2,5 млрд руб.); реализация инновационных проектов в сфере производства углеродных материалов, производства средств безопасности ведения горношахтных работ, информационных технологий и др. в рамках ОАО «Кузбасский технопарк» (26 резидентов) [5].

Реализация этих мероприятий даст мощный импульс развитию перерабатывающего бизнеса и позволит решить целый комплекс социально-экономических вопросов: создание дополнительных рабочих мест (не менее 800), уменьшение объемов захоронения ТБО, улучшение экологической обстановки в городе [4].

Таблица 1. Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования (в процентах к итогу) [6]

	2010	2011	2012	2013	2014
Инвестиции в основной капитал	100	100	100	100	100
в т. ч. по источникам финансирования:					
собственные средства	66,4	65,7	63,3	56,4	41,5
привлеченные средства	33,6	34,3	36,7	43,6	58,5
из них бюджетные средства	12,7	11,8	10,6	12,7	7,5
в т. ч.:					
федерального бюджета	2,8	2,7	2,8	3,9	2,9
областного бюджета	7,1	6,3	5,3	5,7	2,0
местных бюджетов	2,8	2,8	2,5	3,1	2,6

По приведенным данным можно судить о положительной динамике увеличения привлеченных в регион средств, которые характеризуют повышение инвестиционного интереса внешних инвесторов. Собственные средства имеет тенденцию к снижению, но это все компенсируется за счет возрастания привлеченных средств.

По итогам 2011 г. наибольший удельный вес инвестиций пришелся на добычу полезных ископаемых (главным образом, топливно-энергетических) -

33,7 % (43,7 млрд руб.). В обрабатывающих производствах наибольшее инвестирование получили химическая и металлургическая отрасли, специализирующиеся на продукции невысокого передела. Это способствует постепенному преодолению неустойчивости развития, характерного для любого монопрофильного региона. По итогам 2012 г. объем инвестирования в экономику региона за счет привлеченных источников достиг 264,4 млрд руб. (на 14% больше, чем в 2011 г.). Причем, на каждый рубль государственной поддержки приходилось 72,8 руб. частных инвестиций в экономику области [7].

Однако, несмотря на то, что производственно-инвестиционное сотрудничество определяется как наиболее перспективное для региона направление взаимодействия с иностранными инвесторами, ежегодный прирост прямых иностранных инвестиций в экономику региона остается крайне низким.

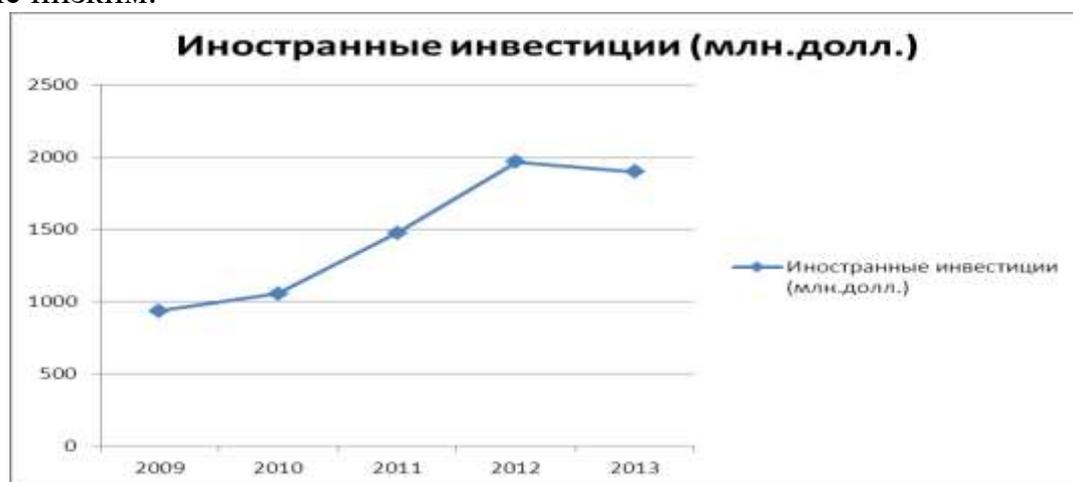


Рис. 1. Иностранные инвестиции в Кемеровской области [7].

За 2014 г. сумма инвестиций из-за рубежа составила всего 6.1 млн руб., что составляет 0.004 % от всех инвестиций в основной капитал Кемеровской области [7]. Это говорит о недостаточности усилий по повышению инвестиционной привлекательности региона на фоне общего ухудшения ситуации на мировых рынках угля, падения цен на уголь и роста объемов нерезализованной продукции.

Для анализа показателей инвестиционной привлекательности (текущих и прогнозных), выделим основные направления инвестирования и возможности для инвесторов (отталкиваясь от состояния ресурсной базы и уровня развития экономики): угледобыча и углепереработка; металлургия; инфраструктура; энергетика; социальная сфера[8].

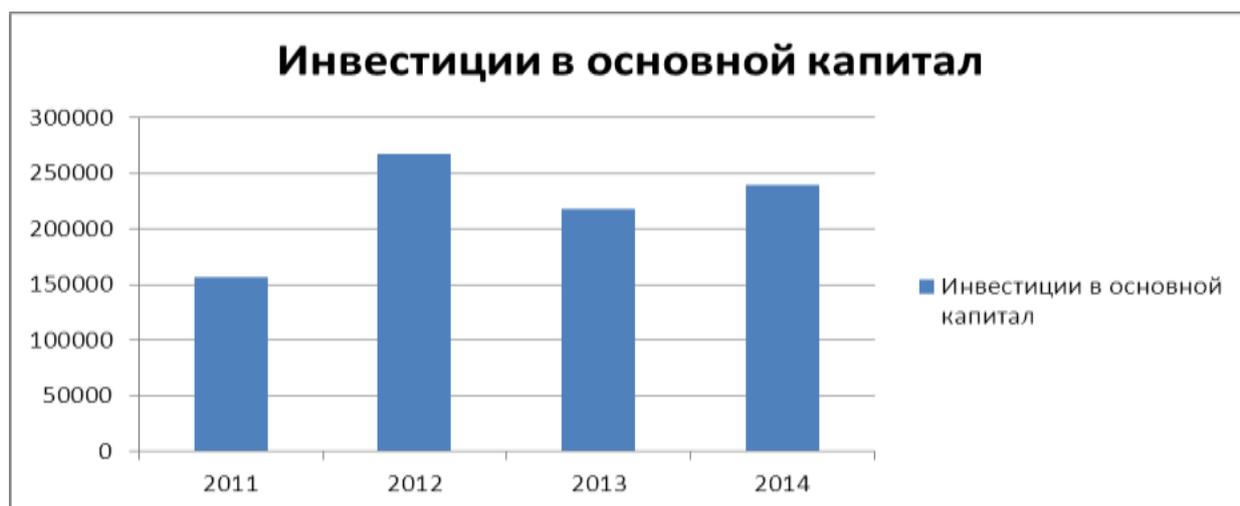


Рис. 2. Динамика инвестиций в основной капитал Кемеровской области [9]

В «Инвестиционном паспорте Кемеровской области», с учетом общей положительной динамики представлен достаточно позитивный прогноз инвестиций в основной капитал: в 2016 г. – 72,2 млрд руб., в 2017 г. - 79,3 млрд руб. Отметим, что структура инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности, в 2014г. (в %) показывает серьезность намерений руководства области преодолеть монопрофильность[4]: Транспорт и связь (26.4 млрд. руб.), обрабатывающее производство (23,2 млрд. руб.), операции с недвижимым имуществом, аренда (18,9 млрд. руб.), оптовая и розничная торговля (11,0 млрд. руб.), производство, распределение электроэнергии, газа и воды (8,3 млрд. руб.), здравоохранение (5,9 млрд. руб.), образование (5,0 млрд. руб.), добыча полезных ископаемых(1,3 млрд. руб.).

Подводя итог нашей работе, можно сделать вывод, что Кемеровская область является развивающимся регионом с довольно широкими инвестиционными возможностями, которые обусловлены сильным промышленным потенциалом и низкими инвестиционными рисками. Значительный рост инвестиций в основной капитал связан не только с наличием на территории области привлекательных объектов для инвестирования, но и, в значительной мере, активной инвестиционной политикой со стороны Администрации Кемеровской области, обеспечивающей формирование благоприятного инвестиционного климата в регионе.

Использованные источники:

1. Постановление Об утверждении государственной программы Кемеровской области «Экономическое развитие и инновационная экономика Кузбасса» на 2014-2016 годы [Электронный ресурс]: <http://www.ofukem.ru/download/ako/PostN376ot130913.pdf> (Дата обращения 11.04.16).
2. Большие финансы [Электронный ресурс]: <http://www.greatfin.ru/grefs-614-1.html> (Дата обращения 11.04.16).
3. Инвестиционная привлекательность Кемеровской области [Электронный

- ресурс]: http://www.hotels-gid.ru/investment_attractiveness_KemO.htm (Дата обращения 11.04.16).
4. Инвестиционный паспорт города Кемерово [Электронный ресурс]: http://www.kemerovo.ru/archive/file/2027/invest_pasport_kemerovo.pdf (Дата обращения 11.04.16).
5. Инвестиционная привлекательность Кемеровской области [Электронный ресурс]: http://www.hotels-gid.ru/investment_attractiveness_KemO.htm (Дата обращения 18.05.16).
6. Инвестиционная привлекательность и стратегии регионов [Электронный ресурс]: <http://www.lerc.ru/books/articles/0018/0008/>(Дата обращения 11.04.16).
7. Инвестиционный портал Кемеровской области [Электронный ресурс]: <http://keminvest.ru/> (Дата обращения 11.04.16).
8. Регионы России [Электронный ресурс]: <http://www.russianeconomy.ru/Region/Portal.aspx?regionID=82> (Дата обращения 11.04.16).
9. Инвестиционная привлекательность и стратегии регионов [Электронный ресурс]: <http://www.lerc.ru/books/articles/0018/0008/>(Дата обращения 11.04.16).

*Лавренова Е.С.
магистрант 1 курса
Национальный исследовательский
Томский государственный университет (НИ ТГУ)
экономический факультет
Россия, г. Томск*

ЭКОДИЗАЙН КАК ЭЛЕМЕНТ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ)

В статье приводится теоретическое обоснование понятия «экодизайн». Отмечены основные признаки и инструменты экодизайна в рамках развития зеленой экономики. Определена экономическая значимость применения экодизайна. Особое внимание уделено экологическому состоянию Томской области и возможностям применения экодизайна в данных условиях.

Ключевые слова: экодизайн, экология Томской области, зеленый дизайн, зеленая экономика, экономическая эффективность.

ECODESIGN AS THE ELEMENT OF ECOLOGICAL GREEN ECONOMY (ON THE EXAMPLE OF THE TOMSK REGION)

The theoretical reasons for the concept "ecodesign" are considered in article. The main signs and instruments of ecodesign within development of green economy are indicated. The economic significance of application of an ecodesign is defined. The ecological status of the Tomsk region and opportunities of application of an ecodesign in these conditions are defined with special attention.

Keywords: ecodesign, ecology of the Tomsk region, green design, green economy, economic efficiency of green design.

Человек представляет собой часть природы. Однако неизменным и

постоянным свойством человечества на протяжении всей эволюции является стремление к преобразованию окружающего пространства, в первую очередь природы, или окружающей среды. К сожалению, на сегодняшний день можно утверждать, что бурная деятельность человека наряду с быстро развивающимся научно-техническим прогрессом приводит к негативным последствиям, влияющими на экологическую ситуацию. Что в свою очередь приводит в ответному отрицательному влиянию на жизнь и здоровье человека. Поэтому весьма актуальным на данный момент времени направлением в развитии человеческой культуры и науки является экодизайн, обладающий в том числе свойствами экономической эффективности.

По мнению В.А. Нефедовой «взаимодействие искусственной и природной сред все чаще приобретает форму нарастающего давления на окружающий ландшафт городской застройки. Города продолжают «завоевывать» близлежащие территории, неизменно сокращая природный потенциал и внося гораздо больше хаоса, чем гармонии в ближайшее естественное окружение» [1]. Считаем данное утверждение справедливым. Поэтому весьма логичным представляется определение экодизайна (или зеленого дизайна) как дизайна, который учитывает интересы окружающей среды [2]. Экодизайн уделяет особое внимание характеристикам используемых ресурсов при проектировании, изготовлении и утилизации, что оказывает непосредственное влияние на экономическую эффективность процесса.

Основополагающей целью экодизайна служит построение такой модели проекта, которая является с одной стороны максимально простой (по аналогии с природой), с другой – безопасной как для человека, так и для окружающей среды. Третьей важной составляющей экодизайна служит экономическая эффективность, что является достаточно спорным дискуссионным вопросом с учетом того, что стоимость природных и экологически чистых материалов значительно превышает стоимость искусственных аналогов. Однако оценивая значимость и эффект примирения экодизайна в целом в масштабе всей экономики можно отметить значительную экономию ресурсов, а значит и повышение эффективности.

Концепция экодизайна снижает отрицательное воздействие здания на среду, в которой живет человек. Архитектурные проекты становятся более ресурсно и энергоэффективными. Все это достигается путем установки современных технологий, а также применением энергоэффективных и экологически чистых материалов.

Отличительным признаком экодизайна является экономичность: применение разнообразных портативных солнечных батарей, фонарей на светодиодах и прочих инструментов. Такой подход является не только экологически обоснованным, но и более экономичным в использовании, чем объекты, созданные без учета данного фактора. Например, портативные солнечные батареи, установленные в доступном месте, можно использовать

бесплатно для зарядки мобильных телефонов и прочих электронных устройств.

Выделим основные принципы экодизайна:

1) экономия ресурсов при проектировании, изготовлении, использовании и утилизации, повышенное внимание к происхождению материалов;

2) принятии в расчет множества аспектов, таких как защита окружающей среды производителем или поставщиком или соблюдение прав работников предприятий, гуманное и корректное отношение к животным и окружающим;

3) нетоксичность, гипоаллергенность материалов.

Натуральные, экологически чистые материалы значительно дороже, чем искусственные, в производстве порой уступают им в прочностных и эксплуатационных показателях, а в отдельных случаях, как например, при производстве специальной непромокаемой обуви или одежды они вообще не могут быть использованы [3].

Однако следует отметить, что применение концепции экодизайна весьма затруднительно в климатических условиях Томской области. Использование солнечных батарей в уличных фонарях применимо лишь на территории стран, которые расположены в местах с теплым климатом и длинным световым днем.

Следует отметить, что применительно с Томской области термин «экодизайн» имеет мало общего с понятием «умный дом», весьма рас пространного на Западе и в странах в теплым климатом. В Томской области, говоря об «умном доме», скорее подразумевается стиль интерьера «Хай-тек», который напротив, автоматизирован и оказывает большее негативное влияние на окружающую среду. Экодизайн экономически не эффективен на территории Томской области, т.к. довольно затруднительным является получение энергии из таких источников, как, например, солнечная батарея. Холодные температура также становятся фактором, препятствующим развитию и внедрению систем по очистке и переработке грязной воды посредством почвы. Строительство домов из брусом не является главным компонентом экодизайна, так как скорее оказывает негативное влияние на экологию, нежели положительное.

Важно отметить, что применение принципов экодизайна в Томской области являлось бы положительных подходом применительно к состоянию окружающей среды. Согласно данным Томскстата можно сделать вывод, что в период с 1990 по 2016 гг. количество выброшенных в атмосферу загрязняющий веществ с каждым годом увеличивается. Состояние атмосферного воздуха Томской области являться одной из основных причин высокой заболеваемости среди населения ее жителей.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Направление экодизайна является весьма популярным и

актуальным направлением жизнедеятельности человека;

2. Применение принципов экодизайна в сооружении построек способно оказать экономически выгодный эффект в долгосрочной перспективе в целом;

3. Инструменты экодизайна весьма ранжируются в зависимости от климатических условий и прочих факторов;

4. Экологическая обстановка Томской области является приемлемо отрицательной в сравнении с другими регионами России;

5. Использование инструментов экодизайна в Томской области имеет значительно число ограничений, связанных, прежде всего, с климатическими особенностями. Поэтому применение принципов экодизайна не только затруднительно на территории Томской области, но также и экономически не обоснованно;

Данная проблема остается открытой и требующей дальнейших исследования и разработок в том числе в областях естественных и технических наук.

Использованные источники:

1. Нефедов В.А. Ландшафтный дизайн и устойчивость среды / В.А. Нефедов. – СПб.: Кольна, 2002. – 295 с.
2. Green Evolution [Электронный ресурс] // Зеленая энциклопедия. – Электрон. дан. – URL: <http://greenevolution.ru/enc/wiki/zelenyj-ekologicheskij-dizajn> (дата обращения: 12.06.2016).
3. Власов В.Г. Стили в искусстве. Словарь. Т. 1 / В.Г. Власов. – СПб.: Кольна, 1995. – 672 с.
4. Глазачева А. Экологический дизайн: инструменты и критерии проектирования глобального социокультурного пространства / А. Глазачева, О. Перфилова // Социально-экологические технологии. – 2012. – № 1. – С. 27–37.

Ладята Е. И.

магистрант 1 курса

факультет банковского дела

Петрукович Н. Г., к.э.н.

научный руководитель, доцент

УО «Полесский государственный университет»

Республика Беларусь, г. Пинск

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ БАЗЕЛЬСКОГО КОМИТЕТА ПО БАНКОВСКОМУ НАДЗОРУ ПО УПРАВЛЕНИЮ БАНКОВСКИМИ РИСКАМИ

Статья посвящена международным стандартам по управлению банковскими рисками, а также проблемам их внедрения в банковскую систему Республики Беларусь. Рассматриваются этапы внедрения международных стандартов Базельского комитета по банковскому надзору

в Республике Беларусь. Предлагаются дальнейшие пути развития процесса внедрения международных стандартов по управлению банковскими рисками.

Ключевые слова: БАНК, БАЗЕЛЬСКИЙ КОМИТЕТ, МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ, УПРАВЛЕНИЕ РИСКОМ.

The article is devoted to the international standards on bank risk management, as well as the problems of their introduction into the banking system of the Republic of Belarus. The stages of the implementation of international standards of the Basel Committee on Banking Supervision in the Republic of Belarus are studied. The further development ways of the introduction process of international banking risk management standards are proposed.

Keywords: BANK, BASEL COMMITTEE, INTERNATIONAL STANDARDS, RISK MANAGEMENT.

Под риском в банковском деле понимается объективно существующая в присущих условиях неопределенности потенциальная вероятность понесения банком потерь (убытков), неполучения запланированных доходов и (или) ухудшения ликвидности и (или) наступления иных неблагоприятных последствий для банка вследствие возникновения различных событий, связанных с внутренними и (или) внешними факторами деятельности банка. Одним из разработчиков значений международных норм риск-менеджмента является Базельский комитет по банковскому надзору, который за период своего существования подготовил три отдельных документа (далее по тексту — Базель I, Базель II, Базель III), направленных на установление минимальных требований к достаточности банковского капитала, усиление процесса банковского надзора, а также улучшение рыночной дисциплины. На текущий момент положения Базеля I считаются устаревшими. С момента их принятия экономический мир претерпел существенные изменения с развитием финансовых конгломератов и риск-менеджмента, что создало предпосылки для разработки комитетом последующих положений. На смену устаревшему соглашению Базель I были разработаны всесторонние положения Базеля II, которые представляют собой результат работы комитета в течение нескольких последних лет над обеспечением международной унификации требований к достаточности капитала банков, осуществляющих свою деятельность в международном масштабе. В ноябре 2010 года Базельский комитет по банковскому надзору трансформировал все рекомендации в новый консультативный документ «Глобальные регулятивные стандарты по повышению устойчивости банков и банковских систем», получивший название «Базель III». Применение новых регулятивных требований будет иметь в различных странах свои особенности в зависимости от юрисдикций и степени готовности банковских систем их выдерживать по срокам и нагрузке на капитал. В Республике Беларусь Базель III находится в процессе принятия к исполнению национальными регулирующими органами.

Основная задача Базельского комитета – внедрение единых стандартов

в сфере банковского регулирования. Базельский комитет не является формальным наднациональным наблюдательным органом; он разрабатывает с учетом передового опыта рекомендации, которые не являются обязательными к выполнению, но применяются во всех государствах – участниках Базельского комитета. Работы по внедрению рекомендаций Базельского комитета ведутся более чем в 100 странах, в Европейском союзе рекомендации используются в целях интеграции его государств-членов.

Цель Базельского комитета состоит в том, чтобы расширить понимание ключевых регулятивных проблем и улучшить качество банковского надзора банковского риск-менеджмента.

Основными документами Базельского комитета в области управления рисками и банковского надзора являются:

- Основные принципы эффективного надзора (приняты в 1997 г., пересмотрены в 2012 г.);
- Базель I (принят в 1988 г.);
- Базель II (принят в 2004 г.);
- Базель III (принят в 2010 г.).

Главной целью разработки стандартов стало создание универсальных показателей устойчивости банковской системы к экономическим и финансовым потрясениям. Внимание также уделяется возможности снижения риска негативных последствий для реального сектора экономики.

Основные требования к стандартам нормативного капитала (Базель III) в сравнении с Базель I, Базель II приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные различия между Базель I, II, III в части требований к достаточности капитала

Элементы	Базель I,II	Базель III
Минимальные требования к капиталу	Базовый капитал 1-ого уровня: BP \geq 2% Капитал 1-ого уровня: BP \geq 4% Общий капитал: BP \geq 8%	Базовый капитал 1-ого уровня: BP \geq 4,5% Капитал 1-ого уровня: BP \geq 6% Общий капитал: BP \geq 8%
Инновационные инструменты	Включаемые в капитал 1-ого уровня (не более 15% капитала 1-ого уровня)	Постепенное исключение
Капитал 3-го уровня	Не должен превышать 250% капитала 1-ого уровня, предназначен для покрытия рыночных рисков	Отмена
Ограничения	Капитал 2-ого уровня \leq капитал 1-ого уровня Субординированный долг \leq 50% капитала 1-ого уровня	Отмена
Корректировки/вычеты (кроме гудвила)	50% из капитала 1-ого уровня и 50% капитала 2-ого уровня	100% из базового капитала 1-ого уровня

Консервационный буфер	Отсутствует	2,5% ВР в дополнении к 4,5% базового капитала 1-ого уровня / ВР
Контрциклический буфер	Отсутствует	0-2,5% ВР

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1-4]

Несмотря на то, что в Базель III применение регуляторных корректировок (вычетов) предусмотрено для всех уровней капитала, в большинстве случаев они используются при расчете базового капитала 1-го уровня.

Установленные в Базель II ограничения по величине капитала 2-го уровня (не более капитала 1-го уровня) в Базель III отменены. Упразднен капитал 3-го уровня, предназначенный только для покрытия рыночных рисков, и инструменты этого капитала (краткосрочный субординированный кредит (заем)) в новый стандарт не включены.

Для обеспечения сохранения капитала и наращивания адекватных "подушек безопасности" (буферов) сверх минимума, необходимого для покрытия основных рисков, которые могут быть использованы в период стрессов, в расчет капитала Базель III добавляются консервационный буфер и контрциклический буфер капитала. Если в ходе деятельности банка такой буфер становится меньше минимального установленного размера, на банк накладываются ограничения по распределению прибыли, часть которой необходимо направлять на его восстановление, в соответствии с установленной пятиступенчатой шкалой консервации прибыли.

Требование к созданию контрциклического буфера капитала (Countercyclical buffer) устанавливается в целях дополнительной защиты банковского сектора в период, когда заметно возрастают проблемы в масштабах финансовой системы в целом, способные вызвать экономический спад в реальном секторе экономики, который, в свою очередь, по "закону бумеранга" приводит к убыткам в банковском секторе. Базель III вводит два новых норматива ликвидности — показатель краткосрочной ликвидности (показатель покрытия ликвидности –LCR) и долгосрочной ликвидности (чистого стабильного фондирования – NSFR). В целях обеспечения того, что банк поддерживает соответствующий уровень высококачественных ликвидных активов, которые могут быть преобразованы в наличные денежные средства, чтобы соответствовать потребностям ликвидности в течение периода времени 30 календарных дней при стресс-сценарии используется показатель покрытия ликвидности (LCR). При этом он должен составлять не менее 100 %. Коэффициент чистого стабильного фондирования (NSFR) используется для гарантии того, что долгосрочные активы покрывают, по крайней мере, минимальное количество стабильных пассивов в течение одного года. Его значение должно быть не менее 100 %.

Дополнительным показателем устойчивости банка в стрессовых

ситуациях выступает также коэффициент левереджа, рассчитываемый как отношение капитала 1 уровня к активам, подверженным риску. Данный показатель должен составлять не менее 3 % [2].

В соответствии с решением Комитета по обеспечению стабильности банковской системы от 26 декабря 2011 года был утвержден предварительный план поэтапного внедрения новых стандартов капитала и ликвидности Базель III в качестве пруденциальных требований для банков Республики Беларусь, который в целом ориентирован на программу Базельского комитета и рассчитан на четыре года.

В плане внедрения Базель III в Республике Беларусь предусматривались следующие этапы:

2012 год – разработка методологии расчетов показателей и информационных технологий формирования и обработки отчетности;

2012 – 2013 годы – внедрение методологии в банках;

2013 год – разработка программного обеспечения для приема и обработки отчетности от банков;

2013–2014 годы – представление банками тестовой отчетности и ее мониторинг Национальным банком Республики Беларусь, доработка методологии, программного обеспечения;

2015 год – представление банками тестовой отчетности в Национальный банк (ежеквартально) и ее мониторинг, подготовка и принятие соответствующего нормативного правового акта;

с 1 января 2016 года – определение количественных значений пруденциальных требований на основе мониторинга отчетности, введение пруденциальных требований (нормативов), переход на ежемесячную отчетность [5]. Тем не менее, данный план был реализован в Республике Беларусь частично: с 1 января 2016 года в качестве пруденциальных требований были введены только показатели достаточности капитала и показатель левереджа, а внедрение показателей ликвидности было отложено.

Национальный банк Республики Беларусь постепенно внедряет международные стандарты Базель III. К настоящему моменту приняты следующие документы [6]:

а) Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 24 сентября 2012 г. № 493 "Об утверждении Методики расчета банками показателей капитала, левереджа и ликвидности, предусмотренных международными стандартами Базель III";

б) Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 26 сентября 2013 г. № 562 "Об утверждении Рекомендаций о методике применения банками инструментов мониторинга риска ликвидности, предусмотренных международными стандартами Базель III";

в) Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 26 декабря 2013 г. № 784 "Об утверждении Методики расчета контрциклического буфера капитала банка";

г) Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 30 сентября 2014 г. № 604 "О внесении изменений и дополнений в Методику расчета банками показателей капитала, левереджа и ликвидности, предусмотренных международными стандартами Базель III";

д) Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 10 июля 2015 г. № 419 "О внесении дополнений и изменений в Методику расчета банками показателей капитала, левереджа и ликвидности, предусмотренных международными стандартами Базель III";

е) Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 31 декабря 2015 г. № 787 Об утверждении Методики расчета банками показателей ликвидности и инструментов мониторинга риска ликвидности, предусмотренных международными стандартами Базель III.

Данные документы носят рекомендательный характер. На протяжении периода внедрения предполагается осуществлять доработку методик расчета, в том числе в связи с доработками стандартов Базельским комитетом по банковскому надзору.

Таким образом, следующими шагами по внедрению Базель III в банковскую систему Республики Беларусь должны стать:

1. Внедрение показателя покрытия ликвидности и показателя чистого стабильного фондирования.

2. Выделение системнозначимых банков в белорусском банковском секторе. К примеру, на основе трех подходов: а) индикативный – по 5 индикаторам (размеры банков, степень взаимосвязанности, наличие легкодоступных заменителей их услуг, международная деятельность, сложность); б) применение вектора Шепли (определение среднего предельного вклада в общий уровень системного риска); в) определение "типичного" банка.

3. Адаптация и внедрение для таких банков индивидуальных нормативов, предусмотренных международными стандартами Базель III.

Использованные источники:

1. Basel II: International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards: A Revised Framework - Comprehensive Version / Basel Committee on Banking Supervision

2. Малыхина С.И., Новые стандарты капитала и ликвидности Базель III - перспективы внедрения // Бизнес консультант.

3. Basel III: A global regulatory framework for more resilient banks and banking system/ Basel Committee on Banking.

4. Basel III: International framework for liquidity risk measurement, standards and monitoring / Basel Committee on Banking Supervision.

5. Письмо Национального банка Республики Беларусь от 18 октября 2012 г. №23-14/79 О методике расчета показателей капитала, левереджа и ликвидности Базель III.

6. Национальный Банк Республики Беларусь. Банковская система. О

*Ларькова Е.П., д.ф.н.
доцент, профессор
кафедра Гуманитарных дисциплин и экономики
Каменский институт (филиал)
ГОВПО «Южно-Российский государственный политехнический
университет им. М.И. Платова
(Новочеркасский политехнический институт)»
Родионова О.Ю., к.э.н.
Луганский национальный аграрный университет
РФ, г. Каменск-Шахтинский*

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассмотрен вопрос обеспечения безопасности развития экономического потенциала предприятий. Выявлена сущность потенциала, понятийный аппарат. Рассмотрены виды ресурсов, обеспечивающих развитие потенциалу предприятия. Указаны факторы влияния на безопасность развития экономического потенциала.

Предприятие, потенциал, развитие, факторы, безопасность

In the article the question of providing of safety of development of economic potential of enterprises is considered. Essence of potential, notions are exposed. The types of resources providing development to potential of enterprise are considered. The factors of influence on safety of development of economic potential are indicated.

Enterprise, potential, development, factors, safety

Безопасность развития предприятий зависит от совокупного влияния факторов внешней среды и внутренних возможностей противостоять внешнему влиянию. Составляющей, которая позволяет обеспечить устойчивые позиции и развитие предприятию есть потенциал. Каждый из видов потенциалов – экономический, производственный, кадровый и другие – обеспечивает возможность развития предприятия в определенной сфере. Экономический потенциал является одним из ключевых, т.к. обеспечивает финансовыми ресурсами все остальные элементы. От его стабильности и возможностей зависит безопасная и устойчивая работа предприятия. Управление расходами предприятия, как ключевой элемент экономического потенциала в обеспечении безопасности, обеспечивает применение инструментов и способов контроля и минимизации трат на предприятии.

Расходы предприятия играют существенную роль в его экономической

безопасности и финансовой устойчивости. Они ограничивают прибыль и таким способом влияют на величину получаемых для последующего развития предприятия ресурсов [2]. Расходы предприятия определяют себестоимость продукции, показывают величину переменных расходов и широко применяются в ценообразовании при условии использования плановой прибыли или рентабельности [2]. С другой стороны, расходы предприятия определяют его ценовую конкурентоспособность, возможность использования ценовых методов конкурентной борьбы и запас финансовой прочности за имеющейся конъюнктурой рынка [1].

Ресурсы обуславливают расходы – во время их поступления на предприятие, использование в производстве, выхода за пределы предприятия, – аккумулированы в себестоимости реализованной продукции. Этот факт свидетельствует о том, что сущность расходов более сложная. Ведь расходы непосредственно связаны и со структурой активов предприятия, и с процессом производства, и с движением денежных средств. Факторы, влияющие на расходы предприятия: цены на ресурсы; объем ресурсов, используемых в производстве; уровень занятости; интенсивность работы трудовых ресурсов и машин и соответствующий им уровень производительности; размер заказов и регламентированные перерывы в работе предприятия.

Специфика расходов предопределяет выбор, как объект управления, - процессы формирования явных и альтернативных расходов, рассматриваемых и с точки зрения создания новой стоимости, и с точки зрения движения реальных денежных потоков. Расходы, как экономическая категория, уже характеризуют процесс трансформации ресурсов и результаты деятельности предприятия. Поэтому как объект управления оправданно рассматривать именно те процессы, которые ведут к формированию расходов. Субъектом управления в этом случае будут выступать работники организации, от деятельности которых зависит формирование расходов. Абстрагировано, субъектом управления расходами можно признать предприятие в целом.

Цель управления зависит от особенностей объекта управления и целей субъекта управления. Важность целеполагания в управлении расходами очевидна. Поставленная цель определяет необходимые процедуры ее достижения, реализацию функций управления. Функция формирования расходов дает возможность сформулировать задания: найти такое сочетание факторов производства, которое обеспечит реализацию производственного результата с наименьшими расходами; сформировать такие внутрипроизводственные стоимостные оценки факторов производства, которые будут способствовать наилучшему использованию ограниченных ресурсов для достижения цели предприятия. Формулировку этих заданий по существу можно рассматривать как цели управления расходами, потому что в этом случае управление расходами ориентировано на их минимизацию и

достижение результата с наилучшим использованием ресурсов предприятия.

Общей целью управления расходами нужно признать не просто их минимизацию, а более эффективное использование ресурсов предприятия, их экономию и максимизацию отдачи на всех этапах производственного процесса.

Общая цель управления расходами может уточняться и корректироваться в зависимости от целей избранной предприятием стратегии развития.

Управление расходами может осуществляться и на стратегическом, на и оперативном уровнях. Общая цель управления расходами актуальна именно для долгосрочного промежутка времени, когда существует возможность управления всеми видами расходов. На оперативном уровне более корректно признать целесообразность частичной цели. Говорить об уменьшении совокупных расходов предприятия как цели управления расходами не очень корректно, поскольку такая формулировка не учитывает других, не менее важных характеристик деятельности предприятия.

Как цель управления расходами в современной экономике с учетом стратегического подхода к управлению предприятием предлагается рассматривать обеспечение превышения роста дохода над увеличением расходов в долгосрочном периоде при соблюдении установленных приоритетов развития предприятия.

Поскольку расходы присутствуют и в момент поступления ресурсов на предприятие, и в момент их трансформации, то часть из них является безвозвратной. Это означает, что в отличие от многих других объектов управления после того, как конкретные расходы перешли в категорию безвозвратных, управление ими становится бессмысленным и сводится только к констатации факта со следующим ретроспективным анализом. Эта особенность расходов как объекта управления предопределяет превентивный характер управления расходами. Это означает, что решения о расходах должно приниматься до того, как они возникнут.

Расходы, как объект управления, имеют два противоположных свойства, которые в то же время дополняют друг друга: они, с одной стороны, являются конечными, а с другого – циклическими. Законченность расходов относительно конкретного ресурса означает, что после его использования затраты становятся исчерпанными и больше в деятельности предприятия не возникают. Одновременно, большинство расходов в деятельности предприятия циклические по сути, хотя для каждого конкретного ресурса время возникновения расходов будет разным. Эта особенность расходов дает возможность использовать экстраполяцию в управлении ими и утверждать, что хотя величина будущих расходов и есть сравнительно неизвестной, но их сущность и факторы, предопределяющие их величину на конкретном предприятии, остаются неизменной. Это дает возможность детально планировать расходы и превентивно управлять ими.

Расходы, как объект управления, не в полной мере зависят от принятых управленческих решений на предприятии. Это вызвано тем, что часть расходов по сути не является контролируемой. Неконтролируемые расходы объективно возникают вне принятых управленческих решений. Неполная контролируемость входных расходов предприятия (стоимость ресурсов) определяется не только принятыми управленческими решениями, но и конъюнктурой рынка – общий фактор, и расходами поставщиков ресурсов, что определяют их минимальную цену, – частичный фактор. Именно случайность возникновения расходов и их зависимость от внешней среды предприятия определяют неполную контролируемость расходов и предопределяют в ряде случаев вариативный характер управления ими. В связи с этим предприятию в целях обеспечения экономической безопасности потенциала целесообразно комплексно применять инструментарий управления затратами.

Использованные источники:

1. Илюхина Л.В. Проблема позиционирования предпринимательства в современном информационном обществе / Е.П. Ларькова, Л.В. Илюхина // Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции (Каменск-Шахтинский, 12 ноября, 2014г.) – Новочеркасск: Лик. – 2015. – С. 416-417.
2. Родионов А.В. Формирование антикризисного механизма стратегического развития безопасности предприятия / А.В. Родионов, О.А. Терновский // Экономика и социум, 2016. – № 4 (23). – Электронный ресурс. – Режим доступа:
http://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_23/Rodionov%20A.V.%20Osnovnoy%20razdel.pdf

*Лата М.С.
старший преподаватель
кафедры страхования и финансово-экономического анализа
ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ
Россия, г. Волгоград
Чжан Жуй
генеральный директор
Пекинской торговой компании «Союз Чжююэ»
Китай, г. Пекин*

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИЕЙ: АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

В работе исследуется зарубежный опыт внедрения электронных технологий в области реализации сельскохозяйственной продукции. Осуществлен краткий анализ иностранных инновационных бизнес-технологий, связанных с использованием Интернет для реализации продукции сельскохозяйственного производства.

Ключевые слова: Сельскохозяйственное производство, Интернет,

малые формы хозяйствования, электронная торговля, органическое сельское хозяйство.

In this paper the foreign experience of the introduction of electronic technologies in the field of agricultural products. Realized a brief analysis of foreign innovative business technologies related to the use of the Internet for the sale of products of agricultural production.

Keywords: Agricultural production, internet, small forms of management, e-commerce, organic agriculture.

Динамика развития современных агропродовольственных рынков демонстрирует очевидный тренд роста объемов электронной торговли сельскохозяйственной продукцией и сырьем. Потенциал е-бизнеса в области торговли продовольствием и сырьем для его производства, благодаря всемирной сети Интернет, на сегодняшний день практически ничем не ограничивается. Еще сравнительно недавно те возможности, которые предоставляет сегодня Интернет для ведения хозяйственной деятельности в аграрной сфере, казались абсолютно нереальными, в том числе и в такой важной части агропромышленного производства как сбыт готовой продукции. В настоящий же момент, статистика роста интернет-продаж сельхозпродукции говорит о том, электронная коммерция, как способ продажи продуктов через Интернет, фундаментально изменила весь агробизнес. Как показывают результаты статистических исследований, опубликованных на сайте Economics & Statistics Administration. United States Department of Commerce, рост доли фермеров, использующих сеть Интернет для продаж своей продукции, в США, с 13% в 1997 г. вырос до 73% в 2010 г. В то же время несомненным остается и то, что возможности, появляющиеся у бизнеса в результате роста интернет-продаж, создают не только преимущества, но и проблемы. Наиболее существенной сложностью адаптации аграрного производства к новым реалиям, пожалуй, следует признать трудности трансформации организационной бизнес-модели при внедрении ИТ в деятельность сельскохозяйственных товаропроизводителей [1].

По данным правительства США, электронная коммерция в секторе «Business to business» (B2B) значительно преобладает над сектором «Business to consumer» (B2C), в котором контрагентом выступает конечный покупатель. В 2000 г. интернет сделки сектора B2B насчитывали 19% от всего объема заключаемых сделок в промышленном сегменте товарного рынка, в то время как транзакции в секторе B2C занимали менее одного процента от розничных продаж в США. За последнее десятилетие и те, и другие выросли на более чем на 57% и составили в 2010 году 96,4 млрд. и 57 млрд. долл. соответственно. При этом общий объем сделок, заключаемых через Интернет продолжает расти [2].

Тем не менее, электронная коммерция все еще играет лишь вспомогательную роль в экономике США, что во многом опосредовано неустойчивым балансом между рынком капитала и реальным сектором, сложившимся в посткризисный период. Вместе с тем, в аграрном секторе экономики наблюдается стремительный рост объемов Интернет-торговли, что, помимо всего прочего, способствует внедрению технологических новаций, актуализирующих преимущества сетевых ресурсов как своего рода инновационной экономической среды. На сегодняшний день, будучи второй по объемам интернет-поставок, сельскохозяйственная отрасль демонстрирует опережающие темпы роста электронной коммерции по сравнению даже с такими сегментами товарного рынка как рынок компьютерной и электронной промышленности [3].

Среди основных факторов, сдерживающих развитие электронной коммерции в аграрной сфере, зарубежными исследователями выделяются: отсутствие в сельской местности высокоскоростного интернет-доступа к веб-ресурсам, неразвитость системы электронных платежей, несовершенство нормативно-правовой базы, регулирующей дистанционную торговлю, наличие определенной инерции сельскохозяйственных товаропроизводителей, осторожно относящихся к различного рода новшествам и т.п.

Несмотря на практически повсеместный доступ к Интернет, по данным Министерства сельского хозяйства США только 43% фермерских хозяйств занимались электронной торговлей (U.S. Department of Agriculture, 2010). В этой связи Правительством США были предприняты меры по обеспечению фермеров широкополосным Интернет, и в настоящее время вопрос с низкоскоростным Интернет-соединением в большинстве случаев уже решен. Тем не менее, проблема негативного отношения представителей фермерских хозяйств ко всевозможным нововведениям, в том числе в вопросах электронной коммерции, остается актуальной.

Другим немаловажным препятствием распространения электронной коммерции в агробизнесе является сложность, а зачастую и невозможность обеспечения послепродажного обслуживания клиентов при интернет-продаже, обусловленного сложностью построения личных отношений с покупателем. Специфика агропромышленного комплекса США такова, что личные и партнерские отношения играют очень важную роль в хозяйственной деятельности фермеров и их объединений, а такие отношения довольно сложно развивать, используя только связь посредством Интернет. Кроме того, многими фермерскими организациями высказываются опасения по поводу безопасности и конфиденциальности информации при заключении сделок электронной торговли, что также относится к факторам, препятствующим развитию аграрного e-бизнеса [4].

Тем не менее, сельскохозяйственные товаропроизводители всего мира начинают играть все более заметную роль в современной электронной

коммерции. Ежегодно количество создаваемых сайтов различных доменных зон, занимающихся продвижением сельскохозяйственной продукции, увеличивается примерно на 45-50%. При этом, экспертами отмечается, что с ростом объема реализованной продукции при помощи Интернет и внедрением электронной коммерции в деятельность сельскохозяйственных товаропроизводителей, изменяется и бизнес-стратегии фермеров. Так, если на старте интернет-проектов, ориентированных на продажу сельхозпродукции, основной стратегией подавляющего большинства производителей сельхозпродукции было стремление к увеличению объемов продаж, то в настоящее время, многие фермерские организации и объединения, освоив возможности WEB 2.0, стремятся превратить свои сервисы в некое подобие интернет-сообществ, где на первый план выходит возможность обратной связи с пользователями и выявление их предпочтений как потребителей.

Использованные источники:

1. Мелихов П.А., Лю Цзиньюй. Правовые проблемы реализации сельскохозяйственной продукции посредством сети Интернет // Развитие современной науки: теоретические и прикладные аспекты: сборник статей студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых и преподавателей / Под общ. ред. Т.М. Сигитова. – Пермь: ИП Сигитов Т.М., 2016. С. 158-159.
2. Economics & Statistics Administration. United States Department of Commerce: [сайт]. URL: <http://www.esa.doc.gov/content/indicators> (дата обращения: 24.06.2016)
3. Мелихов П. А. Правовые основы формирования информационного общества в России / П. А. Мелихов // Научные основы стратегии развития АПК и сельских территорий в условиях ВТО материалы международной научно-практической конференции, посвящённой 70-летию образования ВолГАУ. 2014. С. 203-206.
4. Мелихов П. А. Правовые аспекты распространения общедоступной информации в сети интернет / П. А. Мелихов // Стратегическое развитие АПК и сельских территорий РФ в современных международных условиях. Материалы Международной научно-практической конференции, посвящённой 70-летию Победы в Великой Отечественной Войне 1941-1945 гг. 2015. С. 60-64.

*Лата М.С.
старший преподаватель
кафедры страхования и финансово-экономического анализа
ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ
Россия, г. Волгоград
Чжан Жуй
генеральный директор
Пекинской торговой компании «Союз Чжоюэ»
Китай, г. Пекин*

РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РЕАЛИЗАЦИИ ОРГАНИЧЕСКОЙ СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИИ, ПРОИЗВЕДЕННОЙ ФЕРМЕРАМИ

В статье исследуется проблема развития электронной торговли экологически чистыми и органическими продуктами питания, производимыми российскими фермерами.

Ключевые слова: Электронная торговля, интернет-магазин, малые формы хозяйствования, экологически чистая продукция, органическое сельское хозяйство.

In the article the problem of e-commerce development of environmentally friendly and organic food, produced by Russian farmers.

Keywords: E-commerce, online store, small forms of farming, organic products, organic agriculture.

Одной из наиболее перспективных сфер приложения инновационного потенциала российского фермерства представляет собой электронная торговля экологически чистой и органической продукцией, произведенной фермерскими хозяйствами в РФ. Электронная коммерция в агропродовольственном сегменте рынка представляет собой достаточно новую и, вместе с тем уже прочно обосновавшуюся на рынке форму продаж. В особенности это касается рынка экологически чистых продуктов, а также продукции, произведенной с применением органических (без применения химических удобрений и препаратов искусственного роста) технологий. Анализ статистических данных и научных исследований в этой области показывает, рынок фермерских экологически чистых продуктов в России имеет ярко выраженную тенденцию роста, хотя по сравнению с экономически развитыми странами, емкость российского рынка еще сравнительно невелика.

Необходимо констатировать, что по объемам производства российский АПК значительно отстает от производства органической продукции в США, Канаде и странах Евросоюза, а объем рынка оценивается в сумму порядка 80 млн. долл., что составляет менее 1% от общего объема продаж всех продуктов питания в РФ. Тем не менее, экспертами потенциал российского рынка экологически чистой и органической продукции оценивается достаточно высоко. По прогнозам IFOAM (Международной федерации органического

сельскохозяйственного движения), потенциал российского рынка органических продуктов продолжит демонстрировать устойчивый рост на уровне 25-30% и к концу 2015 г. оценивался более чем 100 млн. долл. [1].

На сегодняшний день основным каналом реализации органической продукции, произведенной российскими фермерами, выступают крупные сетевые супермаркеты, а также специализированные магазины по продаже органических и экологически чистых продуктов питания. Доля электронных продаж экологически чистой и органической продукции, произведенной российскими фермерами не превышает 5% общего объема продаваемых в России органических продуктов питания. При этом, российский продуктовый онлайн-рынок обладает определенной спецификой по сравнению с американскими, западноевропейскими и китайскими интернет-площадками, предназначенными для торговли сельхозпродукцией. Российские фермеры предпочитают пользоваться уже существующими интернет-сервисами трейдинговых или логистических объединений, специализирующихся на продаже сельскохозяйственной продукции и сырья, а не создавать собственные веб-ресурсы и брендировать свои продукты, как это, к примеру, принято делать в Китае [2].

Практика показывает, что товародвижение органической и экологически чистой фермерской продукции с использованием традиционных логистических цепочек производитель – закупщик – магазин – потребитель малоэффективно, а в ряде случаев и попросту невозможно в силу ограниченности объемов фермерского производства, малых сроков хранения органической продукции, удаленности производителя от рынков сбыта, несовершенства транспортно-логистической системы и т.п. Электронная же торговля сельхозпродукцией лишена всех вышеперечисленных недостатков, поскольку в этой логистической схеме возможна непосредственная цепочка: производитель – интернет-магазин (он же доставщик) – потребитель, минуя и посредника (заготовителя) и организации розничной торговли [3].

Как показывает успешный отечественный опыт, интернет-магазины обладают рядом существенных преимуществ над традиционными торговыми сетями именно при взаимодействии с малыми формами хозяйствования. Во-первых, интернет-магазин не связан необходимостью длительного хранения продукта, поскольку он приобретается «под заказ» и сразу же доставляется потребителю. Во-вторых, интернет-магазины в своем большинстве не заинтересованы в крупных товарных партиях, предпочитая сотрудничать с мелкими производителями (прежде всего фермерскими и личными подсобными хозяйствами), по причине своей ориентированности на конечного потребителя. Наконец, в-третьих, сотрудничая с фермерами (и другими малыми производителями) интернет-магазину значительно проще отслеживать контроль качества произведенной продукции, что является важным фактором в условиях возрастающей конкуренции на рынке продуктов питания.

Использованные источники:

1. Мелихов П. А. Правовые основы формирования информационного общества в России / П. А. Мелихов // Научные основы стратегии развития АПК и сельских территорий в условиях ВТО материалы международной научно-практической конференции, посвящённой 70-летию образования ВолГАУ. 2014. С. 203-206.
2. Мелихов П.А., Лю Цзиньюй. Правовые проблемы реализации сельскохозяйственной продукции посредством сети Интернет // Развитие современной науки: теоретические и прикладные аспекты: сборник статей студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых и преподавателей / Под общ. ред. Т.М. Сигитова. – Пермь: ИП Сигитов Т.М., 2016. С. 158-159.
3. Минеев О. А., Мелихов П. А. Генезис аграрного законодательства на современном этапе реформы АПК / П. А. Мелихов, О. А. Минеев // Аграрная наука - основа успешного развития АПК и сохранения экосистем материалы Международной научно-практической конференции. 2012. С. 301-306.

Лашина А. С.
студент 3 курса
факультет экономики и менеджмента
Сазонова А.В
3 курс
факультет экономики и менеджмента
ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»
Россия, г. Курск

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВЫХ СЛУЖБ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье анализируется роль такого отдела на предприятии, как маркетинговая служба. Данный отдел выполняет основополагающие задачи и функции, обеспечивающие стабильное существование фирмы в условиях конкуренции. Маркетинговый отдел должен присутствовать в любой организации независимо от ее размера и этапа развития. В статье представлены основные задачи и функции маркетинговой службы, после ознакомления с которыми понимается вся важность существования данного отдела на предприятии.

Ключевые слова: маркетинг, предприятие, экономика, значение, задачи, функции.

*Sazonova Alla
student*

*3 course, faculty of economy and management
Kursk State University*

Russia, Kursk

*Lashina Anna
student*

3 course, faculty of economy and management

Kursk State University

Russia, Kursk

ROLE OF MARKETING SERVICES IN ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

In this article the role of such department at the enterprise as marketing service is analyzed. This department carries out the fundamental tasks and functions providing stable existence of firm in the conditions of the competition. The marketing department has to be present at any organization irrespective of its amount and a stage of development. The main objectives and functions of marketing service after acquaintance with which all importance of existence of this department at the enterprise is understood are presented in article.

Keywords: marketing, enterprise, economy, value, tasks, functions.

Филипп Котлер – автор, пожалуй, самых известных книг о маркетинге говорил, что «маркетинг — это искусство и наука правильно выбирать целевой рынок, привлекать, сохранять и наращивать количество потребителей посредством создания у покупателя уверенности, что он представляет собой наивысшую ценность для компании», а также «упорядоченный и целенаправленный процесс осознания проблем потребителей и регулирования рыночной деятельности» [2, с. 569].

В настоящее время в условиях постоянно меняющейся экономической ситуации руководство предприятий должно уметь быстро адаптироваться к возникающим изменениям, сохранять целевую аудиторию и приумножать свою прибыль. Большую роль в решении этих задач играют маркетинговые службы.

Маркетинговая служба – это совокупность отделов, подразделений, в состав которых входят работники, занимающиеся той или иной маркетинговой деятельностью. Маркетинговая служба должна выполнять множество функций, таких как комплексное исследование товарного рынка, планирование новых товаров, управление товародвижением, организация сбыта, формирование спроса и стимулирование сбыта [2, с. 697].

Роль маркетинговой службы на предприятии проявляется в его функциях:

1. аналитической, состоящей в изучении рынка, его структуры, которую образуют контрагенты, конкуренты, посредники, а также общей

(внутренней и внешней) ситуации деятельности фирмы;

2. производственной, предполагающей разработку новых товаров, управление качеством и конкурентоспособностью готовой продукции;

3. сбытовой, «ведающей» организацией системы товародвижения, сервиса, проведения политики цен;

4. управленческой, связанной с планированием, организацией, контролем маркетинговых мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание взаимовыгодных отношений с посредниками и покупателями [1, с. 35].

В каждой крупной организации в обязательном порядке присутствует отдел маркетинга, на который возлагаются некоторые специфические, но в то же время важные функции. В зависимости от структуры предприятия, отдел маркетинга может различаться. Так, при крупных ООО, ОАО или ЗАО это целое подразделение, в котором трудится не один десяток людей. Там есть директор, начальники «средней руки», а также низшее руководство и всем известный офисный планктон. Что касается небольших фирм в виде ИП, то отдела по маркетингу в них может быть не предусмотрено, но все-таки есть несколько человек, которые занимаются рекламой. На них и возлагаются все функции и задачи отдела маркетинга.

Таким образом, независимо от величины, структуры и прочих особенностей компании, в ней в обязательном порядке присутствуют маркетологи. Если же нет человека, который занимается рекламой и продвижением продукции, то такую организацию нельзя назвать полноценным бизнесом, ведь никакого развития у нее не будет.

Какие же основополагающие задачи выполняют маркетинговые службы на предприятии? Перечислим основные из них.

1. при формировании рыночной стратегии предприятия:

- анализ и прогнозирование конъюнктуры рынка, факторов конкурентного преимущества организации; качества и ресурсоемкости аналогичных товаров конкурентов, их организационно-технического уровня;
- анализ связей организации с внешней средой;
- прогнозирование воспроизводственных циклов товаров фирмы, цен и конкурентоспособности будущих товаров и др.;

2. в процессе реализации концепции маркетинга:

- согласование структуры и содержание системы менеджмента организации;
- участие в проектировании и разработке организационной и производственной структуры, положений и должностных инструкций организации;
- выходной маркетинговый контроль;
- анализ внеэкономической деятельности;
- согласование цен, контрактов и договоров, и др.;

3. при организации рекламы товара и стимулировании сбыта:

- определение целей, методов, правил и средств рекламы;
 - организация работы рекламных агентств и служб;
- стимулирование сбыта товаров и роста прибыли и др.

4. в процессе обеспечения маркетинговых исследований:

- разработка и совершенствование структуры службы маркетинга организации;
- информационное обеспечение и создание нормативной базы маркетинговых исследований;
- кадровое обеспечение исследований;
- обеспечение техническими средствами;
- обеспечение внутренних и внешних связей службы маркетинга организации [1, с. 35].

Таким образом, можно отметить, что маркетинговые службы играют важную роль на всех стадиях развития предприятия. Отдел маркетинга выполняет функции, без которых невозможно представить себе нормальное существование организации. В настоящее время без маркетинговых служб, обеспечивающих проведение маркетинговых исследований по изучению перспектив спроса, конкуренции, требований потребителей к свойствам и качеству товара, производителям трудно выжить в конкурентной борьбе. Конечной целью функционирования маркетинговых служб является подчинение всей производственной и коммерческой деятельности предприятия законам существования и развития рынка.

Использованные источники:

1. Замедлина Е.А., Жулина Е.Г. Основы менеджмента. Изд-во: Аллель-2000, М., 2010 – 64 с.
2. Ф. Котлер, Г. Армстронг Основы маркетинга. Профессиональное издание. Изд-во: Вильямс, М., 2010 – 1072 с.

Лашина А. С.

3 курс

факультет экономики и менеджмента

Сазонова А.В.

студент 3 курса

факультет экономики и менеджмента

ФГБОУ ВПО «Курский государственный университет»

Россия, г. Курск

ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Статья посвящена вопросам деятельности российских коммерческих банков. Коммерческие банки могут осуществлять множество операций на рынке ценных бумаг. В статье основные операции коммерческих банков, а также и роль в экономике.

Ключевые слова: коммерческие банки, ценные бумаги, операции.

*Lashina Anna
student
3 course, faculty of economy and management
Kursk State University
Russia, Kursk*

*Sazonova Alla
student
3 course, faculty of economy and management
Kursk State University
Russia, Kursk*

BASIC OPERATIONS OF COMMERCIAL BANKS

Article is devoted to the activities of Russian commercial banks. Commercial banks can perform many operations on the securities market. In the article the basic operations of commercial banks, as well as a role in the economy.

Keywords: commercial banks, securities operations.

Рынок является важным звеном финансовой системы. В России подобная система стала формироваться лишь в конце восьмидесятых годов, когда правительство осознало необходимость восстановления рыночного механизма. Одно из значимых средств для восстановления рынка - это коммерческие ценные бумаги, которые определяют право собственности своего владельца на капитал.

Банки играют различную роль на фондовых рынках. Это обусловлено особенностями законодательства страны, ее исторических путей развития. Существует два подхода к проведению обычной банковской деятельности с деятельностью на рынке ценных бумаг. При первом подходе банку запрещается осуществлять некоторые виды деятельности на рынке ценных бумаг, а также они ограничены в отдельных видах непрофессиональной деятельности в качестве инвесторов.

Операции, проводимые банком разделяют на пассивные и активные.

Основная цель пассивных операций – это формирование банковских ресурсов. К таким операциям относят: прием вкладов (депозитов); открытие и ведение счетов клиентов, в том числе банков-корреспондентов; выпуск собственных ценных бумаг (акций; облигаций), финансовых инструментов (векселей, депозитных и сберегательных сертификатов); получение межбанковских кредитов; получение централизованных кредитных ресурсов.

Основная цель активных операций – это получение прибыли от размещения банковских ресурсов. Активные операции включают в себя ссудные, кассовые и другие операции.

Согласно Закону РФ «О банках и банковской деятельности» коммерческим банком разрешается:

- выпускать, покупать, продавать, хранить ценные бумаги, осуществлять иные операции с ними;
- оказывать брокерские и консультационные услуги;

- осуществлять расчеты по поручению клиентов, в том числе по операциям с ценными бумагами;
- управлять ценными бумагами по поручению клиента (доверительные или трастовые операции). [1]

Данные виды деятельности указывают на то, что возможно большое количество операций коммерческих банков. Согласно российскому законодательству, банки могут осуществлять также и предпринимательскую деятельность. Рассмотрим виды деятельности на рисунке. (см.рисунок 1)

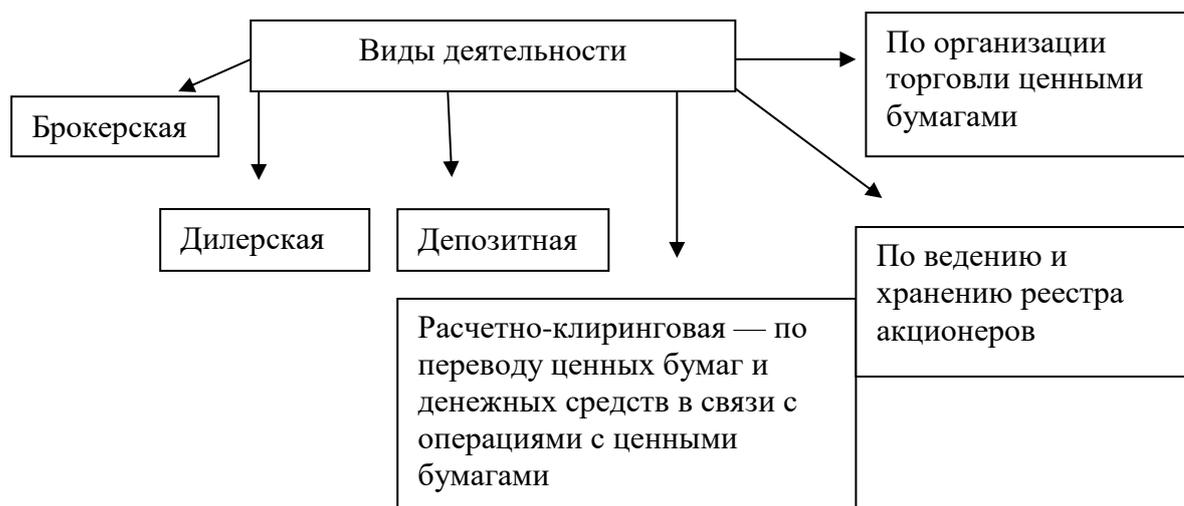


Рисунок 1. Виды предпринимательской деятельности коммерческих банков на рынке ценных бумаг

Все операции коммерческих банков подразделяются на виды и классифицируются по ряду признаков.

Для привлечения денежных средств с целью пополнения ресурсов или финансирования инвестиционных проектов, отдельных мероприятий банк выпускает акции или облигации. При выпуске акций банк сначала выступает в качестве продавца, а затем — объектом долевой собственности акционеров. Если же банк выпускает облигации, то он сначала является продавцом, а затем — должником. Покупатели облигаций выступают в качестве кредиторов.

Эмиссия банком собственных акций или облигаций позволяет получить с минимальными издержками необходимые финансовые ресурсы для расширения сферы и объема предоставляемых услуг.

Размещение выпуска собственных акций и облигаций путем продажи и путем распространения. Продажа акций и облигаций осуществляется заранее узкому определенному кругу инвесторов. Распространение происходит на конкурсной основе большому числу инвесторов.

В ряде случаев для распространения собственных акций и облигаций банк может привлекать посредников, которые выступают в форме фондовых брокеров и дилеров. Операции по покупке ценных бумаг на западе осуществляют *андеррайтеры* — инвестиционные институты или их группа, которые принимают и на себя все риски, связанные с размещением ценных

бумаг.

При выполнении посреднических операций банки могут осуществлять:

- полный выкуп ценных бумаг с перепродажей;
- распространение ценных бумаг с гарантией выкупа;
- распространение ценных бумаг без гарантии выкупа.

Под полным выкупом ценных бумаг с перепродажей понимается извлечение банком дохода на разнице цен покупки и продажи. Эмитенты и другие физические и юридические лица — владельцы ценных бумаг — заинтересованы при минимуме средств, выделяемых на распространение, реализовать максимальное количество бумаг.

Под распространением ценных бумаг с гарантией выкупа понимается ситуация, когда с одной стороны банк выступает комиссионером и покупателем. А с другой стороны - гарантом. Цель – получение максимальной суммы прибыли.

Распространением ценных бумаг без гарантии выкупа происходит тогда, когда банк нераспространенную часть бумаг не выкупает.

Таким образом, коммерческие банки могут осуществлять полный комплекс фондовых операций, выступая на рынке в качестве эмитента ценных бумаг, инвестора и посредника в отношениях сторонних эмитентов и инвесторов, предоставлять депозитарные и расчетно-клиринговые услуги, а также оказывать трастовые услуги. [2]

Использованные источники:

1. Федеральный закон "О банках и банковской деятельности" от 02.12.1990 N 395-1, [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Инвестиции/ Колтынюк Б.А. – Издательство: Михайлова, 2008 — 848 с

Лашина А. С.

3 курса

факультет экономики и менеджмента

Сазонова А.В.

студент 3 курса

факультет экономики и менеджмента

ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»

Россия, г. Курск

МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОМПАНИИ И ИХ ПОЛОЖЕНИЕ В ЭКОНОМИКЕ

Статья посвящена вопросам экономического развития современных международных компаний. Международные компании занимают важное место в современном процессе глобализации. В статье рассмотрено современное экономическое положение компаний и их роль в мировом хозяйстве.

Ключевые слова: международные компании, глобализация, интеграция, транснациональный капитал.

Lashina Anna
student
3 course, faculty of economy and management
Kursk State University
Russia, Kursk
Sazonova Alla
student
3 course, faculty of economy and management
Kursk State University
Russia, Kursk

INTERNATIONAL COMPANIES AND THEIR POSITION IN THE ECONOMY

The article is devoted to the economic development of modern international companies. International companies have an important place in the modern process of globalization. The article considers the current economic situation of companies and their role in the world economy.

Keywords: international companies, globalization, integration, transnational capital.

В XXI веке одними из основных субъектов международных отношений являются транснациональные корпорации, транснациональные банки и международные финансовые центры. Современное развитие мирового сообщества характеризуется системной интеграцией экономик государств, международной концентрацией капитала, интеграцией мировых рынков и глобализацией хозяйственной деятельности компаний. В связи с этим стратегическое значение государственной политики приобретает инновационная деятельность компаний, содержанием которой является разработка и вывод на рынок новых товаров, разработка и внедрение новых технологий, создание и применение новых знаний.

Используя современные системы планирования и информационные коммуникации, многие из них смогли разработать и распространить на ряд стран, регионов и даже на весь мир достаточно эффективные конкурентные стратегии. Благодаря отмеченным и многим другим обстоятельствам международные компании приобрели существенное влияние на систему межгосударственных отношений, которое неуклонно растет. [1, с.36]

Заметное влияние и большие масштабы концентрации транснационального капитала можно заметить в разных отраслях промышленности. Например, в металлургической промышленности сравнительно недавно произошло слияние двух ТНК – «Миттал Стил» и «Арселор». Возникла новая мегакомпания с капитализацией свыше 60 млрд.долл.

Стратегическое соглашение между ConocoPhillips и «ЛУКОЙЛом» является завершением приватизации крупнейшей российской

нефтекомпаний. В результате ряд важнейших проектов перейдет под операционный контроль совместного предприятия, совместной структуры. Количество контактов с руководством крупнейших мировых компаний («ШевронТэксако», «Марафон Ойл», «Би-Эйч-Пи-Биллитон», «Тоталь», «Французский институт нефти») увеличивается. Большинство из них проявляют неподдельный интерес к расширению своего присутствия, к расширению инвестиций в российскую нефтегазовую промышленность.[2, с.115].

Рассмотрим рейтинг 10 крупнейших иностранных компаний в России за 2015г. по версии журнала Forbes (см. Таблицу 1) [3].

Таблица 1

Крупнейшие иностранные компании в России за 2015г.

Место	Компания	Выручка за 2014г., млрд.руб.	Доля российской выручки в глобальной, %	Страна
1	Ашан, Атак	372	14	Франция
2	Метро Кэш энд Керри и Медиа-Маркт-Сатурн	294	9	Германия
3	Тойота Мотор	249	3	Япония
4	Фольксваген Груп	231	2	Германия

Продолжение таблицы 1

5	ДЖ.Т.И. Россия	222	28	Швейцария
6	ФМСМ	194	6	Швейцария
7	ИКЕА	184	12	Швеция
8	Пепсико Холдингс	171	7	США
9	Ниссан Мэнүфэкчуринг	152	4	Япония
10	Мерседес-Бенц	148	2	Германия

Как видно из таблицы, на 1 месте располагается компания Ашан, занимающаяся торговлей. На сегодняшний день это компания представлена в России 88 гипермаркетами Ашан и 153 супермаркетами Атак, на которые приходится 14% совокупной выручки группы. На втором месте располагается немецкая компания Метро (торговля). Российский рынок является ключевым, так как на него приходится 9% выручки (294 млрд.руб.) и до 40% прибыли до уплаты налогов. На третьем и четвертом месте расположились компании машиностроительной отрасли (Тойота Мотор и Фольксваген Груп) с выручкой 249 и 231 млрд.руб. На пятом месте находится корпорация табачной отрасли Japan Tobacco International с выручкой 222 млрд. руб. Доля российской выручки в глобальной 28%.

Международные компании оказывают все возрастающее влияние и на международную политику, стремясь обеспечить себе наиболее выгодные условия экономической деятельности. Это влияние весьма существенно и в вопросах внутренней экономической политики государств – у них имеются не

только громадные финансовые ресурсы для лоббирования собственных интересов на государственном уровне, но и соответствующий интеллектуальный, кадровый потенциал.

Использованные источники:

1. Егорова А. Особенности инновационного развития ТНК в глобальном экономическом пространстве // Наука и общество - 2012. – с. 132 – 136
2. Владимирова И.Г. Глобализация мировой экономики: проблемы и последствия // Менеджмент в России и за рубежом- 2011 - №1-с. 12-14
3. Рейтинг Forbes крупнейших компаний мира// Официальный сайт журнала Forbes [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.forbes.ru>

Лашкова М. О.

магистрант 1 курса

Институт магистратуры и аспирантуры

Рязанский государственный радиотехнический университет

Россия, г. Рязань

ОСОБЕННОСТИ ПОЗАКАЗНОГО МЕТОДА КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ В ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассматриваются особенности позаказного метода калькулирования себестоимости полиграфической продукции. Описаны основные достоинства и недостатки данного метода. Дано определение полиграфического заказа. Описана актуальность применения данного метода.

Затраты, себестоимость, позаказный метод, калькулируемая группа, полиграфический заказ.

The article features method of calculation of the cost of printing products for each product. We describe the basic advantages and disadvantages of this method. We give the definition of printing order. We describe the relevance of this method.

Cost, cost price, cost of printing products for each product, calculation group, printing order.

Главным условием эффективной деятельности полиграфического предприятия является правильность принимаемых управленческих решений, в основе которых лежит информация о затратах в процессе производства продукции или оказания услуг. В связи с этим, можно сказать, что калькулирование себестоимости продукции является одной из наиболее значимых задач управленческого учета. Себестоимость служит показателем оценки деятельности предприятия, в котором отражаются результаты хозяйственной деятельности полиграфического предприятия и имеющиеся резервы. Выбор оптимального метода калькулирования себестоимости позволяет верно устанавливать продажную цену продукции и услуг,

прогнозировать и регулировать производство, и действенно решать оперативные задачи управления.

Основным методом калькулирования себестоимости полиграфической продукции является позаказный метод. Данный метод позволяет рассчитывать себестоимость индивидуального заказа или группы однородной продукции. Позаказный метод может базироваться, как на фактических, так и на плановых затратах, в зависимости от метода учета затрат, применяемого полиграфическим предприятием.

Учет затрат на предприятиях, основными видами деятельности которых является: выполнение полиграфических работ по договору подряда в соответствии с главой 37 Гражданского кодекса Российской Федерации с последующей передачей результатов деятельности издающей организации (заказчику), изготовление собственной продукции в соответствии с главой 37 Гражданского кодекса Российской Федерации, в том числе бумажно-беловых товаров, оказание производственных услуг сторонним организациям в соответствии с главой 30 Гражданского кодекса Российской Федерации, устанавливается Методическими рекомендациями по вопросам планирования и учета затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) на полиграфических предприятиях. Кроме данных методических рекомендаций, существуют рекомендации по организации позаказного планирования затрат на полиграфических предприятиях, разработанные по заданию Федерального Агентства по печати и массовым коммуникациям ЗАО «ЛИМ» (ЗАО «Тулская лаборатория информационных и математических технологий») – разработчиком программных решений «ЛИМ-КОРПОРАЦИЯ» для полиграфических предприятий. Данная система состоит из нескольких модулей, позволяющих автоматически калькулировать полиграфический заказ, учитывать бумагу или готовую продукцию и т. д.

Методическими рекомендациями по вопросам планирования и учета затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) на полиграфических предприятиях установлено, что калькулирование себестоимости учетной единицы на полиграфическом предприятии может быть осуществлено по принципам нормативного метода, метода "директ-костинг", по процессному методу, по процессно-позаказного метода, или котлового (при изготовлении визиток и других подобных видов продукции), избранный предприятием метод должен быть отражен в учетной политике.

Полиграфический заказ – это вид производимой печатной продукции или оказываемых полиграфических работ, условия выполнения которых закреплены договором между типографией и заказчиком с оговоренными сроками, стоимостью, качеством и количеством отгруженной продукции (выполненных работ, услуг). На каждый конкретный полиграфический заказ составляется смета затрат с учетом НДС и наценки, а также конечной ценой. Особенность позаказного метода состоит в том, что смета относится к конкретному заказу, а не к периоду времени, и имеет в своей основе реально

понесенные, а не усредненные затраты. Основное внимание при калькуляции заказа уделяют используемым материалам и заработной плате основных производственных рабочих с отчислениями. Калькуляционной единицей полиграфического заказа натуральные или укрупненные натуральные единицы, а также выполненные работы и оказанные услуги.[3]

Методическими рекомендациями установлено, что объектом калькулирования для полиграфических предприятий может быть как отдельный заказ, так и калькулируемая группа, в отличие от других отраслей. Под калькулируемой группой понимается совокупность видов полиграфической продукции или процессов. Существуют следующие полиграфические калькулируемые группы:

- ✓ Газеты
- ✓ Книжно-журнальная и изобразительно-этикеточная продукция
- ✓ Бланочная продукция
- ✓ Картографическая продукция
- ✓ Прочая печатная продукция
- ✓ Непродовольственные товары народного потребления
- ✓ Игрушки, сувениры, елочные украшения[1]

К прочей печатной продукции относят ценные бумаги, дипломы, документы, удостоверяющие личность и т. п. К непродовольственным товарам народного потребления относят альбомы для рисования, чертежные листы и папки, тетради и т. п.

Прямые материальные и трудовые затраты, а также накладные расходы для каждого заказа ведутся в карточке регистрации затрат. Такая форма ведения учета применяется для калькулирования себестоимости, а в последствии для составления финансовой отчетности и контроля. В карточке регистрации должны отражаться основные показатели, такие как номер, дата открытия заказа, необходимое время на выполнение заказа, разрешение на проведение и описание работ, количество продукции, используемые материалы и оборудование, могут быть включены другие данные, индивидуальные для предприятия.

К основным задачам учета затрат можно отнести:

- ✓ Предоставление информации для руководства полиграфического предприятия о сложившихся затратах, обеспечивающей принятие управленческого решения
- ✓ Сопоставление уровня фактических и плановых затрат для выявления отклонений, последующего контроля и формирования экономической стратегии
- ✓ Расчет финансовых результатов на основе учетных данных и исчисление себестоимости печатной продукции или полиграфических услуг
- ✓ Оценка экономических результатов деятельности

Основной проблемой учета затрат является определение издержек на единицу продукции. Каждое полиграфическое предприятие самостоятельно

решает использовать фактические или нормативные затраты. Значительным минусом учета фактических затрат является сложность подсчета накладных расчетов, распределение является достаточно трудоемким. Система калькулирования затрат по нормативам в свою очередь не исключает учета фактических затрат, так как они необходимы для целей контроля, что приводит к двойному учету затрат.

Заключительной стадией при позаказной системе калькулирования является составление отчета о себестоимости заказа. Он обобщает информацию о затратах, и в случае использования нормативного метода учета затрат позволяет установить отклонение фактических затрат от нормативных.

Рассмотрим преимущества позаказного метода планирования для полиграфических предприятий:

1. Позаказный метод в наибольшей степени ориентирован на клиента. Данный метод учитывает требования заказчика по срокам и качеству, позволяет сократить стоимость заказа за счет применения менее дорогостоящих материалов или печатных процессов по желанию заказчика. С появлением программ, автоматически рассчитывающих калькуляцию заказа по заданным параметрам, у заказчика существует возможность сравнить цену нескольких заказов с различными параметрами. Такими параметрами могут стать качество бумаги, тираж, скрепление, используемая печатная машина и т. д. Данный метод позволяет сделать заказ еще более индивидуальным, ориентированным под клиента.

2. Позаказная система может использоваться для оценки эффективности работы предприятия, посредством сравнения аналогичных заказов. Она позволяет сопоставить издержки, выявить наиболее рентабельные заказы, сравнить операции и затраты на них.

3. Позаказная система позволяет достаточно точно планировать будущие затраты и продажные цены для полиграфических заказов.

4. Позаказный метод учета затрат позволяет наиболее полно учитывать специфические технологические особенности и возможности предприятия и специфику выпускаемой продукции

Показному методу присущи следующие недостатки:

1. Позаказный метод требует значительного уровня детализации, что ведет к дополнительным временным и денежным издержкам в виде заработной платы экономистов.

2. Затраты на составление детализированной калькуляции могут оказаться неэффективными, в связи с невозможностью сопоставления различных заказов либо в связи с отсутствием экономической целесообразности.

3. Контроль затрат по подразделениям или операциями требует дополнительного анализа первичных данных.

4. Недостатком позаказного метода, характерным в основном для полиграфической промышленности является усреднение стоимости заказа,

которое происходит в процессе деятельности. Это снижает точность учета затрат и не позволяет создать грамотную ценовую политику. Такие действия приводят к снижению эффективности деятельности и инвестиционной привлекательности, так как перестает учитываться технологическая сложность, ручной труд и неравномерность загрузки оборудования.

Учет затрат тесно связан с ценовой политикой предприятия. Под ценовой политикой понимают определение уровня цен, обеспечивающего выживание предприятия в условиях рынка. Определение отпускной цены на полиграфический заказ должно учитывать следующие факторы:

- ✓ Плановую себестоимость заказа
- ✓ Долю рентабельности
- ✓ Уровень цен в регионе на печатной продукции или полиграфических работ
- ✓ Уровень конкуренции в регионе
- ✓ Взаимоотношения с клиентом, его статус
- ✓ Возможность коррекции себестоимости за счет изменяемых параметров
- ✓ Новизну процесса производства [2]

На сегодняшний день российская полиграфическая промышленность переживает значительный кризис. Отрасль целлюлозно-бумажного производства; издательской и полиграфической деятельности сократилась в 2015 году на 6,3%. Вопрос выживания в конкурентной борьбе встал перед полиграфическими предприятиями достаточно остро, в связи с чем цены на печатную продукцию подвергаются значительной коррекции. Плановая себестоимость заказа и доля рентабельности отошли на второй план, намного большее значение приобрел уровень цен конкурентов и взаимоотношения с клиентом. Крупные полиграфические предприятия вынуждены брать заказы с минимальной долей рентабельности, чтобы имеющееся оборудование не простаивало. В связи с этим гибкий позаказный метод учета затрат приобретает особую актуальность.

Использованные источники:

1. "Методические рекомендации по вопросам планирования и учета затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) на полиграфических предприятиях"
2. Методические рекомендации по организации позаказного планирования затрат на полиграфических предприятиях ЗАО «ЛИМ» по заданию Федерального Агентства по печати и массовым коммуникациям.
3. Колпакова М. А., О. В. Дмитриева. Управление затратами как фактор повышения конкурентоспособности полиграфической организации : монография / М. А. Колпакова, О.В. Дмитриева ; Моск. гос. ун-т печати имени Ивана Федорова. — М. : МГУП имени Ивана Федорова, 2015. — 206 с.

*Лисеенко Р.Г.
студент 3 курса, 302 группы
Новозыбковский филиал БГУ*

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ИНТЕРЕСА УЧАЩИХСЯ СРЕДНЕЙ ШКОЛЫ НА УРОКАХ ИНФОРМАТИКИ И ИКТ

В современном образовании одной из приоритетных задач информатики рассматривается развитие познавательной деятельности учащихся, формирование целостного мировоззрения, системно-информационной картины мира, учебных и коммуникативных навыков и основных психических качеств учащихся. Данный фактор обусловлен постоянным поиском решения общеобразовательной задачи - повышения эффективности и качества учебного процесса.

Познавательная активность учащихся обеспечивает познавательную и творческую деятельность, в процессе которой происходит овладение содержанием учебного предмета, необходимыми способами деятельности, умениями, навыками. Однако современная гуманистическая ориентация информатизации образования не всегда приводит исключительно к высоким показателям успеваемости. Наличие большого количества интересных готовых программных продуктов, с одной стороны, создает благоприятные условия для организации учебного процесса. В тоже время, с другой стороны, широкое использование информационно-коммуникативных технологий сказывается на снижении познавательного интереса учащихся к теоретической информатике (теория информации, основы логики, аппаратное обеспечение компьютера, программирование). Самостоятельное освоение игровых программ, умение выполнять некоторые технологические операции создает у многих учащихся иллюзию, что они все знают и им нечему учиться на уроке. В результате встает проблема формирования положительной внутренней мотивации, как в процессе школьного обучения, так и дальнейшего профессионального образования. В решении данной проблемы фундаментальным звеном выступает «познавательный интерес».[1]

Таким образом, познавательный интерес - важнейшая область общего феномена интереса. Его предметом является самое значительное свойство человека: познавать окружающий мир не только с целью биологической и социальной ориентировки в действительности, но и в стремлении проникать в его многообразие, отражать в сознании сущностные стороны, причинно-следственные связи, закономерности, противоречивость. Свообразие познавательного интереса состоит в сложном отношении к миру предметов, явлений, в глубоком их изучении, в постоянном и самостоятельном добывании знаний в интересующей области, в активном и деятельном приобретении необходимых для этого способов, в настойчивом преодолении трудностей.[2]

Рассматривая познавательный интерес в качестве средства, стимула обучения, мы не всегда можем рассчитывать на то, что все наши стимулы

будут иметь в ходе обучения именно тот эффект, который важен для познавательного интереса как свойства личности нашего ученика, потому, что внешние воздействия механически не преломляются во внутренние процессы личности. Учащихся могут привлекать такие стороны обучения, которые связаны с особенно яркими, эмоционально поданными фактами, эффектными опытами, с обаянием личности учителя. Все эти сами по себе ученые стимулы обучения не должны подменять самого существа познавательного интереса.

Однако важным условием поддержания стабильности познавательных интересов учащихся, переводение их на уровень внутренней личностной потребности является соблюдение всего комплекса применяемых приемов в совокупности с организацией благоприятной к обучению среды, располагающих взаимоотношений между учителем и учащимися.[2]

В обучении информатики на уроках и внеурочно необходимо создавать атмосферу творческого поиска, помогающую школьнику как можно более полно раскрыть свои способности. Использование элементов развивающего обучения: проблемные ситуации, творческие задания, применять проективный метод, привлекают школьников к самостоятельной научно-исследовательской деятельности. Сочетание нескольких технологий, применяемых учителем на уроке, позволяет сделать каждый урок увлекательным и неповторимым.[1]

Использование данных элементов в обучении существенно повышает уровень знаний по информатике, творческую и познавательную активность учащихся и способствует сохранению глубокого познавательного интереса, необходимого как для дальнейшего профессионального образования, так и для формирования устойчивой жизненной позиции в целом.

Использованные источники:

1. Вербовая Н.И. Формирование познавательных интересов школьников как одно из условий осуществления всеобщего среднего образования[Текст] / Н.И. Вербовая. М.: Дрофа, 1974, 15 с.
2. Гончарова Е.Б. Формирование мотивации учебной деятельности подростков / [Текст] / Е.Б. Гончарова. М.: Дрофа, 2000, 6 с.

*Ловяникова В.В, к.э.н.
доцент
СКФУ Ставрополь
Кавешникова Н.С.
студент*

УГРОЗЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

Ситуация, сложившаяся в современном мире, ставит проблемы экономической безопасности в ряд наиболее актуальных и сложных проблем нашего времени.

В России проблемы экономической безопасности стали обсуждаться

как в научных кругах, так и в органах власти совсем недавно, связано это было с переходом от плановой экономики к рыночной и кризисом 1990-х гг.

Главной задачей экономической безопасности является: обеспечение такого уровня экономического развития, при котором бы существовали приемлемые условия для жизни и развития личности; социальная, политическая, военная стабильности общества; сохранение целостности государства; успешное сопротивление внутренним и внешним угрозам, в существующих условиях для страны.

В настоящее время российская экономика претерпевает ряд серьезных преобразований, и именно в этот момент она наиболее уязвима и открыта для внутренних и внешних угроз.

Внутренние угрозы связаны с состоянием собственной экономики, процессами политического и социального характера, протекающими внутри страны. Сущность внутренних угроз заключается в неспособности к самосохранению и саморазвитию, в неэффективной политике государственного регулирования экономики, в неумении находить правильные пути для решения возникших экономических противоречий.

Наибольшую опасность, среди внутренних угроз представляют: направленность, складывающаяся в социальной и научно-технических сферах; население, находящиеся за чертой бедности; безработица; неравномерность социально-экономического развития регионов; износ основных фондов производства, вследствие чего возникает потеря производственного капитала; инфляция, включая скрытое и ожидаемое повышение цен (естественные монополии, страховой бизнес, недвижимость, зерновой рынок и т.д.)

Сущность внешних угроз заключается в том, что они отражают состояние мировой экономики и оказывают воздействие на национальную экономику, подрывая основы ее развития.

К числу внешних угроз, на сегодняшний момент, относятся: зависимость от мировых цен, изменения в мировых ценах, и внешней торговле; колебания курса рубля; высокая импортная зависимость, перегрузка экспорта сырьевыми товарами; внешний долг России; экспортно-сырьевая ориентация; низкий уровень технологий обрабатывающей промышленности.

Угрозы внешнего характера обусловлены конкуренцией на мировой арене, стремлением каждой страны вырваться вперед во всех направлениях.

Не следует также забывать, что внешние и внутренние факторы взаимосвязаны, т.е. одни факторы могут усиливаться под действием других и наоборот.

С изменениями, которые происходят в экономике, меняется и сама сущность угроз. В результате исследований, проведенных в 1990-х гг. выяснилось, что на первый план вышли угрозы внутреннего характера, заложенные в устройстве функционирования отечественной экономики в последние годы. Стало ясно, что длительное консервирование внутренних

угроз, без проведения эффективной экономической политики делает страну более незащищенной для внешних угроз.

Как показало исследование в области экономической безопасности, угрозы могут долгое время носить скрытый характер и не проявляться в острой форме. Причина, по которой происходит перерастание угроз в кризис – непродуктивность и несистематизированность управленческих решений. Чем больше угроз зафиксировано специалистами, тем больше вероятность кризиса.

Ниже приведен перечень наиболее опасных угроз для российской экономики, которые действовали в последние несколько лет:

1. Износ основных фондов, т.е. машин и оборудования, вследствие чего происходит снижение выпуска объемов продукции, появляется риск катастрофы техногенного характера. Среднероссийский показатель степени износа основных фондов составляет 45%. В результате износа оборудования и его перегрузок произошла серьезная авария на Саяно-Шушенской ГЭС 17 августа 2009 г., ущерб от аварии превысил 7,338 млрд. рублей, исключая выплаты семьям погибших и нанесенный вред экологии. [2]

2. Высокий внешний долг, который может способствовать обострению финансового кризиса. На 3 марта 2016 года внешний долг РФ, включая обязательства бывшего СССР, принятые Российской Федерацией, составил всего \$ 49 987,4 млн. США в том числе по государственным гарантиям РФ \$11 870.1 млн. США. [3]

3. Низкая конкурентоспособность продукции на внешнем рынке, как результат технологического отставания России и резкой девальвации рубля.

Экспорт России в январе-феврале 2015 года составил \$ 57,9 млрд. США и по сравнению с январем-февралем 2014 года снизился на 23,8%.

Основу российского экспорта в январе-феврале 2015 года в страны дальнего зарубежья составили топливно-энергетические товары, удельный вес которых в товарной структуре экспорта в эти страны составил 69,7% (в январе-феврале 2014 года – 75,7%).

В товарной структуре экспорта в страны СНГ в январе-феврале 2015 года доля топливно-энергетических товаров составила 50,2% (в январе-феврале 2014 года – 55,0%). Стоимостные и физические объемы экспорта снизились, соответственно, на 40,1% и 12,0%. Физические объемы экспорта нефти сырой снизились на 4,4%, нефтепродуктов – на 40,2%, газа природного – на 20,0%.

Стоимостный объем экспорта продукции машиностроения снизился на 27,3%, в том числе: механического оборудования – на 32,1%, электрического оборудования – на 38,7%. [3]

4. Высокий уровень населения, находящегося за чертой бедности, низкое качество жизни народа. Согласно исследованиям проведенным институтом социологии РАН в 2013 г. в России 59% живут в бедности. Из них до прожиточного минимума не дотягивают 16%, а 43% относятся к категории

малообеспеченных, каждый пятый россиянин находится за чертой бедности. Стоит не упускать из внимания тот факт, что российский уровень прожиточного минимума далек от европейских стандартов и является скорее показателем выживания, а не полноценной жизни. Так же Россия является мировым лидером по неравенству распределения богатства. На долю самых богатых одного процента россиян приходится 71 % всех активов хозяйств в стране, т.е. они обладают совокупностью \$ 380 млрд. США, а девятнадцать миллионов беднейших россиян вместе владеют \$12 млрд. США. [2]

5. Превышение оттока капитала над его притоком (иностранные инвестиции). По предварительной оценке ЦБ РФ отток капитала из России в 2014 году составил \$152 млрд. США, что в 2,5 раза выше показателя 2013 г. [2] из-за санкций и падающих цен на нефть, замедления роста экономики, сокращения иностранных инвестиций и выводов собственных средств из страны, и, наконец, сокращения инвестиционной активности. Примечателен тот факт, что около 47% капитала было выведено из страны в IV квартале 2014 г.[2], что в большей степени связано с сокращением притока иностранных инвестиций в Россию и покупкой физическими и юридическими лицами иностранной валюты в связи с ослаблением рубля.

Переход от плановой к рыночной экономике, способствовал появлению как положительных изменений, ради которых он и совершался (ликвидация государственных монополий, свободное экономическое поведение субъектов, реализация различных форм собственности), так и отрицательных (высокая вероятность потери рабочего места, банкротство фирм, неясность доходов, высокая степень коррумпированности различных слоев). Во многих случаях именно коррупция «замораживает» эффективность правовой системы, парализует действие принимаемых законов, нередко коррупционеры пытаются получить влияние на политической арене.

Экономика России еще только начала свой путь становления и поэтому далека от совершенства, ей предстоит долгий путь развития, который будет сопровождаться цикличностью подъемов и падений. Для устранения провалов экономической системы потребуются немало усилий и государственных затрат как на развитие самой экономики в целом, так и на квалифицированную рабочую силу, которая будет заниматься решением этих проблем. Таким образом, структура деятельности по обеспечению экономической безопасности государства будет заключаться в следующем: во-первых, определить дальнейшую экономическую политику страны и адаптироваться к новым условиям развития, поддерживать экономическую независимость государства; во-вторых, защищать национальные интересы на мировой арене; в-третьих, противостоять внутренним и внешним угрозам, путем повышения эффективности и результативности работы налоговых служб и органов государственного регулирования, укрепление законодательства и органов судебной власти, устранение экономической криминализации, развитие предпринимательства и конкуренции.

Оптимизация расходов на содержание государственного управления путем сокращения избыточных функций, применение на практике международных стандартов с целью увеличения эффективности экономики РФ. Целенаправленное формирование среднего класса, путем сокращения бедности, увеличения занятости населения, повышения уровня минимальной заработной платы.

Использованные источники:

1. Кузнецова Е.И. Экономическая безопасность и конкурентоспособность. Формирование экономической стратегии государства: монография/М., Юнити-Дана, 2012. 239 стр.
2. <http://www.gks.ru>
3. <http://www.minfin.ru>

*Лоскунина Л.В.
студент 2 курса*

*«Институт экономики и предпринимательства»
Россия, г. Нижний Новгород*

**ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ
ТУРИСТСКИХ УСЛУГ**

В статье рассматриваются различные стороны такой актуальной на сегодняшний день проблемы, как особенности поведения потребителей на рынке туристских услуг. Исследованы основные факторы, оказывающие влияние на туристские мотивы, которые необходимо учитывать при изучении спроса на туристский продукт. Выделены различные типы потребителей туристических услуг, определены наиболее важные для потребителя стороны туристических услуг.

Ключевые слова: туризм, потребители, поведение, поведение потребителей, потребители туристских услуг

The article discusses various aspects of this relevant today the problems, as features of consumer behaviour on the tourism market. Investigated the main factors influencing tourist motivations that must be considered when studying the demand for tourist product. Selected different types of consumers of tourist services, the most important for the consumer of tourist services. Key words: tourism, consumer, consumer behavior, the consumers of tourist services

В современном мире невозможно обойти стороной такую проблему, как особенности поведения потребителя туристических услуг. Вопрос поведения потребителей стали вызывать интерес у ряда научных дисциплин. Разумеется, сфера туристских услуг вызывает огромный интерес в связи с тем фактом, что туристический продукт, представляющий собой многосоставляющую систему услуг, является источником рождения тех или иных поведенческие характерных особенностей поведения человека – потребителя вышеуказанных услуг.

В работе с потребителями услуг можно обнаружить большое количество очень сложных проблем, отсутствие решения которых увеличивает риск в управлении туристским предприятием и делает его зависимым от множества непредсказуемых факторов. Поэтому маркетинговые исследования позволяют выявить некоторые характерные показатели, с помощью которых можно моделировать процесс формирования спроса на туристские услуги

Поведение потребителей при совершении покупки рассматривается в маркетинге как процесс решения проблемы. Этому вопросу посвящены работы известных специалистов: Ф. Котлера, Д. Боуэна, Д. Мейкенза, Ж.-Ж. Ламбена, И.С. Березина многих других. Возможные шаги, которые могли бы иметь отношение к разрешению проблемы, они группировали в пять стадий:

- осознания проблемы;
- поиска информации;
- оценки альтернатив;
- решения о покупке,
- поведения после совершения покупки..

Зарубежные исследователи подвели итог своим наблюдениям за поведением потребителей в виде пяти аксиом.

Аксиома 1: Поведение потребителя целенаправленно.

Аксиома 2: Потребитель имеет свободу выбора. Он совершенно не обязан замечать маркетинговые ухищрения. Чаще всего он выбирает из всего информационного потока несколько товаров, затем делает свой выбор между ними.

Аксиома 3: Поведение потребителя представляет собою процесс.

Аксиома 4: На поведение потребителя можно влиять. Необходимо понимать, каким образом в сознании потребителя происходит принятие решений о покупке и что может повлиять на этот процесс.

Существует ряд факторов, оказывающих влияние на туристские мотивы, которые необходимо учитывать при изучении спроса на турпродукт и при формировании программ обслуживания. Принято выделять доминирующие и побочные факторы туристской мотивации, обладающие определенными возможностями усиливать свое влияние на поведение потребителя и процесс принятия им решения о путешествии и выбор туристского продукта:

1. Возраст. Мотивация выбора путешествия в значительной степени зависит от возраста и самостоятельности в принятии решения или возможности влиять на его выбор:

2. Образование. Этот фактор инициирует позывы увидеть непосредственно явления, достопримечательности, культурно-зрелищные события. Выделяют такие уровни образования: начальное, среднее, среднее специальное, высшее и др. Не исключение туристы, у которых нет образования, а есть только жизненный опыт.

При комплектовании групп сотрудникам турфирм желательно учитывать уровень образования туристов, что позволит выявлять общность интересов при посещении культурных и развлекательных центров, упростит обслуживание и сопровождение групп.

3. Социальная принадлежность. Оказывает существенное влияние на мотивацию выбора отдыха.

4. Менталитет. Определяется в основном воздействием общества, в котором человек проводит большую часть своего времени, что, в свою очередь, зависит от уровня образования и занимаемого в обществе положения.

5. Доход. Играет в туризме существенную роль. Турист выбирает уровень туристского обслуживания и вид путешествия исходя из их стоимости и своих материальных возможностей. Люди обеспеченные путешествуют избирательно. Люди с низким доходом совершают наименьшее число туристских поездок.

6. Семейное положение. Существенным образом влияет на мотивацию выбора путешествия.

7. Работа. Ее вид, характер, напряженность опосредованно оказывают влияние на формирование мотивов выбора путешествия, так как именно на работе человек проводит большую часть времени.

8. Отпуск. Его наличие, продолжительность, а также дотации к отпуску влияют на мотивацию путешествия и выбор туристского продукта. Отсутствие отпуска лишает человека возможности совершать длительные туры, оставляя ему лишь маршруты выходного дня.

9. Здоровье. Физическая подготовка, иммунитет, спортивные навыки в значительной мере определяют выбор путешествия.

10. Географическое направление. Мотив выбора географического направления может быть неопределенным и во многом зависит от удаленности и доступности места туристского назначения. На выбор географического направления в значительной степени влияет подготовленность туриста, в том числе сведения, полученные им из учебной, популярной и другой литературы, средств массовой информации, образующие фундамент его географических, краеведческих и страноведческих знаний. Решение относительно путешествия концентрируется вокруг выбора места туристского назначения. Выбор определяется оценкой возможных способов развлечения, удовлетворения туристских потребностей.

11. Сезонность. Туристские ресурсы в силу их географического положения и климатических особенностей обладают сезонной привлекательностью.

Турист предпочитает посещать курорт именно в «высокий» сезон, и в мире всегда можно найти место с наиболее благоприятными условиями для отдыха в определенное время.

12. Активность. Туризм предполагает пассивный и активный отдых.

Мотивация выбора привлекательного для туриста вида отдыха зависит от его возраста, характера, образа жизни, устойчивых принципов, влияния общества и других факторов, но, главное, от здоровья.

Таким образом, туристские мотивы как существенный элемент спроса являются объектом целого ряда влияний, которые могут быть не связаны напрямую с туризмом, но при этом воздействуют как на объем, так и на формы спроса и выбора туристского продукта и услуг. Одни из этих влияний могут быть доминирующими, другие - побочными, однако все они обладают определенной возможностью усиливать свое воздействие на принятие решения о путешествии и выбор туристского продукта

Использованные источники:

1. Березин И.С. Практика исследования рынков. - М.: Бератор-Пресс, 2011
2. Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства. - М.: Аспект Пресс, 2012.

*Луканов А.А.
магистрант гр. УЭмо2-6
ИУЭС ИТА ЮФУ*

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ СИСТЕМЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КОРПОРАТИВНЫМИ КЛИЕНТАМИ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ CRM

В современных условиях туризм представляет собой одну из ведущих отраслей экономики. Туристическая деятельность быстро развивается путем создания новых туристических продуктов, туристических центров. Наряду с этим развитие предприятий стало причиной формирования и развития корпоративного туризма, который понимается организация, деловых туров и отдыха сотрудников различных корпораций.

Можно выделить следующие отличия корпоративного туризма от массового:

- значительные финансовые возможности корпоративных клиентов;
- отсутствие сезонности;
- класс и качество обслуживания.

В корпоративном туризме прослеживается тенденция к снижению продолжительности поездок при росте их общего числа. Поскольку для корпоративного туризма важно время нахождения в месте командирования, то в основном в качестве средства передвижения применяется авиатранспорт.

Возрастная классификация корпоративных туристов может быть представлена тремя группами, среди которых наибольший удельный вес приходится на средний возраст, затем в порядке убывания зрелый и преклонный возраст.

Еще одной отличительной чертой является использование различных ценовых категорий для оплаты тура корпоративным клиентам, определяемой статусом мероприятий и персон, в них участвующих. Для организации VIP-

тура используются услуги самых престижных контрагентов: отели высшего класса, это же характерно для организации питания и приемов, специальное трансферное обслуживание в аэропортах, перелеты обычно осуществляются первым классом, либо же для этих целей специально арендовывается самолет, передвижение в месте пребывания организуется на машинами L-класса».

Организация туристического обслуживания категории «бизнес» означает бронирование отелей 4-5- звездной категории, перемещения - регулярными авиарейсами, при этом заказываются билеты класса «бизнес», обычно заказываются услуги гида и индивидуальный трансфер.

Организация бизнес-туров эконом-класса подразумевает расселение в гостиницах 2–3 звездной категории, перелет регулярными авиарейсами эконом-классом, трансфер на основе городского транспорта, если экскурсии и предусмотрены, то они групповой характер.

Деловой корпоративный туризм - это организация поездок, целью которых является решение бизнес-задач фирмы, а именно: посещение выставок, конференций, программ повышения квалификации, конгрессов, проведение переговоров с партнерами по бизнесу. Для этого вида туризма присуще также косвенное поощрение сотрудников. В отличие от услуг массового туризма, при развитии отношений с корпоративными клиентами туроператор должен обладать возможностью организовать все перечисленные мероприятия.

Инсентив-туризм - самостоятельное направление бизнес-туризма. Он представляет собой поощрительные поездки, которые предприятие предоставляет своим сотрудникам за высокие достижения в работе, либо с целью стимулирования производительности труда в будущих периодах.

Корпоративный лечебно-оздоровительный туризм – это туры, предполагающие привлечение предприятий, оказывающих оздоровительные услуги. Часто эти лечебные услуги довольно дороги, так как применяются уникальные лечебные природные ресурсы, использование которых в оздоровительных целях подразумевает наличие как специализированной техники, так и специальных медицинских знаний.

Корпоративный рекреационный туризм в настоящее время один из самых длительных видов корпоративного туризма, поскольку основан на потребности человека восстановить силы. Корпоративные рекреационные туры как правило носят спокойный характер с элементами познавательных туров.

Совершенствование маркетинговой деятельности в отношении корпоративных клиентов заключается в модернизации ценовой и товарной политики, формировании маркетинговой стратегии в туристической компании, работающей с корпоративными клиентами. Классификацию субъектов VIP-туризма для корпоративных клиентов может быть представлена по виде совокупности следующих категорий:

- состав участников

- демографические критерии;
- социальные;
- мотивационные стимулы,
- стиль жизни и деятельности;
- степень восприятия новинок.

Корпоративные туристы осуществляют путешествия как индивидуально, так и в группе. Самыми побудительными мотивами, на основании которых корпоративные туристы выбирают тур, являются общение с друзьями, семьей, стремление сменить окружение, поиск острых ощущений.

По степени отношения к нововведениям, выделены следующие основные характеристики. Прежде всего – они ранние последователи. Поэтому экзотические дестинации являются их излюбленным местом посещения, часто на основании их мнения формируется спрос на эти туры в сегменте массового туризма.

Формирование комплекса маркетинговых мероприятий для совершенствования взаимодействия с корпоративными клиентами должно быть основано на совокупности стратегически значимых действий, таких как усиление конкурентоспособности бренда, расширение спектра туристических услуг, так и определены основные направления, оптимизации операционной деятельности, например, экономия рабочего времени на обработку одной заявки или урегулирования одной претензии.

Особенное значение уделяется качеству маркетинговых мероприятий при формировании отношений с корпоративными клиентами уделяется качеству, как интегральному понятию, включающего в себя все аспекты: начиная этапом информирования об услугах, заканчивая этапом обратного трансфера из отеля в аэропорт.

При формировании взаимоотношений с корпоративными клиентами особое внимание уделяется применению клиентоориентированного подхода к организации и ведению туристического бизнеса, оценки его влияния на уровень обслуживания клиентов. При этом особое внимание уделяется стратегии и технологии CRM «как инструментам, обеспечивающим применение клиентоориентированного подхода на практике при осуществлении продаж в туристических компаниях»¹⁷².

В условиях ужесточения конкуренции одной из основных целей развития туристической компании является увеличение рыночной доли на профильном рынке, а следовательно, интенсификация работы по привлечению и удержанию клиентов. Эффективным примером может служить то, «что руководители передовых компаний, выступая перед своими сотрудниками, все чаще любят повторять: «Не мы платим вам зарплату - это делают наши клиенты"»¹⁷³. В современных условиях одним из

¹⁷² Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива : пер. с фр. – СПб: Наука, 2015

¹⁷³ Составлено на основании анкетных опросов, проведенных компанией Anytiket.¹⁷³

перспективных направлений развития продаж туристической компании является организация взаимоотношений с организациями, предоставляющими сопутствующие услуги, например, страхования.

Под клиентоориентированным подходом понимается персонализация взаимоотношений с клиентами, чтобы каждый клиент туристической компании чувствовал себя единственным и самым важным.

Данный принцип особенно актуален для отраслей, в которых конкурентная борьба осуществляется на уровне конкретного клиента, к которому относятся и туристические услуги. Формирование взаимоотношения с клиентом и качественное управление ими в таком контексте становятся значимыми конкурентными преимуществами компании. В туризме наблюдается именно эта ситуация, ведь портфель клиентов - один из главных активов туристической компании.

Основой клиентоориентированного подхода является глубокое понимание интересов клиента, которое основывается:

- «на сборе и анализе всей доступной информации о клиентах;
- максимально индивидуальном подходе в удовлетворении их потребностей;
- разработке новых туристических услуг в соответствии с потребностями клиентов определенной сегментной группы»¹⁷⁴.

Соблюдение перечисленных выше принципов выражается в обеспечении высокого качества обслуживания клиентов. Такая стратегия во многом способствует укреплению конкурентных позиций компании на рынке туристических услуг.

В настоящее время достаточно много публикаций посвящено важности повышения качества обслуживания клиентов как результата применения клиентоориентированного подхода. Однако сама суть понятия «качество обслуживания клиентов» в контексте «конкурентное преимущество» не определено, конкретные характеристики не уточнены. В данной исследовании мы под качеством обслуживания клиента со стороны туристической компании понимается адекватная оценка риска клиента и организация на основании аккумулированной информации о клиенте подходящей именно ему туристического обслуживания наиболее удобным для клиента способом.

Внимание к развитию клиентоориентированного подхода привлекло выделение особого понятия «стратегия взаимоотношений с клиентами», или CRM (от англ. customer relationship management). «CRM можно охарактеризовать как корпоративную инициативу по изменению способов бизнес-взаимодействия с клиентами (существующими и потенциальными), сотрудниками и партнерами с целью достижения существенного роста дохода и прибыли»¹⁷⁵.

¹⁷⁴ Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива : пер. с фр. – СПб. : Наука, 2015

¹⁷⁵ Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива : пер. с фр. – СПб. : Наука, 2015

Стратегия CRM может быть также определена как систематический подход к управлению «жизненным циклом клиента».

С точки зрения практики это означает переход:

- «к постоянному мониторингу и оценке клиентов (существующих и потенциальных);
- созданным специально для клиента страховым продуктам и услугам на основе данного мониторинга и анализа;
 - персонализации работы с клиентом;
 - поддержке процессов маркетинга, продаж и сервисного обслуживания как «упакованных в единое целое» с точки зрения клиента, проактивно нацеленных на него»¹⁷⁶.

Стратегия CRM может быть рассмотрена как инструмент, позволяющий реализовать переход компании от стратегии, ориентированной на продукт к клиентоориентированной стратегии деятельности.

Как правило, применение CRM ассоциируется исключительно с информационной поддержкой маркетинговой деятельности. Конечно, CRM-системы в настоящее время начинают играть значимую роль для компаний индустрии обслуживания, в том числе и для туристических компаний. Поэтому необходимо отметить, что «CRM - это прежде всего не информационные технологии, а часть стратегии компании, нацеленной на оптимизацию взаимоотношений с клиентом и клиентоориентированный подход к бизнесу»¹⁷⁷. Роль информационных технологий CRM состоит в поддержке разработанной прежде стратегии. Рассматривая вопрос о клиентском обслуживании, прежде всего, необходимо понимать CRM как корпоративную стратегию, а не как совокупность информационных систем. Однако без использования возможностей, которые реализуют информационные технологии, применение CRM «становится малоэффективным из-за организационной сложности и, самое главное, отсутствия инструмента сбора и анализа информации о клиенте»¹⁷⁸.

К основным бизнес-задачам, которые представляют наибольший интерес для туристического бизнеса и решает CRM и которые, относятся:

- создание единого центра накопления и хранения информации по существующим и потенциальным клиентам;
- мониторинг всей истории взаимодействия с клиентами;
- контроль за деятельностью сотрудников в режиме реального времени и на основании отчетности, формируемой с заданной периодичностью;
- отслеживание, анализ и корректировка руководством в режиме реального времени процессов заключения договоров на туристическое обслуживание со момента проведения первичных переговоров;

¹⁷⁶ Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2014

¹⁷⁷ 30 Т. Gokey, S. Coyles Пока они не ушли [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.intalev.ru/library/articles/article.php?ID=5344> (дата обращения 15.03.2016).

¹⁷⁸ Куш С.П. Маркетинг взаимоотношений на рынках туристических услуг/ Высшая школа менеджмента СПбГУ. – 2-е изд. – СПб. : Высшая школа менеджмента ; СПбГУ, 2014

- Разработка коммерческого предложения и работа заключения контракта, что особенно важно при работе с корпоративными клиентами;
- реализация возможности выполнять многофакторную сегментацию базы клиентов и формировать предложение клиентам туристических услуг, наиболее полно удовлетворяющее потребности корпоративных клиентов.

Отдельной, важной для развития туристического агентства, задачей является обеспечение сохранности клиентской базы. Согласно стратегии CRM «сотрудник обязан фиксировать информацию обо всех своих клиентах, взаимодействии с ними (встречи, договоренности) и потенциальных продажах в CRM-системе. Оценка результатов его деятельности руководством во многом основывается на данных CRM-системы. Сотрудник вынужден закреплять за собой клиента в системе и заносить в систему обязательную контактную информацию по нему»¹⁷⁹. В случае ухода сотрудника туристическая компания имеет возможность сохранить большой процент клиентов, ранее закрепленных за ним, чем без использования CRM-технологий, когда покидающий компанию сотрудник имеет возможность «увода» большой процент своих клиентов за собой в другую компанию.

В туристическом бизнесе идет непрерывный поиск эффективных технологий и методов повышения рентабельности деятельности агентств. В настоящее время применение современных информационных технологий является принципиальным условием достижения и удержания туристическими компаниями лидирующих позиций на рынке.

Поэтому, в связи с обоснованным интересом туристических компаний к внедрению клиентоориентированного подхода организации бизнеса все большее число компаний рассматривают внедрение CRM-системы как необходимую составляющую своего дальнейшего развития. Внедрение и использование CRM-систем имеет своей целью получение турагентством конкурентных преимуществ на рынке, внедрение единых принципов взаимодействия с клиентами, реализуя в отношении каждого клиента индивидуальный подход со стороны туристической компании.

Возрастающий интерес на CRM-системы и другие современные IT-технологии, позволяющие создание единой клиентской базы, привлечение новых и удержание старых клиентов, персонафикацию сервиса и модификацию туристических услуг в соответствии с особенностями конкретного корпоративного клиента, вызван усилением неценовой конкуренции, в том числе, и расширением ассортимента предлагаемых туристическими агентствами основных и дополнительных услуг. Основным конкурентным преимуществом является то, что CRM-система позволяет аккумулировать в одном месте данные о клиентах, поступающие из разных источников, и предоставить всю собранную информацию сотруднику туристической компании во время общения с клиентом для принятия

¹⁷⁹ Т. Gokey, S. Coyles Пока они не ушли [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.intalev.ru/library/articles/article.php?ID=5344> (дата обращения 15.03.2016).

правильных управленческих и операционных решений. Также преимуществом, позволяющим отстроиться от конкурентов, является возможность определения ценности клиента и потенциала клиента на основании анализа истории взаимоотношений с ним, а также внешних источников информации.

С позиций информационных технологий система CRM представляет собой набор определенного программного обеспечения, позволяющего следующие бизнес-процессы туристической компании оптимизировать и автоматизировать:

- планирование продаж туристических услуг и мониторинг выполнения плана по продажам;
- продажи туристических услуг физическим и юридическим лицам (в т.ч. формирование «воронки продаж» по каждой возможной сделке и накопление всей истории взаимодействия с клиентом);
- перекрестные продажи туристических услуг;
- анализ продаж туристической компании и работы сотрудников сбытовых подразделений (в т.ч. формирование управленческой отчетности);
- планирование маркетинговых мероприятий;
- управление лояльностью клиентов;
- проведение и контроль маркетинговых мероприятий;
- сервисное обслуживание и сервисную поддержку клиентов по различным каналам (контакт-центр (call-центр), служба контроля качества, сервисные службы туристической компании);

Применение CRM-системы в деятельности туристической фирмы также позволяет регламентировать автоматизировать и процесс взаимодействия сбытовых подразделений в части подготовки коммерческих предложений. С помощью использования CRM-системы появляется возможность контролировать соответствие установленному регламенту сроков предоставления соответствующими отделами коммерческих предложений и качество их работы, хранить всю историю предложенных клиенту туристических услуг, анализировать причины отказов клиента,.

В части первичного заполнения и обработки информации о возникновении претензии технологические решения CRM-системы позволяют производить первичную регистрацию этих случаев в любой точке контакта клиента с туристической фирмой (даже на уровне call-центра) и системными средствами передавать данные в управление для последующего урегулирования претензии. В таблице 1.8 показаны основные области использования CRM-систем в туристических компаниях и взаимодействие между различными подразделениями туристической фирмы при использовании CRM-системы.

Формирование комплекса туруслуг	Работа с обращениями клиентов	Продажа туристических услуг	Обслуживание обращений клиентов	Продажа расширенных туристических услуг
Call-center		Подразделения по работе с клиентами		
Первичная регистрация сведений клиента	Обработка обращения клиента	Продажа туристических услуг	Обработка обращения клиента	Продажа туристических услуг
Поддержка мероприятий	маркетинговых	Осуществление маркетинговых мероприятий		
	Подготовка договора	Заключение договора		
	Фиксация претензии	Урегулирование претензии		
		Фиксация информации об урегулировании претензии		

Рис. 1 Основные области применения CRM-системы в туристической компании

В настоящее время при росте конкуренции между туристическими агентствами, и повышении требований к туристическим услугам со стороны корпоративных клиентов, вопросы поиска новых клиентов и, что самое важное, их удержание становятся одним из ключевых факторов развития туристической фирмы. Предприятием, для которого взаимоотношения с клиентом являются необходимым и важнейшим элементом каждодневной работы, за счет повышения культуры ведения бизнеса сразу приобретает конкурентное преимущество на рынке. Именно такой подход к организации бизнеса является клиентоориентированным, имеющим в своем приоритете персонализацию взаимоотношений с клиентами, вне зависимости от численности клиентской базы. Туристические агентства, ориентированные на долгосрочное взаимодействие с корпоративными клиентами, при формировании и реализации первоочередных стратегических краткосрочных целей осуществляют переход на клиентоориентированный принцип ведения бизнеса.

Практическим осуществлением перехода компании от ориентации на продукт к ориентации на клиента является стратегия взаимоотношений с клиентом (CRM), представляющая собой совокупность принципов и методов, позволяющих определить и наиболее эффективно удовлетворить потребности клиента в отношении необходимых ему основных туристических услуг и дополнительных услуг. Обеспечение этого процесса осуществляется, в основном, современными информационными CRM-системами, однако CRM - это прежде всего стратегия управления клиентскими отношениями, а не набор IT-технологий, которые являются лишь инструментом претворения CRM-стратегии в жизнь.

Таким образом, в настоящее время CRM-системы становятся одним из важных факторов обеспечения продаж благодаря тому, что автоматизируют работу подразделений, непосредственно работающих с клиентами, call-центра, а также их взаимосвязи с маркетинговыми подразделениями в аспекте предоставления клиентам информации, а также коммерческих предложений.

*Лукашевич В.А., к.э.н.
доцент*

кафедра «Банковского дела»

Полесский государственный университет

Республика Беларусь, Брестская область, г. Пинск

Серафимович И.А.

магистрант

факультет «Финансы и кредит»

Республика Беларусь, Брестская область, г. Жабинка

КРЕДИТНЫЙ РИСК В БАНКЕ:

МЕТОДЫ И СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ

В статье рассматриваются понятие кредитного риска, методы и способы управления кредитным риском, а также причины возникновения данного вида риска.

Ключевые слова: риск, кредитный риск, кредитные операции.

Современный бизнес невозможен без риска. Проблема управления кредитным риском становится сегодня актуальной для всех рыночных субъектов. Банковские риски отличаются друг от друга местом и временем возникновения, совокупностью внешних и внутренних факторов, влияющих на их уровень, и, следовательно, методами и процедурами управления.

Тема данной статьи чрезвычайно актуальна, т.к. всякая деятельность, какой бы она ни была, содержит в себе известную долю риска и случайности самого различного характера. Любая экономическая деятельность подвержена неопределённости, связанной с изменениями обстановки на рынках, т.е. в значительной мере с поведением других хозяйствующих субъектов, их ожиданиями и их решениями.

Риск - элемент неопределённости, который может отразиться на деятельности того или иного хозяйствующего субъекта или на проведении какой-либо экономической операции, так и банк не может работать без риска. Целью деятельности любого банка является получение максимальной прибыли, следовательно банк должен уделять огромное внимание осуществлению своих операций при минимально возможных рисках. Во избежание банкротства её ликвидация, для достижения и сохранения устойчивого положения на рынке банковских услуг банкам необходимо искать и применять эффективные методы и инструменты управления

рисками. Конкретные риски, с которыми чаще всего сталкиваются банки будут определять результаты их деятельности. Следовательно, пока существуют банки и банковские операции, всегда будут актуальными и значимыми управление рисками банков и проблемы, связанные с ним.

Кредитные операции - самая доходная статья банковского бизнеса и не смотря, на то, что они формируют значительную часть доходов банка данные операции являются одними из самых рисковых, поэтому важнейшей частью анализа финансовой устойчивости любого банка - оценка рисков по кредитным операциям.

Кредитный риск представляет собой - риск возникновения у банка потерь (убытков), неполучения запланированных доходов вследствие неисполнения, несвоевременного либо неполного исполнения должником финансовых и иных имущественных обязательств перед банком в соответствии с условиями договора или законодательством.

Целью политики любого банка по управлению кредитным риском является обеспечение максимальной сохранности активов на основе уменьшения (исключения) возможных убытков.

Кредитный риск определяется вероятностью того, что заемщик не сможет или не захочет выполнить свои обязательства в соответствии с кредитным соглашением. Управление кредитным риском банка осуществляется на двух уровнях соответственно причин его возникновения - на уровне каждой отдельной операции и на уровне кредитного портфеля в целом.

Основные причины возникновения кредитного риска на уровне отдельной операции:

- неспособность заемщика к созданию адекватного денежного потока;
- риск ликвидности залога;
- моральные и нравственные характеристики заемщика.

Основные причины возникновения риска кредитного портфеля банка:

-чрезмерная концентрация, т.е. сосредоточение кредитов в одном из секторов экономики;

-чрезмерная диверсификация, которая приводит к ухудшению качества управления за отсутствия достаточного количества высококвалифицированных специалистов со знаниями особенностей многих отраслей экономики;

- валютный риск кредитного портфеля;
- структура портфеля, если он сформирован только с учетом потребностей клиентов, а не самого банка;
- уровень квалификации персонала банка.

Выделяют две группы методов управления кредитными рисками:

1. методы управления кредитным риском на уровне отдельной операции (предоставления кредита, займа и т.д.):

- анализ кредитоспособности заемщика;

- анализ и оценка кредита;
- структурирование займа;
- документирования кредитных операций;
- контроль за предоставленным кредитом и состоянием залога.

Особенность вышеперечисленных методов заключается в необходимости их последовательного применения, поскольку одновременно они представляют собой этапы процесса кредитования. Если на каждом этапе перед кредитным сотрудником поставлена задача минимизации кредитного риска, то правомерно рассматривать этапы кредитования как методы управления риском отдельной операции (предоставления кредита, займа и т.д.).

2. методы управления кредитным риском на уровне кредитного портфеля банка:

- диверсификация (рассредоточение) кредитного портфеля банка по направлениям кредитных вложений;
- лимитирование, т.е. ограничение по суммам;
- создание резервов для возмещения потерь по кредитным операциям коммерческих банков.

В целях снижения риска при кредитовании особо крупных заемщиков банки формируют консорциумы или синдикаты из нескольких банков-кредиторов, тесно взаимодействующих между собой при кредитовании одного клиента. При этом риски и прибыль от операции распределяются пропорционально доле участия в финансировании кредитного проекта. Этот метод широко применяется на международных кредитных рынках. Лимитирование применяется для ограничения потенциальных убытков в случае реализации кредитного риска и состоит в установлении внутренних финансовых нормативов в процессе выработки кредитной политики организации. Лимитирование позиционного кредитного риска может включать:

- лимиты кредитования отдельного контрагента;
- лимиты крупных кредитных рисков.

Лимитирование портфельных кредитных рисков включает:

- лимит на общую сумму выданных кредитов;
- лимиты концентрации кредитных рисков в портфеле (географические, отраслевые, по группам клиентов);
- лимит совокупных потерь по кредитному портфелю.

Главным способом управления кредитным риском является диверсификация кредитного портфеля. Механизм диверсификации используется прежде всего для нейтрализации негативных финансовых последствий несистематических (специфических) видов риска. Для этого практикуется рассредоточение вложений между различными объектами (организациями, ценными бумагами) с низкой степенью корреляции основных параметров.

Таким образом, кредитный риск представляет главную угрозу деятельности банков и чтобы избежать данный риск банку необходимо проводить тщательный отбор заемщиков, анализ условий выдачи кредита, постоянный контроль за финансовым состоянием заемщика, его способностью (и готовностью) погасить кредит. Выполнение всех этих условий гарантирует банку недопущение либо снижение кредитного риска.

*Лукичева Л.И., доктор экономических наук
профессор
кафедра «экономика и менеджмент»
Московский институт электронной техники
Булах В.А.
студент 5 курса
факультет «Экономика и управление»
Россия, г. Зеленоград*

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена аспектам управления дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия, а также эффективности управления ими. Дано объяснение системе контроля за дебиторской и кредиторской задолженностью.

Ключевые слова(контроль, управление, дебиторская задолженность, система)

Дебиторская и кредиторская задолженности возникают из-за нюансов системы денежных расчетов с предприятиями, в основе которой имеется разрыв между моментом перехода права собственности на товар и временем платежа, а также между предоставлением платежных документов на оплату и временем оплаты по факту.

Если осуществляется продажа в кредит, как следствие, появляются различия между бухгалтерскими и денежными показателями продажи продукции. До момента пока не совершится оплата, процесс реализации, с точки зрения движения денег, еще происходит, что, следовательно, приводит к появлению дебиторской и кредиторской задолженности. До того момента, пока не наступит срок оплаты, дебиторская задолженность должна финансироваться и за счет этого систематически остается вероятность того, что покупатель произведет оплату с опозданием либо не заплатит вообще.

Система управления и контроля дебиторской и кредиторской задолженностью фактически делится на два крупных блока: кредитная политика, которая позволяет наиболее успешно использовать долги как инструмент с помощью которого можно увеличить продажи;

К второму блоку относится комплекс мер, которые направлены на уменьшение риска появления просроченной или запущенной дебиторской задолженности.

Исходя из этого, для любой организации важно не позволить допустить безосновательное увеличение количества дебиторов и общей суммы их долгов. Помимо этого компания должна избегать дебиторскую задолженность, которая имеет высокий уровень риска и своевременно предоставлять платежные документы, контролировать сроки их оплаты. Компании необходимо в срок, вместе с юридическими службами, предпринимать сопутствующие меры по возвращению просроченной дебиторской задолженности.

Все главные технические направления деятельности, когда осуществляется контроль над задолженностью, должны быть направлены, в первую очередь, на улучшение финансового состояния предприятия. Вышеназванные направления можно поделить на две категории: частные а также общие. К общим направлениям можно отнести: - проведение финансового и хозяйственного контроля дебиторской а также кредиторской задолженности, с помощью которого можно проверить достоверность данных обязательств, эффективность их использования, а также целесообразность.

– выяснение внешних и внутренних факторов и следствий, которые оказали определенное влияние на величину, динамику, а также структуру дебиторской и кредиторской задолженности, проведение анализа эффективности и влияния предпринятых мер на финансовое положение предприятия и продумывание выводов и прогнозов на дальнейшую деятельность.

- соблюдение постоянного контроля за дебиторской и кредиторской задолженностью по каждому дебитору и кредитору;

При условии, что управление задолженностью предприятия построено в соответствии с вышеприведенными направлениями, механизм контроля за движением дебиторской и кредиторской задолженности помогает решить основные задачи по укреплению финансового состояния предприятия, то есть улучшает конкурентоспособность с помощью отсрочки платежа содействует росту объема продаж путем предоставления коммерческого кредита и следовательно росту прибыли, вырабатывает рекомендации по работе с фактически или потенциально неплатежеспособными контрагентами, определяет степень риска неплатежеспособности покупателей, рассчитывает размер резерва по сомнительным долгам;

Следовательно, если деятельность предприятия направлена, прежде всего, на повышение и укрепление своего финансового благосостояния, управлению дебиторской и кредиторской задолженностью в системе бухгалтерского и управленческого учета предприятия должно уделяться особое внимание.

Необходимо анализировать и контролировать дебиторскую задолженность, так как это важнейший аспект увеличения ликвидности, максимизации нормы прибыли, а также кредитоспособности предприятия и минимизации денежных рисков. От того насколько грамотно созданная

стратегия по контролю кредиторских долгов позволит вовремя и полностью выполнять обязательства перед клиентами, будет зависеть репутация ответственного и надежного предприятия.

Использованные источники:

1. Бабаев Ю.А., Петров А.М. Бухгалтерский учет и контроль дебиторской и кредиторской задолженности. – М. : ТК Велби, Проспект, 2004.
2. Максютов А.А. Управление дебиторскими и кредиторскими долгами компании. М.: Финансы, 2006.
3. Купрюшина О.М. Дебиторская и кредиторская задолженность хозяйствующего субъекта: Анализ и контроль. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2004.

*Лундовских Е.В.
студент магистратуры
направление «Экономика»
профиль «Финансовая экономика»
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Оренбург*

**БЕДНОСТЬ КАК ФАКТОР ТОРМОЖЕНИЯ
ФОРМИРОВАНИЯ В РОССИИ ЭКОНОМИКИ, ОСНОВАННОЙ НА
ЗНАНИЯХ**

Аннотация: В работе выявлены аспекты влияния «образование – доходы» и «доходы – образование» на уровень благосостояния социума. Рассмотрена динамика статистики бедности и уровня образования в России. Исследованы критерии бедности в рамках абсолютного и депривационного подходов. Предложены меры по сокращению границ бедности.

Ключевые слова: экономика знаний, человеческий капитал, бедность, абсолютная бедность, относительная (депривационная) бедность, андеркласс, риски бедности.

**POVERTY AS A FACTOR OF THE BREAKING
OF THE FORMATION OF RUSSIA'S KNOWLEDGE ECONOMY**

Abstract: The paper identified aspects of the impact of the "education – income" and "income – education" on the level of welfare of society. The dynamics of poverty statistics and the level of education in Russia. Investigated the criteria of poverty in absolute and relative deprivation approaches. Proposed measures for the reduction of poverty lines.

Keywords: knowledge economy, human capital, poverty, absolute poverty, relative (deprivation) poverty, underclass, poverty risks.

Кризисные явления, происходящие с завидной регулярностью, вновь обнажили вопрос трансформации российской экономики, по-прежнему придерживающейся экстенсивно-ресурсного пути развития. Сложность современного этапа ставит перед Россией необходимость принятия новой

доктрины, обеспечивающей стратегию устойчивого развития за счет использования принципов экономики знаний и увеличения человеческого потенциала.

Современные развитые страны довольно полно ощущают внешние положительные эффекты, которые предоставляет обществу экономика, основанная на знаниях. К этим эффектам относятся не только экономические, технологические образовательные, экологические, но и социальные: сокращение уровня бедности, маргинализации и социальной изоляции; улучшение показателей здоровья, увеличение продолжительности жизни; рост социальной мобильности и создание более однородной структуры общества; увеличение накопления гуманитарного капитала; сглаживание цифрового неравенства путем беспрепятственного и всеобщего доступа к глобальной информации и научным знаниям; повышение доверия к социальным институтам [2,3].

Это продиктовано тем, что истинная цель экономики, основанной на знаниях – создание условий для продуктивного и гармоничного развития общества. В связи с этим ключевая роль принадлежит сфере науки и образования как двум стратегическим отраслям приращения качественной составляющей человеческого капитала, от которых напрямую зависит формирование и эффективное развитие экономики знаний.

Примечательно, что уровень образования населения России в возрасте 15 лет и старше по данным Росстата за 2002-2010 гг. вырос. Как показали итоги переписи населения 2010 г. [8], численность лиц, имеющих высшее (включая послевузовское) профессиональное образование, увеличилась по сравнению с 2002 г. в 1,4 раза, составив 234 чел. в расчете на 1000 чел. населения в возрасте 15 лет и старше против 162 чел. Также выросла численность лиц, имеющих среднее профессиональное образование – с 275 чел. до 312 чел. на 1000 чел. В то же время уменьшилась численность лиц в возрасте 15 лет и более с начальным профессиональным образованием – с 128 до 56 человек.

Имеющийся уровень образования населения прямым образом влияет на дифференциацию доходов через механизм отдачи от человеческого капитала.

Так, более высокий уровень образования означает более высокий уровень человеческого капитала, т.е. при нормальной отдаче приводит к росту доходов. В то же время низкий уровень доходов, или бедность, могут закрепляться при отсутствии образования в социуме с низкой социальной и доходной мобильностью, когда малообеспеченные группы не имеют возможности повысить собственный уровень образования, а также уровень образования своих детей.

При этом необходимо уточнить само понятие бедности. На сегодняшний день в мировой науке существует три основных теоретико-методологических подхода к определению бедности: абсолютный, относительный и субъективный. Для изучения специфики современной

российской группы бедных в рамках исследования использовались абсолютный и относительный (депривационный) подходы.

Абсолютный и депривационный подходы к бедности в современной России всё чаще описывают разных людей: в первом случае это люди, испытывающие недостаток денежных средств, но всё же поддерживающие общепринятый образ жизни; во втором случае это те, кто из-за недостаточности своих ресурсов не имеют возможности поддерживать образ жизни, рассматриваемый как минимально приемлемый большинством членов данного общества, хотя их доходы формально выше прожиточного минимума.

Рассмотрим динамику показателей бедности в России в рамках абсолютного подхода, трактующего бедность как нехватку денежных средств (рисунок 1).

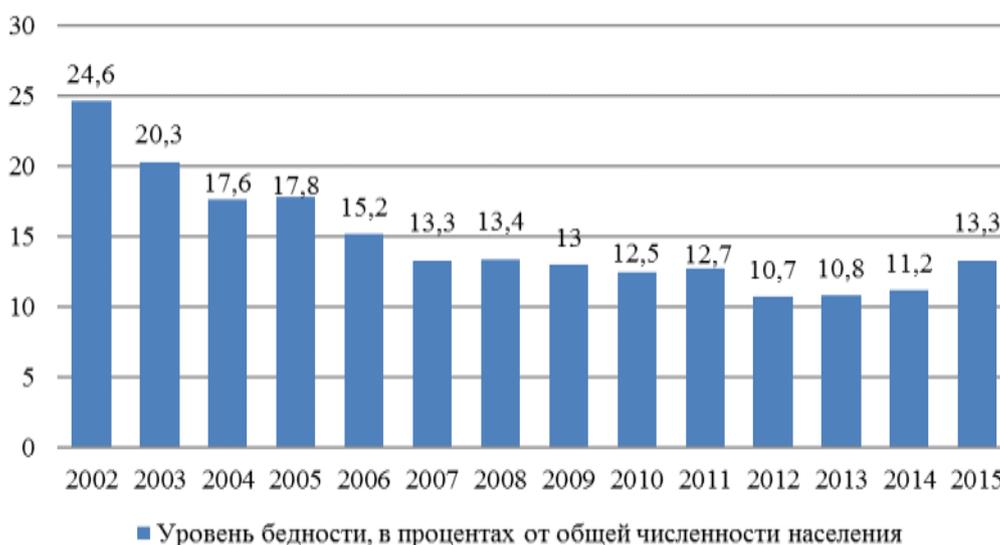


Рисунок 1 – Динамика показателей бедности в России (численность населения России с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума (в % от общей численности населения) [8]

Согласно данным Росстата за период с 2002 по 2015 г. в России масштабы бедности, измеряемой долей населения с доходами ниже прожиточного минимума, сократились – в 1,8 раза (рисунок 1) [8].

Прирост численности бедных произошел в основном за счет семей с детьми, среди которых, в 2015 г. уровень бедности составил 21,4%. Рост бедности пенсионеров сдерживает программа доплат неработающим пенсионерам до величины прожиточного минимума. Только в том случае, когда пенсионеры проживают совместно с неработающими, низкооплачиваемыми трудоспособными или детьми они попадают в число бедных. Самые высокие риски бедности у получателей пособия по безработице – в 2,6 раза выше, чем в среднем по населению. Вместе с тем, самой массовой группой бедных продолжают оставаться занятые в экономике [6, с. 19].

В рамках депривационного подхода рассмотрим методику, предложенную Е.Д. Слободенюк. В этом случае бедными считаются те, кто испытывал 5 и более видов лишений при удовлетворении базовых потребностей из списка в 16 лишений [5, с.116] (рисунок 2).

Питание	Товары и услуги	Моральные аспекты
<ul style="list-style-type: none"> •отсутствие фруктов, ягод в рационе; •отсутствие мяса в рационе; •отсутствие рыбы в рационе. 	<ul style="list-style-type: none"> •невозможность обновлять товары длительного пользования и одежду; •невозможность оплатить лечение; •невозможность приобрести лекарства; •невозможность оплатить услуги стоматолога; •невозможность обеспечить себя предметами первой необходимости. 	<ul style="list-style-type: none"> •ущемление прав на рабочем месте; •ощущение нищеты; •ощущение бесправия.
Жилищные условия		Образование
<ul style="list-style-type: none"> •необходимость делить жилище с чужими людьми. 		<ul style="list-style-type: none"> •Невозможность обеспечить себя предметами первой необходимости.

Рисунок 2 – Типы лишений, испытываемых различными группами населения

При этом по мере увеличения срока пребывания в бедности доля бедного населения, не имеющего высшее или незаконченное высшее и среднее специальное образование, постоянно возрастает, чего нельзя сказать о бедных, имеющих более высокое образование (таблица 1) [5, с. 125].

Данные таблицы 1 показывают, что различная длительность пребывания в бедности четко связана с уровнем образования ее членов, причем, и эта тенденция универсальна и не зависит от методики выделения бедного населения.

Таблица 1 – Образовательный уровень представителей бедного населения старше 23 лет в группах, различающихся длительностью пребывания в бедности, 2005-2011 гг., % от соответствующих групп

Подгруппы населения		Полное среднее	Незаконченное высшее и среднее специальное	Высшее
Бедные «по доходам»	Ситуационно бедные (1 год были бедными)	44,5	31,2	24,3
	Зона риска хронической бедности (2-3 года были бедными)	54,8	24,2	20,9

	Хронически бедные (4 и более лет были бедными)	67,6	22,1	10,3
Бедные «по лишениям»	Ситуационно бедные (1 год были бедными)	55,1	23,8	21,1
	Зона риска хронической бедности (2-3 года были бедными)	63,9	22,4	13,7
	Хронически бедные (4 и более лет были бедными)	70,5	20,1	9,4

Так, если в небедном населении практически треть имеют высшее образование и менее половины – не выше полного среднего, то в хронической бедности «по доходам» и «по лишениям» лишь около 10% имеют высшее образование, а от 2/3 до 3/4 этих групп не имеют образования выше полного среднего (68 и 71%, соответственно) [6, с.125]. Таким образом, низкий уровень образования является одним из важных факторов риска попадания в хроническую бедность. Чем хуже образование бедных, тем ниже их конкурентоспособность на рынке труда и их функциональная грамотность, что в целом влияет на возможности человека на рынке труда и приводит к длительной бедности.

Современная наука признает, что самый бедный, наименее образованный, малоинициативный и социально беспомощный слой - слой, образуемый деклассированными элементами (пьяницы, наркоманы и др.), потерявшими человеческий облик; “социальное дно” общества. Для представителей андеркласса характерна функциональная или абсолютная неграмотность, убогие жилищные условия, абсолютная зависимость от жизненных обстоятельств. Следствием подобного положения становится формирование особого сознания – культуры бедности [1, с.46]. В современных условиях проблема существования андеркласса становится непреодолимой вследствие того, что у представителей этой социальной группы отсутствует один из основных каналов социальной мобильности — наличие профессии и образования.

В результате выталкивание огромных масс людей на обочину социально-экономического процесса уже сегодня рисует нелицеприятные картины сегодняшней действительности. С одной стороны, обнищавшее население является острой проблемой для российской экономики. Так, за более чем 20-летний период социальных изменений группа бедных практически закончила свое формирование и начала воспроизводить сама себя, образовав довольно значительную по численности группу хронической бедности. С другой стороны, с каждым годом распространяющаяся культура бедности вследствие расширения своих границ становится способной оказывать более сильное влияние на социокультурные ценности и установки

общества в целом.

Таким образом, для каждого человека вероятность попасть в бедные категории населения зависит от сложения нескольких факторов, часто действующих в одном и том же направлении и усугубляющих друг друга. Ключевой фактор – образование: люди с низким уровнем образования в меньшей степени экономически активны, среди экономически активных они чаще становятся безработными, то есть имеют низкие доходы.

Вследствие этого необходимо провести ряд мероприятий по адаптации и вовлечению группы бедных в образовательную, социальную и культурную жизнь общества, а именно:

- создание условий для самообеспечения нормального уровня благосостояния всех семей с трудоспособными взрослыми на трудовой основе;

- формирование системы эффективной поддержки уязвимых групп населения (престарелые, инвалиды, семьи с высокой иждивенческой нагрузкой, семьи в экстремальных ситуациях) и гарантий недискриминационного доступа к бесплатным или дотационным ресурсам, развитие быстрореагирующей системы адресной социальной помощи [7];

- равный доступ к образованию независимо от доходов родителей, резко увеличивающий возможность молодежи вырваться из бедности;

- создание новых рабочих мест с гарантированным трудоустройством при наличии уровня образования выше среднего, особенно населения, не имеющего трудового стажа, после окончания учреждений высшего и среднего профессионального образования;

- повышение финансовой отдачи от высшего образования;

- стимулирование инвестиций в образование как через систему государственной финансовой поддержки, так и через воспитание культуры образования;

- создание на государственном уровне образовательного тренда, особенно среди молодежи, поощрение научных и изобретательских разработок;

- воспитание детей и молодежи в рамках признанных культурных ценностей в различных группах населения, в том числе принудительная культурная и образовательная адаптация и социализация детей из семей, находящихся за чертой бедности;

- изменение сознания культуры бедности, повышение личной ответственности за возможное самообразование.

Таким образом, движущей силой экономики знаний должна стать группа населения с потребительской моделью широкого выбора, ориентированного на саморазвитие. В данную группу будет входить население с высоким уровнем образования, которое тратит на удовлетворение неотложных нужд около трети всех доходов, что позволяет иметь возможность потребительского выбора, в том числе выделять деньги на

приобретение жилья, услуг в сфере образования, здравоохранения, культуры.

Использованные источники:

1. Батуренко С.А. Исследования андеркласса в современном российском обществе: основные методологические подходы // Вестник московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2011. – № 1. – С. 44-52
2. Варава М.Ю. Развитие научного знания как ресурса современной экономики: автореф. дисс. канд. экон. наук: 08.00.01/ Саратовский государственный социально-экономический университет. – Оренбург, 2008.
3. Варава М.Ю. Интеллектуальная миграция: масштабы и угрозы для экономики России/Декабрьские научные чтения (Оренбург, 12 декабря 2014 г.)/ сборник статей. – Оренбург.:Издательство ОГИМ, 2015, с. 10-13.
4. Индикаторы образования: 2016: статистический сборник / Л.М. Гохберг, И.Ю. Забатурина, Н.В. Ковалева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2016. – 320 с.
5. Слободенюк Е.Д. Особенности и структура социальной группы бедных в современной России // TERRA ECONOMICUS. – 2014. – Том 12. - №4. – с.114-129
6. Человеческий капитал как фактор социально-экономического развития. Краткая версия доклада [Текст]: докл. К XVII Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 19-22 апр. 2016 г. / отв. Ред. Я.И. Кузьминов, Л.Н. Овчарова, Л.И. Якобсон; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2016. – 76 с.
7. Информационно-аналитические материалы Государственной Думы. Аналитическое управление Аппарата Государственной Думы. URL: <http://iam.duma.gov.ru>
8. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/wps/>

*Лысенко Е.А.
студент*

Северо-Кавказский федеральный университет

Ловяникова В.В., к.э.н.

доцент

СКФУ

Россия, г. Ставрополь

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОЙ ДИНАМИКИ ВАЛЮТНОГО КУРСА РУБЛЯ

Номинальный валютный курс является объектом пристального внимания хозяйствующих субъектов и государства, поскольку его стабильность характеризует устойчивость национальной валюты, необходимую для поступательного экономического развития и обеспечения благосостояния населения страны. Анализ характера и открытости

современной экономики России позволяет сделать вывод о ее вынужденной постоянной зависимости от состояния мирового хозяйства в целом. Главной отличительной особенностью экономики нашей страны является ее характеристика как рентной, поскольку около 70% национального дохода составляют поступления от эксплуатации месторождений природных ресурсов, в первую очередь нефтяных и газовых. Низкая доля обрабатывающей промышленности в общем объеме национального производства оказывает существенное влияние на специфику функционирования всей хозяйственной системы страны, прежде всего денежно-кредитных и валютных сфер. Поэтому монетарная система нашей страны может быть охарактеризована как разновидность валютного правления.

В экономической теории под валютным правлением понимают монетарный режим, основанный на выпуске национальной валюты в пределах поступлений от экспортных операций. При этом ЦБ лишен функции валютного контроля и кредитора последней инстанции, а иностранная валюта обменивается на национальную по фиксированному курсу (монетарный режим в чистом виде).

В современной России монетарный режим более гибкий, поскольку курс национальной валюты не является фиксированным, а Центральный банк воздействует на денежно-кредитную систему с помощью изменения процентных ставок, форм резервирования, выдачи краткосрочных кредитов под залог ценных бумаг. Вместе с тем рефинансирование, а также среднесрочные финансирования коммерческих банков осуществляются (в значительной мере) зарубежными финансово-кредитными учреждениями. Основа массы денег в обращении представляет собой результат от конвертации экспортной валютной выручки. После чего денежная база через механизм кредитного мультипликатора коммерческих банков растет и становится денежной массой.

Среди основных направлений денежной кредитной политики государства выделяется снижение темпов инфляции, при этом главной целью является регулирование валютного курса, оказывающего значительное воздействие на динамику реальных доходов и сбережений населения и, как следствие, экономические процессы, происходящие в обществе.

В 2006 году в России была введена полная конвертируемость рубля, что полностью изменило роль валютного курса, на который существенно усилилось влияние внешних условий.

В течение мировой экономической и финансовой нестабильности масштабный отток капитала из страны повлиял негативно на курс рубля в сторону его ослабления, усиливало девальвационные ожидания экономических агентов. В период непродолжительного восстановления курс валюты был подвержен негативному влиянию со стороны европейского кризиса, который, как следствие, вызвал изменения цены на нефть, а также

отток капитала, в основном европейского.

Как результат европейских событий, не учитывая укрепление экономики после мирового экономического и финансового кризиса, на рынке валюты курс рубля к бивалютной корзине характеризовался, по сравнению с 2009 годом меньшей, но все равно высокой волатильностью.

Изменение курса бивалютной корзины во многих случаях зависит от динамики цены на нефть. Но также нужно особо выделить период 2010 г., в течение которого повышение стоимости бивалютной корзины было вызвано не ценой на нефть, а нестабильностью и волнениями, которые происходили на финансовом рынке России из-за кризиса в ЕС.

Отток капитала из России во время европейского кризиса действовал на курс рубля в сторону его понижения. В последние годы экономическое развитие России характеризуется замедлением темпов роста ВВП (в 2013 году рост составил 1,4%). В 2013 г. к основным причинам такого положения дел относят высокую инфляцию высокие процентные ставки по кредитам, неблагоприятный инвестиционный и деловой климат.

Все это имеет место и оказывает негативное влияние. При этом в анализе экономистов, недостаточное внимание уделяется таким важным факторам как сырьевая ориентированность отечественной экономики, ее зависимость от экспорта сырьевых ресурсов, высокие доходы от экспорта, высокие объемы импорта и формирующийся в зависимости от этого курс рубля к основным мировым валютам. Вместе с тем величина номинального валютного курса рубля оказывает значительное воздействие на динамику промышленного производства, особенно в импортозамещаемых отраслях.

В 2014 году стагнация экономики продолжилась. Экономический рост в России составил 0,6 %. В декабре 2014 года, с обвальным падением курса рубля по отношению к доллару США и евро, в России начался валютный кризис, вызванный введением экономических санкций и падением цен на нефть и способствовавший дальнейшему спаду в экономике. В 2015 год экономика России вступила с теми же проблемами: снижающиеся цены на нефть и сохранение экономических санкций. За первое полугодие 2015 года снижение ВВП составило 3,5 %. Девальвация российской валюты и падение фондового рынка привели к тому, что рыночная капитализация российских компаний вернулась на уровень 2005 года.

По данным Банка международных расчётов (BIS), реальный эффективный курс рубля к сентябрю 2015 г. снизился относительно декабря 2013 г. на 30,4 %. 2016 год начался ослаблением и крайней нестабильностью курса рубля на фоне падения цен на нефть. В январе биржевой курс рубля по отношению к доллару несколько раз обновлял минимальные значения с так называемого «черного вторника» декабря 2014 года.

Восстановление позиций рубля, связанное с повышением нефтяных котировок, позволило российской валюте в мае текущего года вернуться к уровню 65 рублей за доллар. Благоприятный внешний фон является основным

драйвером укрепления рубля, однако в ближайшей перспективе тенденции на валютном рынке могут измениться, считают эксперты.

Восстановление нефтяных котировок до 50 долларов за баррель в течение второго квартала позволило укрепиться российской валюте. С начала года доллар потерял около 15% стоимости, и данная тенденция сохранится в ближайшем будущем. В Минэкономразвития допускают возврат курса к рубежу 55 рублей за доллар уже к концу 2016 года.

БКС исключает резкие скачки валютных котировок, даже при условии снижения стоимости нефти до 40 долларов за баррель. В нынешних условиях российская валюта является перепроданной, что позволит сгладить колебания курса. Стоимость доллара не превысит отметки 68 рублей за доллар.

Представитель «Уралсиба» подчеркивает уязвимость рубля в нынешних условиях. Текущие цены на нефть соответствуют показателям ноября прошлого года, однако в 2015 году стоимость рубля по отношению к доллару была на 6% выше. Влияние внутренних факторов остается умеренно негативным – доходы бюджета постепенно снижаются, что вынуждает правительство активизировать использование ресурсов Резервного фонда.

Аналитики отмечают еще один фактор, который будет влиять на позиции российской валюты. Наступает период выплаты дивидендов, который продлится до конца июля. Общая сумма выплат достигает 820 млрд руб. Треть этой суммы будет сразу конвертировано в валюту, что создаст дополнительное давление на рубль.

Пик перевода дивидендов в валюту ожидается в июне, иностранные акционеры будут заинтересованы купить доллары по выгодному курсу и защититься от валютных рисков. Кроме того, выплата дивидендов ожидает и непубличные компании, что повысит спрос в краткосрочном периоде до 13 млрд. долл.

«Ренессанс Капитал» подчеркивает, что каждый миллиард долларов, выведенный за рубеж, приводит к повышению курса на 0,2 руб./долл.

Еще 6,2 млрд долл. представителям бизнеса придется выплатить в рамках обслуживания внешних кредитов. В итоге курс доллара вырастет до 67 руб./долл., прогнозируют представители Sberbank CIB. В июле давление на рубль снизится, что связано с началом налогового периода. Экспортеры будут вынуждены сдавать валюту для осуществления платежей в бюджет.

За первые 4 месяца 2016 года дефицит бюджета составил 4,7%, что более чем в полтора раза выше целевого значения на текущий год (3%). Для финансирования дефицита правительство задействовало Резервный фонд, который потерял за апрель 390 млрд руб. Кроме того, Минфин разместил евробонды на сумму 1,75 млрд долл.

Возможное снижение нефтегазовых доходов приведет к росту дефицита бюджета. При этом резервы для финансирования остаются ограниченными. В результате власти могут пойти на умеренную девальвацию рубля, которая позволит получить эмиссионные доходы.

В июле 2016 года рубль может потерять свои позиции по отношению к доллару и евро, предупреждает прогноз курса валют от ведущих аналитиков. При этом ослабление будет умеренным и не перерастет в масштабную девальвацию. В результате курс доллара достигнет 67-68 руб./долл., а стоимость евро составит 76-77 руб./евро.

Финансовая политика РФ на 2015-2017 направлена на стабилизацию валютного рынка, оздоровление банковского сектора и сокращение инфляции.

Финансовая политика России на 2015-2017 годы направлена на сокращение уровня инфляции до 4%, снижение стоимости кредитования и обеспечение стабильной работы банковского сектора. В результате будут созданы условия для возобновления экономического роста и повышения реальных доходов населения.

Использованные источники:

1. Сыромятников Д.А. Регулирование валютного курса.
2. Бороздин Ю.В. Валютный курс рубля, инфляция и стратеги развития экономики России.
3. <http://diplomba.ru/work/56073>
4. <http://tass.ru/ruble/hroniki-devalvacii/1928483>

*Льобка А.Ю.
студент 3курса
Ребковец В.В.
студент 3курса
факультет «Банковское дело»
Новик Т. В.
научный руководитель, старший преподаватель
Полесский государственный университет
Беларусь, г. Пинск*

АНАЛИЗ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПО КРЕДИТАМ, ВЫДАННЫМ БАНКАМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ СЕКТОРАМИ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: Чем эффективнее движутся финансовые ресурсы внутри банковской системы, тем меньше стоимость этих ресурсов для потребителей. При выборе сферы банк руководствуется соотношением риск-доходность. Как известно, каждый банк стремится оптимизировать свою прибыль и поэтому он выбирает сферы наиболее эффективного размещения своих временно свободных денежных ресурсов.

Ключевые слова: кредит, задолженность по кредиту, проблемная задолженность, краткосрочный и долгосрочный кредит, сектор экономики.

Актуальность данной темы заключается в необходимости развития каждого сектора экономики, и в то же время нехваткой денежных средств. В результате этого, предприятия вынуждены прибегать к такой форме

финансирования, как кредит. Кредит – это составная часть финансовых отношений, основанная на взаимодействии государства, банков, предприятий. Он необходим для полноценного функционирования экономики, эффективного размещения временно свободных денежных средств. Однако с каждым годом наблюдается увеличение просроченной задолженности, что является негативным явлением, как для кредитора, так и для кредитополучателя.

Для того, чтобы оценить состав и структуру кредитного портфеля банков рассмотрим качественные характеристики кредита в разрезе секторов экономики.

Наблюдается ежегодное возрастание задолженности по кредитам, однако для того, чтобы увидеть динамику, рассмотрим темп роста данных показателей.

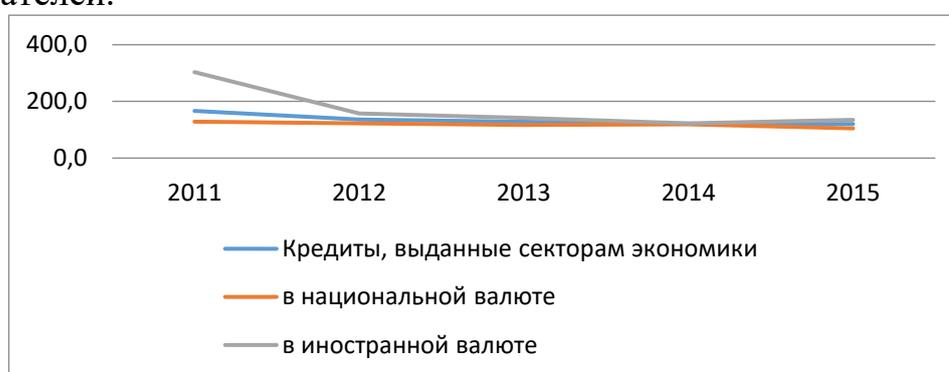


Рисунок 1 – Задолженность по кредитам, выданным банками Республики Беларусь секторам экономики, %

Источник: Собственная разработка автором на основе [1-3]

С 2011 года наблюдается снижение темпов роста кредитования банками секторов экономики. Снижение объемов кредитования может в дальнейшем негативно сказаться на экономическом росте государства.

В 2015 году объем кредитов, выданных секторам экономики в иностранной валюте стал возрастать, в то время как общий темп роста кредитов и темп роста кредитов в иностранной валюте снижается. Это говорит о том, что кредиты в иностранной валюте вновь начинают набирать популярность, увеличивая тем самым свой удельный вес в общем объеме выданных кредитов.

На рисунке 2 отображена структура задолженности по кредитам в разрезе предоставляемой валюты кредита.

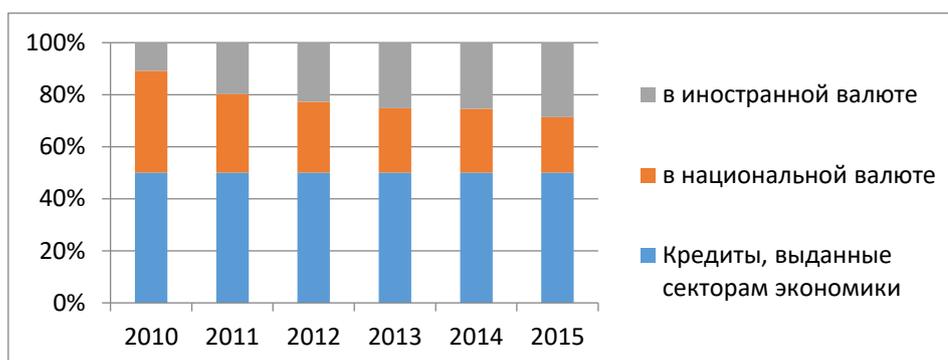


Рисунок 2 – Структура задолженности по кредитам, выданным банками Республики Беларусь, %

Источник: Собственная разработка автором на основе [1-3]

Как и ожидалось из данных предыдущего рисунка, кредиты в иностранной валюте набирают популярность и в 2015 году они составили 57% от общего количества предоставляемых кредитов секторам экономики. Это говорит о невысокой степени доверия к национальной валюте и о том, что банки стремятся хеджировать риски, формируя активы в иностранной валюте.

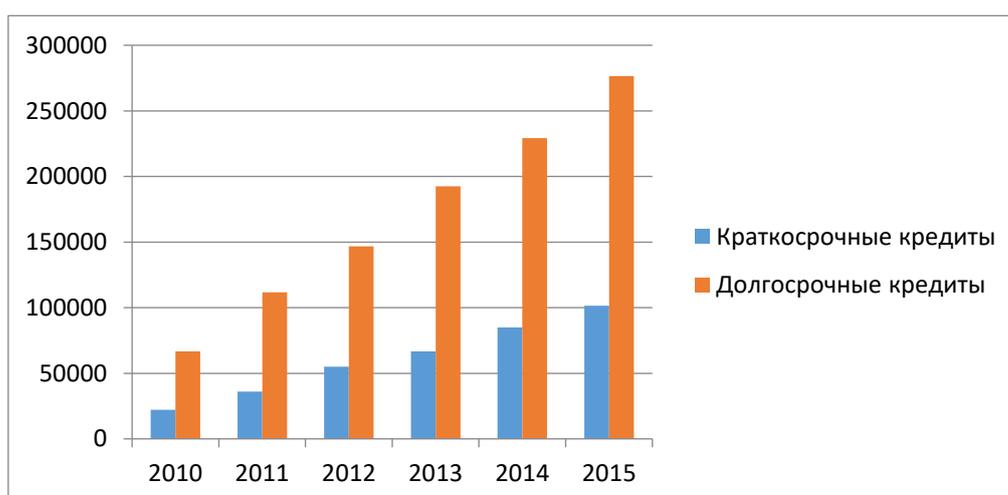


Рисунок 3 – Динамика кредитных вложений банков по сроком предоставления кредита, млрд.руб.

Источник: Собственная разработка автором на основе [1-3]

На протяжении всего периода наблюдается превышение долгосрочных кредитов над краткосрочными. С одной стороны, это хорошо – кредит выдается в основном на инвестиционные цели, что в будущем положительно повлияет на экономический рост страны. Однако с другой стороны, долгосрочные кредиты обладают наибольшим кредитным риском, так как за период, на который выдан кредит, финансовое положение кредитополучателя может измениться и он будет неспособен вернуть не только проценты за пользование денежными средствами, но и сумму основного долга.

Кроме этого, как уже было отмечено, в последнее время преобладают кредиты в иностранной валюте, а в этом случае кроме кредитного риска, у банка возникает и валютный риск при долгосрочном кредитовании.

Наиболее значимым риском для устойчивой работы банковского сектора в 2015 году оставался кредитный риск. Темп прироста проблемных кредитов банков увеличивается большими темпами.

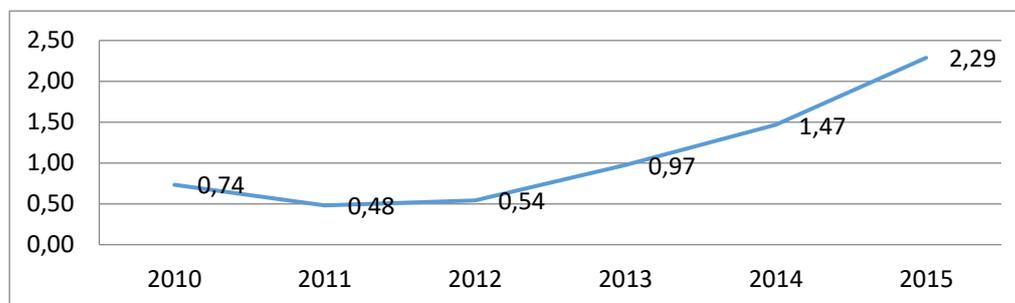


Рисунок 4 – Удельный вес проблемной задолженности по кредитам, выданным банками РБ секторам экономики (без просроченных процентов), %

Источник: Собственная разработка автором на основе [1-3]

Как видно из рисунка 3, в 2015 году удельный вес проблемной задолженности составил 2,29% в общем объеме кредитов, выданных банками Республики Беларусь секторам экономики. На протяжении исследуемого периода наблюдается значительный рост проблемной задолженности. Предприятиям необходимо более эффективно использовать заимствованные денежные средства, чтобы снижать данный процент, т.к. если они этого не будут делать, банки будут снижать объем выдаваемых кредитов и увеличивать требования для получения кредита

В целом проведенный анализ говорит о снижении объемов кредитных вложений банков. Изменяется структура кредитных вложений: начинают преобладать кредиты в иностранной валюте, возрастает доля долгосрочных кредитов. Но на фоне всего этого увеличивается доля проблемной задолженности. Исходя из этого, банкам следует сразу учитывать сигналы, которые свидетельствуют о возможном ухудшении состояния кредитного портфеля.

Использованные источники:

1. Статистический бюллетень №2 (200) / Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbrb.by/publications/bulletin/Stat_Bulletin_2016_02.pdf – Дата доступа: 08.05.2016.
2. Бюллетень банковской статистики № 2 (188) / Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbrb.by/publications/bulletin/Stat_Bulletin_2016_02.pdf – Дата доступа: 08.05.2016.

3. Бюллетень банковской статистики № 2 (176) / Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbrb.by/publications/bulletin/Bulletin2014_2.pdf – Дата доступа: 08.05.2016.

*Любина Е.О.
студент 4 курса
Ярославский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Ярославль*

О НЕОБХОДИМОСТИ ВНУТРЕННИХ КРЕДИТНЫХ РЕЙТИНГОВ

В статье рассматриваются подходы к способам оценки кредитоспособности заемщика, и делается вывод о необходимости внутренних кредитных рейтингов.

Ключевые слова: заемщик, финансовая устойчивость, кредитоспособность, кредитный рейтинг.

This article discusses approaches to assess the creditworthiness of the borrower, and concludes that the need for internal credit ratings.

Keywords: borrower, financial viability, creditworthiness, credit rating.

Оценка кредитоспособности потенциальных заёмщиков является одной из наиболее сложных и ответственных задач в деятельности коммерческого банка. Эффективная организация процесса оценки кредитоспособности позволяет, во-первых, снизить уровень кредитных рисков банка, а во-вторых, создать необходимые условия для качественного обслуживания клиентов банка, предъявляющих спрос на кредитные продукты. Одним из современных направлений в управлении кредитными рисками коммерческого банка является построение кредитного рейтинга заемщиков в ходе оценки кредитоспособности. Сложность этих процессов обусловлена тем, что в России в отличие от отдельных зарубежных стран не развиты процедуры построения рейтингов хозяйствующих субъектов. В этой связи кредитные организации должны формировать и развивать свои рейтинговые системы оценки заемщиков опираясь на международные стандарты, но при этом учитывать отечественные особенности деятельности хозяйствующих субъектов и сложившиеся в России подходы и методы анализа. Анализ финансового состояния заемщика является основой большинства моделей оценки кредитоспособности. Однако, несмотря на наличие различных методик его оценки, их применение на практике не всегда позволяет объективно оценить финансовое состояние заемщика.

Объективная необходимость углубленных исследований в области анализа финансового состояния, определения кредитоспособности и построения кредитного рейтинга в банке, а также комплексная разработка теоретических и практических вопросов, раскрывающих все аспекты этих направлений, определяет актуальность исследования в сфере кредитования современной банковской системы России.

Наиболее концентрированным показателем, отражающим степень безопасности вложения средств или налаживания делового сотрудничества, является финансовая устойчивость коммерческой организации, отражающая ее способность выполнять свои основные функции в меняющихся условиях внутренней и внешней бизнес-среды. В отличие от других характеристик деятельности предприятия, финансовая устойчивость обладает признаками комплексности и системности, т.е., по сути, включает в себя финансовые, экономические, технико-технологические, организационные аспекты деятельности.

В настоящее время нет однозначного подхода к содержанию и методическому наполнению понятия финансовой устойчивости. Трактовка термина «финансовая устойчивость» остается весьма размытой. Разные авторы определяют разные критерии и систему показателей для ее оценки, неоднозначно называют и рассчитывают эти показатели. Это в значительной мере усложняет не только процесс анализа финансовой устойчивости, но и объективность ее оценки.

Одной из ключевых проблем для большинства российских банков является проблема управления кредитными рисками. Несмотря на то, что банки уделяют особое внимание такому направлению своей деятельности как риск-менеджмент, для большинства из них ключевой является проблема управления кредитными рисками.

Последствия экономических кризисов в России свидетельствуют о низкой эффективности систем кредитного риск-менеджмента, используемых коммерческими банками. Значительная часть заемщиков, попавшая в группу ненадежных и проблемных клиентов, имела достаточно высокие рейтинги кредитоспособности, рассчитанные по внутрибанковским стандартам. Одна из проблем состоит в том, что банки вместо надлежащей организации процедуры оценки кредитоспособности заемщиков, с учетом как отечественного, так и зарубежного опыта, подгоняют разрабатываемые методики под сложившийся уровень собственного кредитного портфеля, стремясь минимизировать отчисления в резервы на возможные потери по ссудам.

Существуют различные подходы к определению сущности финансового состояния и финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта, при этом цели анализа финансового состояния также могут быть различными. Оценка финансового состояния может быть выполнена различными методами с разной степенью детализации в зависимости от цели анализа, имеющейся информации, программного, технического и кадрового обеспечения.

Международной практикой и Банком России в качестве основного подхода к построению внутрибанковского рейтинга выделяется модель IRB, основанная на измерении непредвиденных и ожидаемых убытков, оказывающих в свою очередь влияние на капитал. В IRB принято деление активов по классам, в зависимости от компонентов риска. Суть сводится к

тому, что степень риска активов соотносится с размером и структурой капитала организации. Рейтинг заемщика при этом определяется как оценка риска на основе конкретных и четких рейтинговых критериев, из которых выводятся оценки вероятности дефолта.

В настоящее время в мире не существует единой стандартизированной системы оценки кредитоспособности. Банки используют различные системы анализа кредитоспособности заемщика. Основным показателем кредитоспособности заемщика является его кредитный рейтинг. При присвоении кредитного рейтинга банки ранжируют заемщиков по различным классам. Результаты данной оценки используются в таких основных областях управления рисками, как установка лимитов кредитования, определение уровня процентной ставки, формирование резервов на возможные потери по ссудам и т.д.

Использованные источники:

1. Волков А.Ю. Инновации в России // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2012. – № 2. – С. 15 – 19.
2. Волков А.Ю. Инновации и Россия // Науч. тр. / Вольное экономическое общество России. – Т. 136. – 2010. – С. 102 – 113.
3. Волков А.Ю. Контроль как категория и как инструмент управления // Сборник «Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем». – Уфа, 2014. – С. 27 – 29.
4. Волков А.Ю., Зборовская Е.Б. Об управлении финансами предприятий и направлениях его совершенствования // Интернет-журнал Науковедение. – 2015. – Т. 7. – № 5 (30). – С. 24.
5. Тюрин С.Б., Бурыкин А.Д., Волков А.Ю. Организация деятельности коммерческого банка: Учеб. пособие для бакалавров / Под ред. С.Б. Тюрина. – Ярославль: 2013. – 114 с.

Оглавление

<i>Gorbunova Maria, Wassiljewa S.W., KULTUR UND INTEGRATION</i>	3
<i>Poiskova A.V., CREATIVE ACCOUNTING. REASONS AND WAYS TO MINIMIZE</i>	7
<i>Sutaykina Y.A., Gogoleva M.A., SOCIAL MEDICINE AS ONE OF THE HEALTH CONDITIONS OF THE SOCIETY</i>	9
<i>Абашин Е.О., РОЛЬ ЛИДЕРА В ОРГАНИЗАЦИИ</i>	12
<i>Абдулгазис В.С., Арабаджиева С. У., СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ МИРОВЫХ СЫРЬЕВЫХ РЫНКОВ</i> 20	
<i>Абдуллаева А.С., МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РФ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ</i>	23
<i>Абросимова Е.В., Улеев А.С., Романова О.О., БИЗНЕС-ПРОЦЕСС «ВЫЯВЛЕНИЕ ВНУТРЕННИХ РЕЗЕРВОВ»</i>	26
<i>Аверкиева Ж.Н., МЕРОПРИЯТИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОПЛАТЫ ТРУДА И СТИМУЛИРОВАНИЮ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИЙ</i>	30
<i>Авоян А.А., АНАЛИЗ ПБУ 1/2008 «УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ»</i>	33
<i>Агаларова Е. Г., Осипян С. В., АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ В РОССИИ</i>	38
<i>Агеева Т.В., ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА</i>	41
<i>Айсин И.К., ЗНАЧЕНИЕ НАЛОГА НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В ФОРМИРОВАНИИ БЮДЖЕТОВ РФ</i>	44
<i>Айтиева С.Н., ЯЗЫКОВЫЕ ПРИЧИНЫ АРХАИЗАЦИИ ЛЕКСИКИ КЫРГЫЗСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ</i>	48
<i>Алексеев Р.Е., ОРГАНИЗАЦИЯ КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ</i>	52
<i>Андрухович Е.Н., Моисеенко Л.И., ФИРМЕННАЯ ТОРГОВЛЯ</i>	55
<i>Андрухович Е.Н., Моисеенко Л.И., ВЫКЛАДКА ТОВАРОВ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ</i>	58
<i>Андрухович Е.Н., Моисеенко Л.И., ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДЫ СБЫТА</i> ..	61
<i>Аникин М.С., THE IMPACT OF THE CHANGING BUSINESS ENVIRONMENT ON THE MANAGEMENT ACCOUNTING</i>	63
<i>Аникин М.С., PERFORMANCE MEASUREMENT AS A KEY DEVELOPMENT DRIVER IN OILFIELD SERVICES COMPANIES</i>	65

<i>Аникина О.С., Ширяева Н. В.</i> , ФИНАНСИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ	68
<i>Анисимова Э.С., Мухаметшина Г.Н.</i> , ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА.....	72
<i>Анисимова Э.С.</i> , ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТА DBFORGE STUDIO FOR MYSQL ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «БАЗА ДАННЫХ».....	75
<i>Апросичева К.С., Владимирова А.С.</i> , АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ	78
<i>Апросичева К.С., Владимирова А.С.</i> , ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ	82
<i>Арзамасцева В.А., Барсуков М.Г., Громов Е.И.</i> , АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СРЕДНЕГОДОВОГО УРОВНЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В РОССИИ	86
<i>Арзыматова Ж., Жоробекова С., Осмонова Н.</i> , ФАКТОРЫ ЯЗЫКОВОГО СОЗНАНИЯ ЛЮДЕЙ В МИФОЛОГИЧЕСКОМ ХАРАКТЕРЕ ЭТНОИДЕНТИЧНОСТИ	88
<i>Арнаутова Ю.В.</i> , ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛНЕНИЯ ДОХОДНОЙ И РАСХОДНОЙ ЧАСТЕЙ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ	92
<i>Артеменко О.И.</i> , ОПЫТ НКО В ИНТЕГРАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА	95
<i>Артеменко О.И.</i> , СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА В РОССИИ	98
<i>Астрейко Е.А.</i> , ОПЕРАЦИОННЫЙ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ В БАНКАХ ..	101
<i>Ахмедьянова А. Р.</i> , СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ.....	103
<i>Ахметзянова Д.М.</i> , СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК	106
<i>Ахметова Э.Р., Гайнетдинова Г.Р.</i> , РОЛЬ БАНКОВ В РАЗВИТИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	113
<i>Ахтариева Л.Г.</i> , ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	116
<i>Бабич А.В.</i> , АНАЛИЗ ОБОСНОВАНИЯ ФОРМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ КОМПАНИИ С УЧЁТОМ СТАДИИ ЕЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА.....	119
<i>Баглай Р. Е.</i> , АНАЛИЗ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ РОССИИ, США И КИТАЯ	122

<i>Багринцев М.М., Симонянц Н.Н., КЛЮЧЕВАЯ СТАВКА. КАК, ЗАЧЕМ И ПОЧЕМУ</i>	135
<i>Бадретдинова Э.Р., ФАКТОРЫ И ПРОБЛЕМЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН</i>	139
<i>Байдак Г.А., НАЛОГ НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ В РОССИИ</i>	144
<i>Байкова Э.Р., Астахов Г.Л., ПРОБЛЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА</i> ..	147
<i>Байкова Э.Р., Нартов Г.В., ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК КАК МЕГАРЕГУЛЯТОР</i>	151
<i>Байкова Э.Р., Хисамитов Б.У., ОБЕССЕРИВАНИЕ НЕФТИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ</i>	157
<i>Бакина А.С., ВЛИЯНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, СВЯЗАННОЙ С БАНКОВСКОЙ РЕКЛАМОЙ И PR, НА ИМИДЖ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И НЕОБХОДИМОСТЬ ЕЕ ОЦЕНКИ</i>	162
<i>Банная Ю.С., НЕСТАНДАРТНЫЕ УРОКИ В СИСТЕМЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОДХОДА К ОБУЧЕНИЮ</i>	165
<i>Баркова А.С., Блохина И.М., ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ БАЗА НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</i>	168
<i>Бармасова А.Ю., ОЦЕНКА КАЧЕСТВА АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ</i>	173
<i>Батенева Е.А., РЕГИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА</i>	177
<i>Батенева Е.А., ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ</i>	180
<i>Баунова Е.В., ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ СВЕТО-ПРОЗРАЧНЫХ КОНСТРУКЦИЙ</i> ..	183
<i>Баитовой Е.А., Харченко Г.И., ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «АВТОКОЛОННА 1275»</i>	186
<i>Беккер А.Э., Марков М.А., ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ</i>	194
<i>Белова О.И., ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В РЕГИОНАХ</i>	197
<i>Белозеров В.С., СТРУКТУРА И ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ БИЗНЕС-ПЛАНА</i>	200

<i>Белоус Н.Н., Сусло С.В., ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ СРЕДСТВ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ВУЗЕ.....</i>	<i>205</i>
<i>Белоус Н.Н., Васильев В.В., ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНФОРМАТИКЕ</i>	<i>207</i>
<i>Белоус Н.Н., Васильев В.В., ОСНОВНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ СИСТЕМА ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....</i>	<i>209</i>
<i>Белькин С.С., ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</i>	<i>211</i>
<i>Береза Н.В., КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В СФЕРЕ СЕРВИСА</i>	<i>213</i>
<i>Береза Н.В., Трегубова И.А., РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СТИМУЛИРОВАНИЮ СБЫТА В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ</i>	<i>217</i>
<i>Бикметова З.М., ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА РЕГИОНА</i>	<i>220</i>
<i>Бикташева Ю.Р., МНОГОМЕРНОЕ ШКАЛИРОВАНИЕ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ.....</i>	<i>223</i>
<i>Бикташева Ю.Р., Ергунов А.Н., МАТРИЧНЫЕ МЕТОДЫ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ.....</i>	<i>226</i>
<i>Бисултанова А. А., РЕГИОНАЛЬНЫЕ ДИСПРОПОРЦИИ В ЭКОНОМИКЕ</i>	<i>230</i>
<i>Бисултанова А. А., РЕГИОНАЛЬНОЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ.....</i>	<i>232</i>
<i>Бисултанова А. А., ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БЮДЖЕТА КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ</i>	<i>235</i>
<i>Блищак К.А., Колоскова Н.В., Вязова М.А., ПРОБЛЕМА ДОПИНГА В СОВРЕМЕННОМ СПОРТЕ.....</i>	<i>238</i>
<i>Бобкова А.-К.А., ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА И МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ (ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ).....</i>	<i>241</i>
<i>Бобылева М.Н., ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ НА ПУТИ РАСШИРЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА В СФЕРЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ</i>	<i>247</i>
<i>Богдан В. Е., РАЗРАБОТКА МЕТОДА АНАЛИЗА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ТЕОРЕТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПРОЕКТИРОВАНИЯ,</i>	

ВНЕДРЕНИЯ, УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА В БРЕНДИНГЕ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ.....	252
<i>Богданов В.В.</i> , ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОЙ СРЕДЫ...	275
<i>Богданова А.Г., Деникаева Р.Н.</i> , ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ОТ ДРУГИХ ФОРМ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ.....	280
<i>Богданова А.О., Менщикова А.Ю.</i> , СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ RATER И SERVQUAL	285
<i>Богданова А.О., Менщикова А.Ю.</i> , СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В МЕРЧЕНДАЙЗИНГЕ	288
<i>Богданова А.О., Менщикова А.Ю.</i> , МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПОРТФЕЛЯ ЗАКАЗОВ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	291
<i>Богданова А.О., Менщикова А.Ю.</i> , ПРЯМОЙ КАНАЛ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРОВ	293
<i>Богданова А.О., Менщикова А.Ю.</i> , БАРТЕР КАК ЭЛЕМЕНТ ВСТРЕЧНОЙ ТОРГОВЛИ.....	296
<i>Богданович М.А.</i> , ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ИНВЕСТИЦИЙ.....	298
<i>Болтаев Р.О., Солодовникова У.Н.</i> , РОЛЬ КОСВЕННЫХ НАЛОГОВ В ФОРМИРОВАНИИ БЮДЖЕТОВ НА ПРИМЕРЕ ХМАО	304
<i>Болтаев Р.О., Костина О.В.</i> , ПРОБЛЕМЫ ПЕНСИОННОГО ФОНДА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	311
<i>Борисенко А.А., Якунина Ю.С.</i> , ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ ВО ВНЕШНЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	316
<i>Борисова Е.Ф., Голубева Т.А., Синева Н.Л.</i> , СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА: ОПЫТ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	320
<i>Бочков П.В., Яшин А.А.</i> , ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ КОМПАНИЙ.....	323
<i>Бочков П.В.</i> , ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	326
<i>Брилль В.Е.</i> , ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА СО СПЕЦИАЛИЗАЦИЕЙ НА АТОМНОЙ	

ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ Г. ОЗЁРСКА (ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛ.).....	329
<i>Бричеева Н.Н., Татаров С.В., ОПЕРАЦИИ РЕПО И ВАЛЮТНЫЙ СВОП КАК ИНСТРУМЕНТЫ КУРСОВОЙ ПОЛИТИКИ Б АНКА РОССИИ</i>	<i>336</i>
<i>Бричеева Н.Н., Татаров С.В., ПРОБЛЕМНЫЙ АНАЛИЗ ДЕНЕЖНОЙ СФЕРЫ В РОССИИ.....</i>	<i>345</i>
<i>Бугаенко В.Э., ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ</i>	<i>351</i>
<i>Бугаенко В.Э., ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ</i>	<i>354</i>
<i>Буйволов Д.А., УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ КОМПАНИЙ БАНКОВСКОГО СЕТОРА</i>	<i>356</i>
<i>Булавина Н.С., УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ</i>	<i>361</i>
<i>Бунин А.С., Якушева Е.Ю., ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ. СРАВНЕНИЕ МАЛОГО РЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТЮМЕНИ И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ..</i>	<i>365</i>
<i>Бураева Е.В, Толкачева Д.С., МЕТОДЫ ЭКОНОМЕТРИКИ КАК СРЕДСТВА АНАЛИЗА И ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ.....</i>	<i>370</i>
<i>Бураева Е.В., Болотова А.С., ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ</i>	<i>373</i>
<i>Бураева Е.В., Бобкова Н.В., ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И ИХ ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ.....</i>	<i>375</i>
<i>Буракова Д.А., ПРОБЛЕМАТИКА ОЦЕНКИ ЛОЯЛЬНОСТИ ВНЕШНЕГО ПОТРЕБИТЕЛЯ, РЕГИОНАЛЬНОГО АВИАПЕРЕВОЗЧИКА</i>	<i>377</i>
<i>Буракова Д.А., НУЖЕН ЛИ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В РОССИИ?.....</i>	<i>379</i>
<i>Бухонина Т.В., Кремьянский В.В., О СОСТОЯНИИ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ</i>	<i>381</i>
<i>Вареницина Г.Г., Степанова Л.И., К ВОПРОСУ ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ С ГОСУДАРСТВЕННЫМ УЧАСТИЕМ</i>	<i>385</i>
<i>Васильева Е.И., Сверчков М.Н., АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ В США</i>	<i>388</i>
<i>Васильева Е.И., Сверчков М.Н., ОЦЕНКА РЕАЛИЗАЦИИ ЖИЛИЩНЫХ ПРОГРАММ В СЕВЕРНОМ ГОРОДЕ</i>	<i>391</i>

<i>Васильева Е.И., Сверчков М.Н., ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЖИЛИЩНОЙ ПОЛИТИКИ В РЕГИОНЕ</i>	394
<i>Васильева Е.И., Сверчков М.Н., ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ.....</i>	397
<i>Васильева Е.И., Сверчков М.Н., ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ.....</i>	400
<i>Васильева Е.И., Сверчков М.Н., КЛАСТЕРНАЯ ПОЛИТИКА В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ФОРМА РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА</i>	404
<i>Ваха В.Л., ОПТИМИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ РАЗРАБОТКИ КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ</i>	407
<i>Ваха В.Л., ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.....</i>	410
<i>Величко Ю.Ю., ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ ИНФОРМАТИКЕ.....</i>	414
<i>Величко Ю.Ю., МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЕ</i>	416
<i>Венгерова И.В., НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО ПОСРЕДНИЧЕСТВА</i>	419
<i>Вечко О.Ю., ФИЛОСОФСКИЕ ЦЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ ...</i>	422
<i>Видяпин В.А., АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ И СИСТЕМ ПРОЕКТИРОВАНИЯ БРЕНДА В СОВРЕМЕННЫХ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ</i>	425
<i>Видяшева И.А., АНАЛАЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ</i>	432
<i>Виль В.А., ОБЗОР РЫНКА И ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПОДГОТОВКИ НАУЧНО-</i>	

ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КАДРОВ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ И НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ.....	438
<i>Висторобская Р.А.</i> , МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ЕГО РОЛЬ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ	444
<i>Вишар С. П.</i> , ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА.....	447
<i>Власенко В.Е.</i> , ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ И ГОРОДЕ КРАСНОДАРЕ	455
<i>Власенко В.Е.</i> , ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ	458
<i>Власенко В.Е.</i> , ВИРТУАЛЬНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК НОВЫЙ ВИД ОРГАНИЗАЦИЙ БУДУЩЕГО	461
<i>Власенко В.Е.</i> , МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАНИЙ	463
<i>Власенко В.Е.</i> , ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ ОРГАНИЗАЦИИ.....	466
<i>Вологжанина А.С., Солодовникова У.Н.</i> , АНАЛИЗ ПОСТУПЛЕНИЙ НАЛОГА НА ИМУЩЕСТВО ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В МЕСТНЫЙ БЮДЖЕТ Г. ХАНТЫ-МАНСИЙСКА	468
<i>Вологина Ж.Ю., Сакаева А.А.</i> , НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОКАЗАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	474
<i>Ворошилова И. В., Ганеева А. С.</i> , РАЗВИТИЕ СХЕМ РЕФИНАНСИРОВАНИЯ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ	476
<i>Габова Е.А.</i> , СТРАХОВАНИЕ КАК МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ .	480
<i>Газарян Н.Г.</i> , СУЩНОСТЬ И МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА РФ В ПЕРИОД ЕВРОПЕЙСКИХ САНКЦИЙ	483
<i>Гайсина Д.Ф., Балыкбаева Р.С.</i> , ПРОБЛЕМЫ ВЫХОДА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ	485
<i>Галецкий А.С., Константинов К.А.</i> , ПРОБЛЕМА ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ.....	488
<i>Ганибаева Р.Р.</i> , АНАЛИЗ ДОЛГОВОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЕФИЦИТА БЮДЖЕТОВ СУБЪЕКТОВ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	492
<i>Гареева Д.Д.</i> , К ВОПРОСУ О ДОХОДАХ ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	501
<i>Гареева Д.Д.</i> , К ВОПРОСУ О РАСХОДАХ ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	504

<i>Гарникян В.П.,</i> ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ РФ, А ТАКЖЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФИРМ РОССИИ	507
<i>Гарникян В.П.,</i> ОСНОВЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	510
<i>Гарникян В.П.,</i> МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК САМАЯ УЯЗВИМАЯ СФЕРА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	513
<i>Гарникян В.П.,</i> ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	516
<i>Георгиева М.А.,</i> ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СИСТЕМ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ.....	518
<i>Герасимов К.Б., Гордеев П.В.,</i> МЕТОДЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КРИЗИСОВ	521
<i>Герасимов К.Б., Пашина Т.А.,</i> АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ	526
<i>Герасимчук С.В.,</i> АНАЛИЗ ПБУ 2/2008 «УЧЕТ ДОГОВОРОВ СТРОИТЕЛЬНОГО ПОДРЯДА»	529
<i>Гильмиева Г.Ф., Шутько Г.Н.,</i> УПРАВЛЕНИЕ ТЕКУЩИМИ ЗАТРАТАМИ ОРГАНИЗАЦИИ	531
<i>Глебова П.В.,</i> АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПОЛНОМОЧИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ.....	533
<i>Глухова В.С.,</i> ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ В РОССИИ.....	536
<i>Глухова В.С.,</i> ВИРТУАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ	539
<i>Глухова В.С.,</i> УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ.....	542
<i>Глухова В.С.,</i> ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ.....	544
<i>Глухова В.С.,</i> ТЕЛЕРАБОТА	546
<i>Глушеникова Т.С., Куреева Ю.Г., Романенко Е.В.,</i> ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	549
<i>Глушко И.Д., Ловянникова В.В.,</i> ВЛИЯНИЕ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ	552
<i>Гнездилова Е.А.,</i> ВИДЫ НАЛОГОВ И ОСНОВАНИЯ ИХ КЛАССИФИКАЦИИ.....	555
<i>Головизнин В.А.,</i> ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В ФОРМЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА	558
<i>Голуб А.Н.,</i> ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЁЖНЫЕ СИСТЕМЫ В РОССИИ И ЗАРУБЕЖОМ.....	561

<i>Голуб А.Н.</i> , ПОСТИНДУСТРИАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА, ВИРТУАЛИЗАЦИЯ.....	564
<i>Голуб А.Н.</i> , УДАЛЁННАЯ РАБОТА ДЖЕКА НИЛЛЕСА	566
<i>Голуб А.Н.</i> , СЕТЕВАЯ ЭКОНОМИКА	568
<i>Голуб А.Н.</i> , ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ	570
<i>Голубев М.А.</i> , УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ	572
<i>Голубева С.А., Разина В.С.</i> , НАЦИОНАЛЬНАЯ ПЛАТЕЖНАЯ СИСТЕМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	576
<i>Гоношилина И.Г., Ярускина А.Д.</i> , КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ PR СПЕЦИАЛИСТА	579
<i>Гончаренко В.В.</i> , К ВОПРОСУ О ПЛАНИРОВАНИИ И ПРОВЕДЕНИИ РЕКЛАМНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ.....	580
<i>Гордеева А. О.</i> , СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВОЗРОЖДЕНИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ.....	583
<i>Гордеева А.О.</i> , МАРКЕТИНГ КАК СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	586
<i>Гордеева А. О.</i> , ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОБЩЕСТВА.....	590
<i>Горина К. С.</i> , ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ.....	593
<i>Горина М.В.</i> , ТРУДОСБЕРЕЖЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ЛАМЗУРЬ)	597
<i>Гребенькова Д. В.</i> , СХЕМА ФИНАНСИРОВАНИЯ ГЧП НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА АЭРОДРОМНОЙ СЕТИ.....	603
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А.</i> , СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИЗМЕРЕНИЯ.....	609
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А.</i> , ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА В РОССИИ.....	611
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А.</i> , КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА РФ	612
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А.</i> , ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РЕГИОНОВ	614
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А.</i> , РОССИЯ НА РЫНКЕ НЕФТИ.....	615
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А.</i> , БЕЗРАБОТИЦА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ	617
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А.</i> , ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА РОССИИ	618

<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А., МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОЛПОЙ.</i>	619
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А., СОЦИАЛЬНОЕ ИЖДИВЕНЧЕСТВО</i>	621
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А., МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РФ</i>	623
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А., ПРЕДЛОЖЕНИЕ, ОРИЕНТИРОВАННОЕ НА СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО ДОХОДАМ</i>	624
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А., ПРОГРЕССИВНЫЕ ФОРМЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ</i>	627
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А., ПАРАДОКС ГИФФЕНА</i>	628
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А., ЕСТЕСТВЕННЫЕ МОНОПОЛИИ</i>	631
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А., ФОРМИРОВАНИЕ ПОРТФЕЛЯ ЦЕННЫХ БУМАГ</i>	632
<i>Грешнов И.В., Некрасова Е.А., ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КОРЗИНА РОССИИ</i>	634
<i>Григорьева Ю.П., ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ПОСЛЕДСТВИЙ ОФФШОРНОГО БИЗНЕСА ДЛЯ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ДВИЖЕНИЯ КАПИТАЛА</i>	635
<i>Гридюшкина А.А., Дмитренко Д.А., ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ</i>	653
<i>Гришина Я.С., РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКО-ТУРЕЦКИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ</i>	656
<i>Грищенко А.А., ПОВЫШЕНИЕ НАГЛЯДНОСТИ УРОКА ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА С ПОМОЩЬЮ ПРЕЗЕНТАЦИИ</i>	663
<i>Грищенко А.Е., Вигуляров Р.С., РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ</i>	666
<i>Громов Е.И., Барсуков М.Г., Головки Е.С., АНАЛИЗ РЕАЛЬНЫХ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ</i>	669
<i>Грудина Е.П., Бурачинская Ю.В., ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ АВТОДОРОГ</i>	671
<i>Губайдуллин А.Р., Чернова Э.Л., САМОЗАЩИТА КАК СПОСОБ ЗАЩИТЫ ГРАЖДАНСКИХ ПРАВ</i>	676
<i>Губайдуллин А.Р., Чернова Э.Л., ПРЕДЕЛЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРАВА СОБСТВЕННОСТИ</i>	678
<i>Гудакова Л.В., Венгерова И.В., ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПОСРЕДНИЧЕСТВА: БАНКИ И СТРАХОВЩИКИ</i>	681

<i>Гуляев И.И., Никонова А., ПОСЛЕВУЗОВСКОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КАК СРЕДСТВО БОРЬБЫ С БЕЗРАБОТИЦЕЙ МОЛОДЕЖИ</i>	684
<i>Гумашиян Г.А., ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ</i>	686
<i>Гуменная Н. С., ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПО ОТПУСКАМ</i>	691
<i>Гурова Н.А., РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В ХАНТЫ-МАНСИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ – ЮГРЕ</i>	698
<i>Гусейнова Н.М., Камысовская С.В., УЧЕТ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ</i>	701
<i>Даньшин П. С., ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ</i>	704
<i>Дежников С.С., ПРЕДПОСЫЛКИ РОСТА КИНОБИЗНЕСА В РОССИИ</i> ..	707
<i>Дементьева Т.В., ПРОБЛЕМЫ ПРОСТОЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА СЕГОДНЯ. РАССМОТРЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО ПОДХОДА К ИХ РЕШЕНИЮ</i>	711
<i>Денежкина Е.А.. ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ АО «ЖЕЛЕЗОБЕТОН»</i>	718
<i>Деникаева Р.Н., Павленко М.В., АДАПТАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ</i>	721
<i>Дергачева С.А., СОЦИАЛЬНО–ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИЧИНЫ И МЕТОДЫ ПРОФИЛАКТИКИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ТРАВМАТИЗМА</i>	725
<i>Дереза Ю.В., ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ (НА ПРИМЕРЕ Г. ТАГАНРОГА)</i>	730
<i>Десяткин А.В., Ибрагимова З.Ф., ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЗАВИСИМОСТЕЙ МЕЖДУ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЕЙ ДОХОДОВ И СЛОВНЫМИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ</i> .734	
<i>Джигун. С.Д., ФУНКЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ</i>	737
<i>Дмитренко В.М., СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ БЕЗРАБОТИЦЫ</i>	740
<i>Добриневская Е.А., СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКИМИ РИСКАМИ</i>	742
<i>Доронина Т.О., РЕАЛИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ</i>	744

<i>Доронина Т.О., РОЛЬ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ЦЕПОЧКЕ СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ КОРПОРАЦИИ</i>	750
<i>Дорохина А.Ю., Данилова А.П., АГРОСТРАХОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ СНИЖЕНИЯ РИСКА И ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АПК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</i>	753
<i>Дубская А. С., ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА БЕЛГОРОДСКОГО РАЙОНА</i>	757
<i>Дудзинская Д.В., НАЛОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ</i>	760
<i>Дудник Т. А., Дронченко Е. М., ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ</i>	764
<i>Дуйсалиева А. М., ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ЗАМЕДЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РОССИИ</i>	767
<i>Дуйсалиева А. М., ПРОБЛЕМА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ МИГРАЦИИ В РОССИИ</i>	770
<i>Дусеев А.Р., АНАЛИТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ МЕДИЦИНЫ И ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В ОБЛАСТИ ИКТ В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ</i>	774
<i>Дьякова М.С., ЭЛЕМЕНТЫ ПРОБЛЕМНОГО ОБУЧЕНИЯ НА УРОКАХ ИНФОРМАТИКИ НА ПРИМЕРЕ ИЗУЧЕНИЯ ТЕМЫ «ФАЙЛЫ И ФАЙЛОВЫЕ СИСТЕМЫ»</i>	776
<i>Дьячков Д.Н., ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ КАК УСЛОВИЕ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА</i>	778
<i>Енгоян А.А., ГОСУДАРСТВЕННАЯ МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ</i>	785
<i>Ергунова О.Т., ФАКТОРЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ</i>	788
<i>Ерошкина Д. В., СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ РФ</i>	791
<i>Ершов В.К., СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ВЕНЧУРНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ</i>	794
<i>Ерыгина Н.С., О РОЛИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ФАКТОРА В ПОВЫШЕНИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ</i>	797
<i>Ерыгина Н.С., ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДИВИДЕНДНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</i>	800

<i>Ерыгина Н.С.</i> , СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПОВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИИ И США	803
<i>Есенов Т.Т.</i> , ПРОФИЛАКТИКА ПРАВОНАРУШЕНИЙ СРЕДИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ СРЕДСТВАМИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА.....	806
<i>Жабелова Г.А.</i> , РЕАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В ВУЗЕ, КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩАЯ БАЗА ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЙ.....	809
<i>Жигарева О. В.</i> , УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ И СПОСОБЫ ИХ МИНИМИЗАЦИИ.....	814
<i>Жоробекова С., Осмонова Н., Арзыматова Ж.</i> , О СТРУКТУРНОМ АНАЛИЗЕ ФОЛЬКЛОРНОГО ЖАНРА ПОСЛОВИЦ	817
<i>Жуков Я.В.</i> , СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОФОРМЛЕНИЯ КРЕДИТОВАНИЯ В ОАО «РОССЕЛЬХОЗБАНК».....	820
<i>Завалова А.А.</i> , ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО КОНТРОЛЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	823
<i>Задорожная К.Р., Калмыкова А. С.</i> , К ВОПРОСУ О ВОЗДЕЙСТВИИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СФЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	827
<i>Закалюжная В.А.</i> , БАЗОВЫЕ АСПЕКТЫ СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА ДОШКОЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ.....	830
<i>Замалетдинова Р.Э., Прохорова Л.М., Климушкина Н.Е.</i> , МОШЕННИЧЕСТВО С ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТЬЮ КАК СПОСОБ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ НЕПРАВОМЕРНОГО БАНКРОТСТВА.....	833
<i>Зарифуллин Л.В., Галимова М.П.</i> , ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ НАНОТЕХНОЛОГИЙ В РОССИИ.....	836
<i>Затонская Н.А., Ловяникова В.В.</i> , ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ.....	843
<i>Заугольникова И.С.</i> , СОДЕРЖАНИЕ И АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ».....	846
<i>Зверева А.С.</i> , АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ДЕФИЦИТА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ РАБОЧИХ КАДРОВ.....	849
<i>Зверева Г.П., Толкачева Д.С.</i> , ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА	852
<i>Зеленская М. Ю., Блохина И. М.</i> , ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ВНЕШНИЙ ДОЛГ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	856

<i>Зерчанинова Т.Е., Тарбеева И.С.,</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ С МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТЬЮ	859
<i>Зерчанинова Т.Е., Тарбеева И.С.,</i> ИНФОРМИРОВАННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ О ФОРМАХ УЧАСТИЯ В МЕСТНОМ САМОУПРАВЛЕНИИ	862
<i>Зерчанинова Т.Е., Тарбеева И.С.,</i> СОЦИАЛЬНЫЙ АУДИТ УЧАСТИЯ НАСЕЛЕНИЯ В МЕСТНОМ САМОУПРАВЛЕНИИ	865
<i>Зерчанинова Т.Е.,</i> СОДЕРЖАНИЕ И ПУТИ РАЗРЕШЕНИЯ НАУЧНОЙ ДИСКУССИИ О ЗАКРЫТОМ ХАРАКТЕРЕ ПЕРЕЧНЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ИМУЩЕСТВА: К ДЕСЯТИЛЕТНЕМУ ЮБИЛЕЮ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНСТИТУЦИОННОГО СУДА РФ ОТ 02.11.2006 N 540-О.....	868
<i>Зимин А. Ю.,</i> ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	872
<i>Зиниша О. С., Есипова Е.С.,</i> РЕАЛИЗАЦИЯ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К РЕШЕНИЮ ВОПРОСА ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ (ОТМЫВАНИЮ) ДОХОДОВ, ПОЛУЧЕННЫХ ПРЕСТУПНЫМ ПУТЁМ	876
<i>Зиниша О.С., Кобыленко М.И.,</i> АЛТЫНА КАК ЕДИНАЯ ВАЛЮТЫ ДЛЯ ЕАЭС: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ВВЕДЕНИЯ ДЛЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ	883
<i>Зиниша О.С., Шаталова Е.Н.,</i> КРАУДФАНДИНГ КАК ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	887
<i>Зиниша О.С., Татаринцева А.В.,</i> СОВРЕМЕННАЯ ВАЛЮТНАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЁ РЕАЛИЗАЦИИ.....	893
<i>Зиниша О.С., Ханжиян А.Э.,</i> К ВОПРОСУ О ЗАКОНОДАТЕЛЬНОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ДЕОФШОРИЗАЦИИ В РОССИИ.....	900
<i>Зубова Т. И.,</i> СИСТЕМА НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	905
<i>Зуева М.С., Ярыгина А.А.,</i> ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН: УГРОЗЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	909
<i>Зуева М.С., Ярыгина А.А.,</i> АНАЛИЗ ВВП РОССИИ. ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ	911
<i>Зуева М.С., Ярыгина А.А.,</i> АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ИНДИКАТОРОВ ДОСТОЙНОГО ТРУДА	913
<i>Зуева М.С., Ярыгина А.А.,</i> СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ УРОВНЯ БЕЗРАБОТИЦЫ ПО РОССИИ И САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ	915
<i>Зуева М.С., Ярыгина А.А.,</i> АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА В РОССИИ.....	918

<i>Зуенко Е. В., Вылегжанина Е. В., ЛИЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА</i>	920
<i>Зыкова Т.В., Баталова М.А., ПРОГРАММА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ</i>	927
<i>Зыкова Т.В., Баталова М.А., ПРОЖИТОЧНЫЙ МИНИМУМ ПО КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ НА 2015 ГОД.....</i>	931
<i>Иванов Д.О., СОВРЕМЕННЫЕ ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ГЕРМАНИИ.....</i>	933
<i>Иванова И.В., Красноселова Т.А., Ушмарин Е.А., СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ И АУДИТА ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ФЕДЕРАЛЬНОГО КАЗНАЧЕЙСТВА В БОРЬБЕ С КОРРУПЦИЕЙ.....</i>	937
<i>Иванова Н.И., Нагиева А.Д., ПРОБЛЕМЫ БЕДНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ.....</i>	942
<i>Иванова Н.И., Гулявская К.С., УГРОЗЫ В ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СФЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....</i>	944
<i>Иващенко Е.А., РАЗВИТИЕ ОПЕРАЦИЙ С ПРИМЕНЕНИЕМ БАНКОВСКИХ КАРТ В КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РФ</i>	948
<i>Ивлев С.С., ФАКТОРЫ ИЗМЕНЕНИЯ ЭТНИЧЕСКОГО СОСТАВА НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ.....</i>	951
<i>Ильясова Л.Н., ОСОБЕННОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КРЕДИТОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ.....</i>	957
<i>Исакова Т.А., КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛИЗАЦИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ.....</i>	959
<i>Исмиляева Э.С., АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ФИСКАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....</i>	965
<i>Исмиханова Э. Ш., СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ</i>	970
<i>Истратий Е.В., Смирнов Т.А., НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА.....</i>	974
<i>Исяняев Р.М., ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА РИСКОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАГИСТРАЛЬНОГО ТРАНСПОРТА ГАЗА МЕТОДАМИ КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКИ РИСКОВ.....</i>	978
<i>Ищенко Е.В., ДИНАМИКА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</i>	983
<i>Ищенко Е.О., Ловянникова В.В., ПРОТИВОРЕЧИВЫЕ СТОРОНЫ ПРИВАТИЗАЦИИ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ</i>	987

<i>Ищенко Е.О., Ловянникова В.В.,</i> ПРОТИВОРЕЧИВЫЕ СТОРОНЫ ПРИВАТИЗАЦИИ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ	990
<i>Кабашова Е.В., Валишина Н.Р., Гатиятуллин А.А.,</i> ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН	994
<i>Казакова Е.В.,</i> ПРИМЕНЕНИЕ ОПЕРАЦИОННОГО АНАЛИЗА В УПРАВЛЕНИИ ЗАТРАТ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ХАНТЫ-МАНСИЙСКАЯ АПТЕКА»)	996
<i>Кайтмазова П.М., Устаев И.Ю.,</i> АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ В СИТУАЦИИ БОРЬБЫ С КРИЗИСНЫМИ ЯВЛЕНИЯМИ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	1001
<i>Калмыкова А. С., Задорожная К.Р.,</i> К ВОПРОСУ О ПОДБОРЕ И ОТБОРЕ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	1003
<i>Камышенко Э.А.,</i> ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО НЕРАВЕНСТВА И ИХ ПРОЯВЛЕНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	1006
<i>Каныгина А.С.,</i> ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ В РФ	1009
<i>Капелюшный Э.Д., Камалиева Л.В.,</i> МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	1011
<i>Каримов Д.К.,</i> ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ	1014
<i>Катеринич Т.Н., Шешко А. В.,</i> СОЗДАНИЕ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ПОМОЩИ СИСТЕМЫ CSR	1020
<i>Катеринич Т.Н., Шешко А. В.,</i> ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛОГИСТИКИ	1023
<i>Катеринич Т.Н., Шешко А. В.,</i> МЕТОДЫ И МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ... ..	1026
<i>Качапкина А.С.,</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	1029
<i>Качурина А.С., Мостыка К.С.,</i> СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПРИНЦИПЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ	1035
<i>Качурина А.С., Мостыка К.С.,</i> ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ И ПОСТРОЕНИЮ СБЫТОВЫХ СИСТЕМ.....	1038
<i>Качурина А.С., Мостыка К.С.,</i> МЕТОДЫ АНАЛИЗА КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ	1042

<i>Качурина А.С., Мурашко А.С., МАТРИЦА ADL В УПРАВЛЕНИИ СБЫТОМ</i>	1045
<i>Качурина А.С., Мурашко А.С., МЕТОДЫ И МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ВЫПОЛНЕНИЯ ПЛАНОВ СБЫТА</i>	1049
<i>Качурина А.С., Мурашко А.С., ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ</i>	1054
<i>Кашипарова А.И., ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕЛЕЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА В БИЗНЕСЕ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ</i>	1058
<i>Кильдияров И.И., Чернова Э.Л., ПРОБЛЕМЫ КОМПЕНСАЦИИ МОРАЛЬНОГО ВРЕДА</i>	1062
<i>Ким С.В., БАНКОВСКАЯ РЕКЛАМА: ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, МЕТОДЫ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ</i>	1064
<i>Кинзерская Н.Ю., СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ НАЛИЧНОЙ ДЕНЕЖНОЙ ЭМИССИИ БАНКА РОССИИ</i>	1067
<i>Кирилина В.М., Колесникова Н.В., Румянцева И.Е., Блажевич Л.Е., РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ АРКТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ</i>	1071
<i>Клеутин А.И., ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ УГРОЗ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ</i>	1074
<i>Клеутин А.И., ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ ГРАФИКИ В СИСТЕМЕ PASCAL В ПРОФИЛЬНОМ КУРСЕ ИНФОРМАТИКИ</i>	1077
<i>Ковалева Ю.А., СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ МЕХАНИЗМОМ РЕГУЛИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА МАТЕРИАЛАХ «НО РЕФТИНСКИЙ МУНИЦИПАЛЬНЫЙ ФОНД ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»</i> .	1080
<i>Коган А.Б., Мухометдярова А.Ф., Лежнина К.В., О ВЫБОРЕ НАИЛУЧШЕГО МОМЕНТА ПРИОБРЕТЕНИЯ КВАРТИРЫ НА ПЕРВИЧНОМ РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ</i>	1084
<i>Кожина М.С., ВЛИЯНИЕ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА ОТРАСЛЕВУЮ СТРУКТУРУ ЭКОНОМИ РОССИИ</i>	1087
<i>Кокорев В.В., ЗНАЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА</i>	1095
<i>Колесникова Е.В., Рябова К.В., ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ</i>	1099
<i>Коновалова О.Т., Валерио К.Э., МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ГИБКОГО БЮДЖЕТА</i>	1103

<i>Константинова Ю.Н., АНАЛИЗ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ БАНКОВСКИХ УСЛУГ</i>	1106
<i>Копаница Ю.А., РИСКИ МИКРОФИНАНСОВОГО КРЕДИТОВАНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ</i>	1110
<i>Кормильцина Т., ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ</i>	1113
<i>Кормильцина Т., РАЗВИТИЕ КРАУДСОРСИНГА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ</i>	1116
<i>Кормильцина Т., ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ</i>	1118
<i>Корнеева Е.Б., ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ</i>	1121
<i>Короткова А.Н., ПОНЯТИЕ ИНСОРСИНГА</i>	1125
<i>Короткова А.Н., ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ</i>	1127
<i>Короткова А.Н., СЕТЕВАЯ ЭКОНОМИКА</i>	1130
<i>Короткова А.Н., ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ В РОССИИ</i>	1132
<i>Косарева О. Е., СТРАТЕГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОПОРНОГО ВУЗА</i>	1134
<i>Костикова В.О., ОБЗОР КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И СИСТЕМ СБЫТА ПРОДУКЦИИ</i>	1138
<i>Костяная В. И., Хашаева О.Ш., EXANTE АГЕНТСКИЕ ОТНОШЕНИЯ: НЕБЛАГОПРИЯТНЫЙ ОТБОР</i>	1145
<i>Кот А.В., УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ЛИЗИНГОВОЙ КОМПАНИИ</i> ...	1148
<i>Котков А.Р., НЕПОСРЕДСТВЕННЫЕ ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛНОМОЧИЙ В СФЕРЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ И МЕХАНИЗМЫ ДОСТИЖЕНИЯ УСТАНОВЛЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА В ПРАКТИКЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ РЯДА КРУПНЕЙШИХ ГОРОДОВ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ</i>	1151
<i>Кравченко М.А., Третьякова А.С. ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</i>	1155
<i>Кравченко М.А., Угрюмова С.Н., ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ КОНЦЕПЦИИ СИСТЕМЫ ПЕРСОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА</i>	1158
<i>Кравченко М.А., Петруша М.А., ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ОТДЕЛА ПРОДАЖ</i>	1165

<i>Крит В.Н.</i> , ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ АВТОМАТИЗАЦИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ ...	1168
<i>Кропачева А.Е., Мирошниченко Т.Е.</i> , БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЕГО МЕСТО В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ	1172
<i>Крюкова В.А., Якунина Ю.С.</i> , АНТИРЕКЛАМА И ОСНОВЫ ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ	1176
<i>Крюкова О.Н., Котлинская К.А.</i> , ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ПОЛЬШЕ	1180
<i>Кузнецова Е.Н.</i> , СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГЛАГОЛОВ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ СО ЗНАЧЕНИЕМ ДВИЖЕНИЕ РУКОЙ.....	1182
<i>Кузнецова М.В., Носова Т.П.</i> , ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КРЕДИТ: СТОИТ ЛИ БРАТЬ?.....	1185
<i>Кузнецова М.В., Колкарева Э.Н.</i> , СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ.....	1191
<i>Кузьмин И.В.</i> , СОТРУДНИЧЕСТВО В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	1195
<i>Кулыгина Е.В.</i> , ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ПОЯВЛЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ РАБОТ ПРИ ВОЗВЕДЕНИИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ НА ПРИМЕРЕ РЕКОНСТРУКЦИИ ВОЕННОГО ГОСПИТАЛЯ	1202
<i>Кунжуева П.С., Магомедова З.О.</i> , ОСОБЕННОСТИ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	1204
<i>Курбан Е.А.</i> , БАНКОВСТРАХОВАНИЕ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	1207
<i>Курбан Е.А.</i> , УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ “БЕЛГОССТРАХ”	1210
<i>Курнаков К.А., Соколов С.Д.</i> , ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМ ПО КОНТРОЛЮ ЭКСПЛУАТАЦИИ, МОНИТОРИНГА И ДИСПЕТЧЕРИЗАЦИИ АВТОТРАНСПОРТА. АВТОМАТИЗАЦИЯ КАРЬЕРНОГО ТРАНСПОРТА	1213
<i>Кутайнех Е.Р.</i> , ДОХОДЫ ГОСУДАРСТВА.....	1216
<i>Кучина Е.В., Галинурова Э.Р.</i> , АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ОПЕРАТОРОВ СОТОВОЙ СВЯЗИ.....	1220
<i>Кяляшев М.В.</i> , ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИКИ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ .	1226

<i>Лавренова Е.С., ЭКОДИЗАЙН КАК ЭЛЕМЕНТ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ).....</i>	1230
<i>Ладьята Е. И., МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ БАЗЕЛЬСКОГО КОМИТЕТА ПО БАНКОВСКОМУ НАДЗОРУ ПО УПРАВЛЕНИЮ БАНКОВСКИМИ РИСКАМИ.....</i>	1233
<i>Ларькова Е.П., Родионова О.Ю., ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ.....</i>	1239
<i>Лата М.С., Чжан Жуй, ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИЕЙ: АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА</i>	1242
<i>Лата М.С., Чжан Жуй, РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РЕАЛИЗАЦИИ ОРГАНИЧЕСКОЙ СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИИ, ПРОИЗВЕДЕННОЙ ФЕРМЕРАМИ</i>	1246
<i>Лашина А. С., Сазонова А.В, РОЛЬ МАРКЕТИНГОВЫХ СЛУЖБ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ</i>	1248
<i>Лашина А. С., Сазонова А.В., ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ</i>	1251
<i>Лашина А. С., Сазонова А.В., МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОМПАНИИ И ИХ ПОЛОЖЕНИЕ В ЭКОНОМИКЕ.....</i>	1254
<i>Лашкова М. О., ОСОБЕННОСТИ ПОЗАКАЗНОГО МЕТОДА КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ В ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....</i>	1257
<i>Лисеенко Р.Г., ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ИНТЕРЕСА УЧАЩИХСЯ СРЕДНЕЙ ШКОЛЫ НА УРОКАХ ИНФОРМАТИКИ И ИКТ.....</i>	1262
<i>Ловянникова В.В, УГРОЗЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ</i>	1263
<i>Лоскунина Л.В., ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ</i>	1267
<i>Луканов А.А.. КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ СИСТЕМЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КОРПОРАТИВНЫМИ КЛИЕНТАМИ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ CRM.....</i>	1270
<i>Лукашевич В.А., Серафимович И.А., КРЕДИТНЫЙ РИСК В БАНКЕ: МЕТОДЫ И СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ</i>	1278
<i>Лукичева Л.И., Булах В.А., НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ.....</i>	1281

<i>Лундовских Е.В.</i> , БЕДНОСТЬ КАК ФАКТОР ТОРМОЖЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ В РОССИИ ЭКОНОМИКИ, ОСНОВАННОЙ НА ЗНАНИЯХ.....	1283
<i>Лысенко Е.А., Ловянникова В.В.</i> , АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОЙ ДИНАМИКИ ВАЛЮТНОГО КУРСА РУБЛЯ.....	1289
<i>Льобка А.Ю., Ребковец В.В.</i> , АНАЛИЗ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПО КРЕДИТАМ, ВЫДАННЫМ БАНКАМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ СЕКТОРАМИ ЭКОНОМИКИ.....	1293
<i>Любина Е.О.</i> , О НЕОБХОДИМОСТИ ВНУТРЕННИХ КРЕДИТНЫХ РЕЙТИНГОВ.....	1297