



# **ИНСТРУМЕНТЫ И МЕХАНИЗМЫ СОВРЕМЕННОГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ**

**Сборник статей  
Международной научно - практической конференции  
25 марта 2016 г.**

**Часть 1**

Томск  
НИЦ АЭТЕРНА  
2016

УДК 001.1  
ББК 60

И 57

**ИНСТРУМЕНТЫ И МЕХАНИЗМЫ СОВРЕМЕННОГО  
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ:** сборник статей Международной научно  
- практической конференции (25 марта 2016 г., г. Томск). В 3 ч. Ч.1 / - Уфа:  
АЭТЕРНА, 2016. – 358 с.

ISBN 978-5-906849-78-6 Ч.1  
ISBN 978-5-906849-81-6

Настоящий сборник составлен по итогам Международной научно  
- практической конференции «ИНСТРУМЕНТЫ И МЕХАНИЗМЫ  
СОВРЕМЕННОГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ», состоявшейся  
25 марта 2016 г. в г. Томск. В сборнике статей рассматриваются современные  
вопросы науки, образования и практики применения результатов научных  
исследований

Сборник предназначен для широкого круга читателей, интересующихся  
научными исследованиями и разработками, научных и педагогических  
работников, преподавателей, докторантов, аспирантов, магистрантов и  
студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Статьи представлены в авторской редакции. Ответственность за  
аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а так же  
за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы  
публикуемых материалов.

При перепечатке материалов сборника статей Международной научно -  
практической конференции ссылка на сборник статей обязательна.

**Сборник статей постатейно размещён в научной электронной  
библиотеке elibrary.ru и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ  
(Российский индекс научного цитирования) по договору № 242 - 02 / 2014К  
от 7 февраля 2014 г.**

УДК 001.1  
ББК 60

ISBN 978-5-906849-78-6 Ч.1  
ISBN 978-5-906849-81-6

© ООО «АЭТЕРНА», 2016  
© Коллектив авторов, 2016

**Ответственный редактор:**

**Сукиасян Асатур Альбертович**, кандидат экономических наук.  
Башкирский государственный университет, РЭУ им. Г.В. Плеханова

**В состав редакционной коллегии и организационного комитета входят:**

**Агафонов Юрий Алексеевич**, доктор медицинских наук, доцент  
Уральский государственный медицинский университет» Министерства  
здравоохранения РФ

**Алейникова Елена Владимировна**, профессор  
Запорожский институт государственного и муниципального управления

**Баишева Зилия Вагизовна**, доктор филологических наук, профессор  
Башкирский государственный университет

**Ванесян Ашот Саркисович**, доктор медицинских наук, профессор  
Башкирский государственный университет

**Васильев Федор Петрович**, доктор юридических наук, доцент,  
Академия управления МВД России

**Виневская Анна Вячеславовна**, кандидат педагогических наук, доцент  
ФГБОУ ВПО ТГПИ имени А.П. Чехова

**Вельчинская Елена Васильевна**, кандидат химических наук, доцент  
Национальный медицинский университет имени А.А. Богомольца

**Гетманская Елена Валентиновна**, доктор педагогических наук, доцент  
Московский педагогический государственный университет

**Грузинская Екатерина Игоревна**, кандидат юридических наук  
Кубанский государственный университет

**Закиров Мунавир Закиевич**, кандидат технических наук, профессор  
Институт менеджмента, экономики и инноваций

**Иванова Нионила Ивановна**, доктор сельскохозяйственных наук, профессор,  
Технологический центр по животноводству

**Калужина Светлана Анатольевна**, доктор химических наук, профессор  
Воронежский государственный университет

**Курманова Лилия Рашидовна**, доктор экономических наук, профессор  
Уфимский государственный авиационный технический университет

**Киркимбаева Жумагуль Слямбековна**, профессор  
Казахский Национальный Аграрный Университет

**Козырева Ольга Анатольевна**, кандидат педагогических наук, доцент  
Новокузнецкий филиал -  
институт «Кемеровский государственный университет»

- Конопацкова Ольга Михайловна**, доктор медицинских наук, профессор  
Саратовский государственный медицинский университет
- Маркова Надежда Григорьевна**, доктор педагогических наук, профессор  
Казанский государственный технический университет
- Мухамадеева Зинфира Фанисовна**, кандидат социологических наук, доцент  
РЭУ им. Г.В. Плеханова, Башкирский государственный университет
- Пономарева Лариса Николаевна**, кандидат экономических наук, доцент  
РЭУ им. Г.В. Плеханова, Башкирский государственный университет
- Почивалов Александр Владимирович**, доктор медицинских наук, профессор  
Воронежская государственная медицинская академия им. Н.Н. Бурденко
- Прошин Иван Александрович**, доктор технических наук, доцент  
Пензенский государственный технологический университет
- Симонович Николай Евгеньевич**, доктор психологических наук, профессор  
Института психологии им. Л.С. Выготского РГГУ
- Смирнов Павел Геннадьевич**, кандидат педагогических наук, профессор  
Тюменский государственный архитектурно - строительный университет
- Старцев Андрей Васильевич**, доктор технических наук, профессор  
Государственный аграрный университет Северного Зауралья
- Танаева Замфира Рафисовна**, доктор педагогических наук, доцент  
Южно - уральский государственный университет
- Venelin Terziev DSc., PhD,**  
University of Agribusiness and Regional Development - Plovdiv, Bulgaria
- Хромина Светлана Ивановна**, кандидат биологических наук, доцент  
Тюменский государственный архитектурно - строительный университет
- Шилкина Елена Леонидовна**, доктор социологических наук, профессор  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства
- Шляхов Станислав Михайлович**, доктор физико - математических наук,  
профессор  
Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.
- Юрова Ксения Игоревна**, кандидат исторических наук, доцент  
Международный инновационный университет
- Юсупов Рахимьян Галимьянович**, доктор исторических наук, профессор  
Башкирский государственный университет
- Янгиров Азат Вазирович**, доктор экономических наук, профессор  
Башкирский государственный университет

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

**Э.Б.Адельсеитова**

К.э.н., доцент

ГБОУ ВО РК «КИПУ»

г. Симферополь, Российская Федерация

**А.В.Сильченко**

ГБОУ ВО РК «КИПУ»

г. Симферополь, Российская Федерация

## **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА СОТРУДНИКОВ И НАЗНАЧЕНИЕ СТИМУЛИРУЮЩИХ ВЫПЛАТ**

Для повышения эффективности работы персонала используются различные методы управления и воздействия – от принудительного труда к мотивирующему самоуправлению. Именно успешная система оплаты труда является основным стимулирующим фактором эффективной работы персонала, которая направлена на получение прибыли и выполнения задач организации. Финансовая мотивация находится на важном месте в жизни и работе каждой компании. Важным элементом мотивации персонала, является денежное вознаграждение за его труд[1,с.137].

Для каждого отдельного вида деятельности работы на предприятии существует определенный критерий оценивания трудовой деятельности для адекватной оценки результатов работы сотрудника. На некоторых фирмах эффективная трудовая деятельность определяется специально выбранной комиссией и оценивается в баллах. Определим расчеты этапы работы руководителя структурных подразделений таких предприятий:

- Выполнение плановых показателей государственного задания структурным подразделением;
- Освоение и внедрение инновационных методов работы, направленных на развитие структурных подразделений;
- Включение мероприятий структурного подразделения в федеральные и региональные долгосрочные целевые программы, свободные планы департамента культуры и туризма. Написание заявок на гранты и их получение. Участие структурного подразделения в социально значимых мероприятиях, ведение рубрик в социальных сетях;
- Повышение квалификации с получением соответствующих документов.

За выполнение всех пунктов назначается максимальное количество баллов, в данном случае 80.

Отметим, что когда назначаются стимулирующие выплаты необходимо иметь в виду, что это один из самых действенных и эффективных методов управления работой коллектива.

Все стимулирующие выплаты осуществляются в рамках выделенных финансово - бюджетных средств, которые направлены финансовым органом в стимулирующий фонд заработной платы. Материальное поощрение выплачивается в виде дополнительных денежных вознаграждений, которые зависят от определенных результатов труда сотрудника и его профессиональных достижений, а также, если работа, которую он

выполнил, отличается высоким качеством. Также стимулирующие выплаты определяются за стаж работы и в форме премий.[2]

Таким образом, все денежные выплаты являются стимулом, для более эффективной работы, как всего коллектива, так и отдельного сотрудника.

На наш взгляд, финансовое вознаграждение, всегда было и будет одной из самых сильных, влиятельных и действующей мотивацией к улучшению трудоспособности сотрудника. Для того чтобы сотрудники предприятия работали более эффективно, необходимо создавать благоприятные условия: возможно, усилить мотивацию, чтобы привлечь высококвалифицированных сотрудников и к повышению качества услуг, делая предоставляемую продукцию либо услугу организации более доступной.

Таким образом, применение разных методов и приемов стимулирования в совокупности дает возможность руководителю мотивировать и побуждать сотрудников к плодотворной трудовой деятельности. Что в свою очередь, и будет способствовать эффективному функционированию и развитию предприятия. На наш взгляд, стимулирование сотрудников организации в обеспечении высоких результатов труда является одной из ключевых задач, применяемых руководством организации в действующей системе управления персоналом.

#### **Список использованной литературы:**

1. Н. Б. Кузнецова, А. Ш. Галимова. Оценка трудового вклада и эффективности труда работников // Молодой ученый. — 2013. — № 1. 2. Ломов А. И. Эффективный контракт // Журнал для руководителей учебных заведений и органов образования. — 2014. № 2 С. 137

2. В.Н. Бондарева Влияние процесса коммуникаций на эффективность управления организацией. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.bestreferat.ru/referat-278388.html>

© Э.Б. Адельсеитова, А.В. Сильченко, 2016

**УДК 338.49**

**Э.Б.Адельсеитова**

К.э.н., доцент

ГБОУ ВО РК «КИПУ»

г. Симферополь, Российская Федерация

**А.А.Бекиров**

ГБОУ ВО РК «КИПУ»

г. Симферополь, Российская Федерация

### **ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Основным направлением производственно - сбытовой и финансово - экономической стратегий практически каждого предприятия является повышение конкурентоспособности с целью закрепления его лидирующих позиций на рынке для получения максимальной прибыли.

В процессе формирования внешних и внутренних конкурентных преимуществ организациям необходимо учитывать следующие аспекты:

1. Ориентация на потребителя, а также оперативное реагирование на изменение его потребностей.

2. Организация высококачественного торгового процесса, а также обслуживания, при котором будет обеспечено получение потребителем гарантийного и послегарантийного обслуживания.

3. Создание и оптимальное позиционирование на сегментированном потребительском рынке.

4. Осуществление непрерывных маркетинговых исследований потребительского рынка, позволяющих получить необходимые данные о потребителях, конкурентах, каналах сбыта продукции, изменений на рынке, которые порождены результатом действий государственного регулирования и другими факторами внешней среды.

5. Ориентация на долгосрочное обеспечение конкурентоспособности предприятия.

Сталкиваясь с внутренней и международной конкуренцией, по мнению французских экономистов Р. Урсе, А. Олливе и А. Дайана, применяемые стратегии должны повысить уровень конкурентоспособности по некоторым факторам:

- концепция товара и услуги, на которой собственно и базируется деятельность предприятия;

- цена конкретного товара с возможной наценкой;

- собственные и заемные финансы;

- торговля с точки зрения коммерческих средств деятельности и коммерческих методов;

- послепродажное обслуживание, которое в сила обеспечить предприятию

- постоянную клиентуру;

- внешняя торговля организации [1, с.198].

Вследствие решения определенных задач повышения конкурентоспособных преимуществ продукции с каждым годом проблема освоения и выбора новых рынков сбыта приобретает все более важное значение в деятельности каждого предприятия. Новые рынки сбыта коренным образом могут изменить конкурентоспособность и рентабельность сбытовой деятельности. Поэтому очень важно для дальнейшего успешного развития конкурентоспособности товара постараться выйти с ним на новый рынок сбыта, в том случае если на внутреннем рынке его конкурентоспособность снизилась. [1, с.54]

На предприятиях могут быть использованы следующие способы повышения конкурентоспособности:

- изменение структуры применяемых материалов, состава комплектующих изделий либо конструкции продукции;

- изменение порядка проектирования продукции;

- изменение технологии изготовления методов испытаний, продукции, системы контроля, качества, хранения, изготовления;

- изменение цен на услуги, по ремонту и обслуживанию, продукцию;

- изменение размера и структуры инвестиции в разработку, сбыт, производство продукции [2, с.120].



Таким образом, конкурентоспособность продукции - это многоаспектная комплексная характеристика, которая отражает возможность продукции соответствовать качеству и требованиям определенного рынка. Следует отметить, что чтобы повысить конкурентоспособность продукции необходимо вводить конкретные мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия, отрасли, страны.

#### **Список использованной литературы:**

1. Миронов, М. Г. Ваша конкурентоспособность / М.Г. Миронов - М.: Альфа - Пресс, 2012. - 210с.

2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Серия "Высшее образование" - М.: ИНФРА - М, 2013. - 312 с.

© Э.Б. Адельсеитова, А.А. Бекиров, 2016

**УДК 338.49**

**А.В.Акатьев**

студент направления подготовки «Прикладная информатика»

Набережночелнинского института КФУ,

г. Набережные Челны, Российская Федерация

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА «СБЫТ» С ПОМОЩЬЮ РЕИНЖИНИРИНГА БИЗНЕС - ПРОЦЕССОВ**

По определению основоположников реинжиниринга М. Хаммера и Д. Чампи реинжиниринг бизнес - процессов (РБП) (BPR – Business Process Reengineering) - это "фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес - процессов для достижения конкретных улучшений в основных показателях деятельности предприятия"[1, с. 6].

Целью РБП является системная реорганизация материальных, финансовых и информационных потоков, направленная на упрощение организационной структуры, перераспределение и минимизацию использования различных ресурсов, сокращение сроков реализации потребностей клиентов, повышение качества их обслуживания. Таким образом речь идет о формировании совершенно новых деловых целей с использованием последних достижений информационных технологий[2, с. 4].

Бизнес - процесс - совокупность действий (функций), осуществляемых в организации для преобразования входов (ресурсов) в выходы (продукты), имеющие ценность для участников (потребителей, инвесторов, персонала и т. д.).

Сбыт — поставка товаров с целью продажи, реализация компанией изготавливаемой (закупаемой) ими продукции [3, с. 48]. Сбыт - процесс выхода товара в сферу использования; реализация продукции; поставка с целью купли - продажи. Сбыт, в большей мере, логистическая операция, означающая поставку продукции покупателю напрямую, или через сбытовых посредников (поставщиков покупателя).

Сбыт предполагает выделение следующих подпроцессов и бизнес - задач:

1. Сбыт
  - 1.1. Оформление заказа
    - 1.1.1. Формирование счета на оплату
    - 1.1.2. Формирование справочника розничных товаров
    - 1.1.3. Формирование справочника оказания услуг
    - 1.1.4. Корректировка долга
    - 1.1.5. Корректировка реализации
    - 1.1.6. Формирование досье контрагента
    - 1.1.7. Установка цен номенклатуры
    - 1.1.8. Переоценка товаров в рознице
    - 1.1.9. Формирование справочника валют
    - 1.1.10. Формирование справочника комплектация номенклатуры
    - 1.1.11. Формирование справочника требование - накладных
    - 1.1.12. Формирование справочника реализации
  - 1.2. Оплата товаров
    - 1.2.1. Формирование справочника счёта - фактуры выданные
    - 1.2.2. Справочник акты сверки счетов
    - 1.2.3. Справочник акты инвентаризации расчётов
    - 1.2.4. Формирование отчёта книги продаж
    - 1.2.5. Формирование отчёта журнала счетов - фактур
    - 1.2.6. Формирование реестра счетов - фактур выданных
    - 1.2.7. Формирование товарный счет (ТОРГ - 29)
  - 1.3. Оформление отгрузки
    - 1.3.1. Реализации отгруженных товаров
    - 1.3.2. Формирование справочника полезная информация
  - 1.4. Отгрузка
    - 1.4.1. Списание товаров
    - 1.4.2. Возврат от покупателей
  - 1.5. Анализ эффективности
    - 1.5.1. Формирование учёта розничной продажи алкогольной продукции
    - 1.5.2. Дополнительная обработка
    - 1.5.3. Формирование отчёт комиссионеров о продажах
    - 1.5.4. Формирование отчёт книг продаж
    - 1.5.5. Формирование справочника реализации
    - 1.5.6. Формирование справочника комплектации номенклатуры

В заключении хотелось бы сказать, что реинжиниринг бизнес процессов с одной стороны реализует все основные возможности предыдущих подходов, а с другой – обеспечивает кардинальное повышение эффективности деятельности предприятия за счет пересмотра характера взаимодействия подразделениями. Таким образом, можно сказать, что реинжиниринг предусматривает новый способ мышления – взгляд на построение компании как инженерную деятельность.

### **Список использованной литературы:**

1. Филип Котлер, Роланд Бергер, Нильс Бикхофф. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемные методы = The Quintessence of Strategic Management: What You Really Need to Know to Survive in Business. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 144 с.

2. Уткин Э.А., «Бизнес - реинжиниринг. Обновление бизнеса», ЭКМОС, М - 1998;

3. Ишмурадова И.И., Ишмурадова А.М. Инфраструктура информационной системы как важный элемент управления промышленным предприятием в инновационной экономике // Приоритетные направления развития и экономическая безопасность Российской Федерации. Сборник статей II Международной научно - практической конференции. — 2015. — Том. Выпуск II — С.47 - 52.

© Акатьев А.В., 2016

**УДК. 631.164.6.003.8**

**Т.А.Акобян**

Магистрант 2 - го года обучения

Кафедра экономики АПК

Институт экономики и управления (структурное подразделение)

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского

г. Симферополь, Российская Федерация

### **МЕТОДОЛОГИЯ ДОХОДНОГО ПОДХОДА К ОЦЕНКЕ СТОИМОСТИ АГРОБИЗНЕСА: ВЫБОР МЕТОДА ОЦЕНКИ**

На данном этапе развития экономики России, инвестиции в агробизнес становятся реальным инструментом получения прибыли и устойчивого развития. Для принятия эффективных управленческих решений собственникам и руководству предприятия часто требуется информация о стоимости агробизнеса. В проведении оценочных работ заинтересованы и другие стороны: государственные структуры (контрольно - ревизионные и другие органы), кредитные организации, страховые компании, поставщики, инвесторы и акционеры.

Результаты оценки агробизнеса, получаемые на основе анализа внешней и внутренней информации, необходимы не только для проведения переговоров о купле - продаже, они играют существенную роль при выборе стратегии развития предприятия: в процессе стратегического планирования важно оценить будущие доходы предприятия, степень его устойчивости и ценность имиджа; для принятия обоснованных управленческих решений необходима инфляционная корректировка данных финансовой отчетности, являющейся базой для принятия финансовых решений; для обоснования инвестиционных проектов по приобретению и развитию бизнеса нужно иметь сведения о стоимости всего предприятия или части его активов.

Точка зрения, в соответствии с которой даже при единстве методологии оценка бизнеса может иметь свои особенности в зависимости от отраслевой принадлежности, достаточно распространена [3, С. 203]. Это в значительной степени касается сферы аграрного

производства, специфика которого связана с влиянием природных условий, социально - экономической ситуацией. В связи с этим оценка агробизнеса осуществляют с позиций трех подходов: доходного, затратного и сравнительного. При определении итогового значения рыночной стоимости действующего предприятия (бизнеса) результат доходного подхода к оценке, как правило, имеет наибольшую значимость (удельный вес), что обусловлено объективными причинами:

— затратный подход дает достоверные результаты, когда речь идет об оценке достаточно нового бизнеса, значимость нематериальных активов для которого невелика либо эти нематериальные активы поддаются достоверной оценке;

— сравнительный подход также далеко не всегда позволяет провести достоверную оценку, поскольку требует наличия активного рынка для отбора необходимого числа сопоставимых сделок и характеризуется вероятностью недостатка свободной информации по сделкам.

Анализируя эти особенности деятельности предприятий АПК, следует отметить, что предпочтительным является использование доходного подхода к оценке агробизнеса. В основу доходного подхода положены принципы замещения и ожидания, которые реализованы в совокупности методов оценки стоимости, основанных на определении ожидаемых доходов от использования объекта оценки [2, С 10]. Вследствие этого данный подход применим для оценки подавляющего большинства действующих предприятий и при этом в наибольшей степени учитывает специфику оцениваемого бизнеса в части его возможностей приносить доход в будущем. Именно этим и обусловлена популярность и широкая применимость доходного подхода для целей оценки агробизнеса.

Методы доходного подхода к оценке бизнеса основаны на определении текущей стоимости будущих доходов. Основные методы это:

- метод капитализации чистой прибыли;
- метод дисконтирования денежных потоков.

Перед оценщиком зачастую остро стоит вопрос выбора конкретного метода оценки в рамках применения одного из подходов к оценке, в данном случае – при использовании доходного подхода. Факторы, которые необходимо принимать во внимание оценщику при принятии решения об использовании или отказе от использования методов доходного подхода и которые обеспечивают возможность реализации алгоритмов, соответствующих этим методам, представлены в таблице.

*Таблица*

**Условия применимости методов доходного подхода  
к оценке стоимости агробизнеса**

Метод доходного подхода	Условия применимости метода доходного подхода
Метод капитализации чистой прибыли	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Оценщик считает, что прибыль – лучший индикатор стоимости, нежели денежный поток.</li> <li>2. Способность компании получать прибыль существенно повышает стоимость компании (явно выраженный прибылеприносящий потенциал).</li> <li>3. В распоряжении оценщика достаточно достоверных данных, для того чтобы оценить ожидаемый поток</li> </ol>

	<p>чистой прибыли.</p> <p>4. Ожидается, что прибыль в будущем будет приблизительно равна текущему уровню прибыли (стабильность уровня прибыли).</p> <p>5. Прибыль оцениваемой компании – значительная и положительная величина.</p> <p>6. Ожидаемые темпы роста умеренные и предсказуемые (существует возможность применения формулы Гордона).</p> <p>7. Стоимость компании существенно увеличивается за счет наличия квалифицированного труда и нематериальных активов.</p>
<p>Метод дисконтирования денежных потоков</p>	<p>1. Доходный потенциал компании существенно повышает ее стоимость.</p> <p>2. Ожидается, что денежные потоки в будущем будут существенно отличаться от их текущего уровня (нестабильность денежных потоков).</p> <p>3. Будущие денежные потоки компании можно более или менее обоснованно оценить.</p> <p>4. Ожидается, что денежные потоки компании в течение всего прогнозного периода будут значительными и положительными.</p> <p>5. Ожидается, что чистый денежный поток последнего года прогнозного периода будет значительным и положительным (существует возможность расчета остаточной стоимости).</p> <p>6. Компания недавно образована, представляет собой новое предприятие (нет ретроспективной информации).</p> <p>7. Компания является объектом для приобретения.</p>

Проводя выбор необходимых методов для оценки стоимости компании, необходимо представлять особенности, которые несет в себе каждый метод. Понимание этих особенностей и умение их использовать поможет оценщику быть более объективным и укрепит доверие как к нему лично, так и к профессиональной оценке в целом.

#### **Список использованной литературы:**

1. Приказ Минэкономразвития России от 20 июля 2007 г. № 256 «Об утверждении федерального стандарта оценки «Общие понятия оценки, подходы к оценке и требования к проведению оценки (ФСО №1)».
2. Булычева, Г.В. Практические аспекты применения доходного подхода к оценке российских предприятий: учебное пособие / Г.В. Булычева. – М.: Институт профессиональной оценки, 2010. – 169 с.

3. Касьяненко, Т.Г. Оценка стоимости бизнеса: учебник для академического бакалавриата / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 412 с.

© Т.А.Акобян, 2016

**УДК 330.322.2**

профессор, д.э.н. **С.Н.Яшин**  
заведующий кафедрой менеджмента и государственного управления  
Института экономики и предпринимательства  
ННГУ им. Н.И. Лобачевского  
г. Нижний Новгород, Российская Федерация

**А.Э.Амбарцумян**  
аспирант кафедры менеджмента и государственного управления  
Института экономики и предпринимательства  
ННГУ им. Н.И. Лобачевского  
г. Нижний Новгород, Российская Федерация

**Е.Н.Кулыгина**  
аспирант кафедры менеджмента и государственного управления  
Института экономики и предпринимательства  
ННГУ им. Н.И. Лобачевского  
г. Нижний Новгород, Российская Федерация

## **МЕХАНИЗМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Инновационная деятельность, так или иначе, на современном этапе должна быть присуща почти каждому производственному предприятию. Рано или поздно любое предприятие будет сталкиваться с проблемой морального устаревания технологий и продуктов и даже если оно не является лидером на рынке инноваций, будет вынуждено осуществлять обновление данных фондов.

Не только количественных, но и качественных преобразований требуют рыночные условия развития экономики в настоящее время. Эти преобразования можно осуществить, используя самую передовую технику, технологию, непрерывно развивая научно - исследовательскую базу.

Успех любой фирмы определяется не столько масштабами производства, сколько способностью к обновлению номенклатуры изделий в соответствии с состоянием рынка и поведением конкурентов. Для того, что бы завоевать занять свою нишу на рынке и завоевать своего покупателя фирмам необходимо предлагать новые или усовершенствованные качественные продукты.

Инновационная деятельность - деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции (товаров, услуг), совершенствования технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутреннем и зарубежных рынках. Инновационная деятельность, связанная с капитальными вложениями в инновации, называется инновационно - инвестиционной деятельностью.

Инновационная деятельность предполагает целый комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, которые в своей совокупности приводят к инновациям.

Организация инновационной деятельности направлена на упорядочение процессов генерации новых идей, поиска и разработки технических решений, создание новаций, а также их внедрение.

Механизм организации инновационной деятельности на предприятии ориентирован на формирование и реорганизацию структур, осуществляющих инновационные процессы. Такая работа может проходить в различных формах, основными из которых являются создание, поглощение, рыночная инновационная интеграция, выделение.

Создание - это формирование новых предприятий, структурных подразделений или единиц, призванных осуществлять инновационную деятельность. Наиболее существенными элементами новых организационных форм являются матричные структуры, научно - технические подразделения, научно - технические организации, осуществляющие деятельность по рыночным принципам.

Матричные структуры представляют такие организационные формирования, которые создаются временно - на срок разработки и внедрения новшеств, включают специалистов различного профиля, административно подчиняющихся руководителям соответствующих постоянных подразделений, но временно направленных на работу во временную внедренческую структуру для проведения работ по определенной специализации. Такие временные подразделения позволяют объединить различных специалистов на срок разработки и внедрения нововведения.

Научно - технические подразделения создаются на постоянной основе, они не имеют хозяйственной самостоятельности, и их деятельность осуществляется за счет бюджета компании в целом.

Самостоятельные научно - технические организации, напротив, имеют собственный бюджет, они продают свои разработки производственным подразделениям компании. Это повышает ответственность за результаты деятельности, их соответствие целям компании и требованиям рынка.

Организации, осуществляющие деятельность по рыночным принципам занимаются, как правило, непосредственным внедрением нововведений, ориентированным на новую рыночную нишу.

В ряде случаев весьма эффективным организационным механизмом может быть поглощение крупной компанией небольших инновационных фирм, деятельность которых входит в круг интересов этой компании. Данный механизм предполагает осуществление больших единовременных затрат, но приводит к значительному сокращению сроков выхода с новым продуктом на рынок.

Механизмом, дополняющим поглощение, является установление тесных связей между крупной компанией и малыми инновационными фирмами, которые основаны на долгосрочных договорных отношениях и совокупность которых называют рыночной инновационной интеграцией. В этом случае инновационные фирмы сохраняют свою самостоятельность, но попадают в сферу рыночных производственных связей крупной компании.

Сочетание процессов поглощения и рыночной инновационной интеграции дает основание предложить использование так называемой всеерной организации инновационного процесса. Ее смысл заключается в создании инновационного окружения производственной компании, состоящего из фирм, в отношении которых совершено поглощение, а также рыночно - интегрированных фирм.

Выделение - организационный механизм, предполагающий создание самостоятельных инновационных компаний, ранее бывших частью целостных производственных образований.

Такие действия целесообразно осуществлять, когда образуется новое направление деятельности, не связанное с основной специализацией компании, отвлекающее на себя ее ресурсы.

Осуществление инновационной, как и любой другой, деятельности всегда связано с различными внутренними и внешними затратами. Поэтому для выбора того или иного механизма организации инновационной деятельности на предприятии, необходимо оценить эффективность затрат на нее.

#### **Список использованной литературы:**

1. Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика: Изд - во. Академия Естествознания", 2011г.
2. Астапов К.Л. Законодательные основы государственного регулирования инновационной деятельности // Законодательство и экономика. 2012. № 1.
3. Индикаторы инновационной деятельности: 2009. Статистический сборник. М.: ГУ–ВШЭ, 2009.
4. Яшин С.Н. Многокритериальная оценка экономической эффективности инновационных проектов / Яшин С.Н., Боронин О.С. // Экономические науки, 2010, №22. с.253 - 256
5. Яшин С.Н., Солдатова Ю.С. Формирование интегральной оценки инновационного развития предприятий // Финансы и кредит. - М.: ООО "Издательский дом "Финансы и кредит", 2013, №40 (568), с.34 - 39.

© С. Н. Яшин, А.Э. Амбарцумян 2016

**УДК 330**

**Е.К.Пиливанова**

к.э.н., доцент кафедры Коммерции и логистики  
ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)», г. Ростов - на - Дону, РФ

**Е.Ю.Андреева**

ассистент кафедры Коммерции и логистики  
ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)», г. Ростов - на - Дону, РФ

e - mail: [katrin8906@mail.ru](mailto:katrin8906@mail.ru)

### **ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ РОСТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Анализируя тенденции развития, как региональной экономики, так и экономики страны в целом, видно, что сегодня весьма актуализированы проблемы, связанные с протеканием логистических потоков внутри потребительского рынка. Именно потребительский рынок является основным интегратором терминально - складских комплексов и торговой и транспортной инфраструктур.

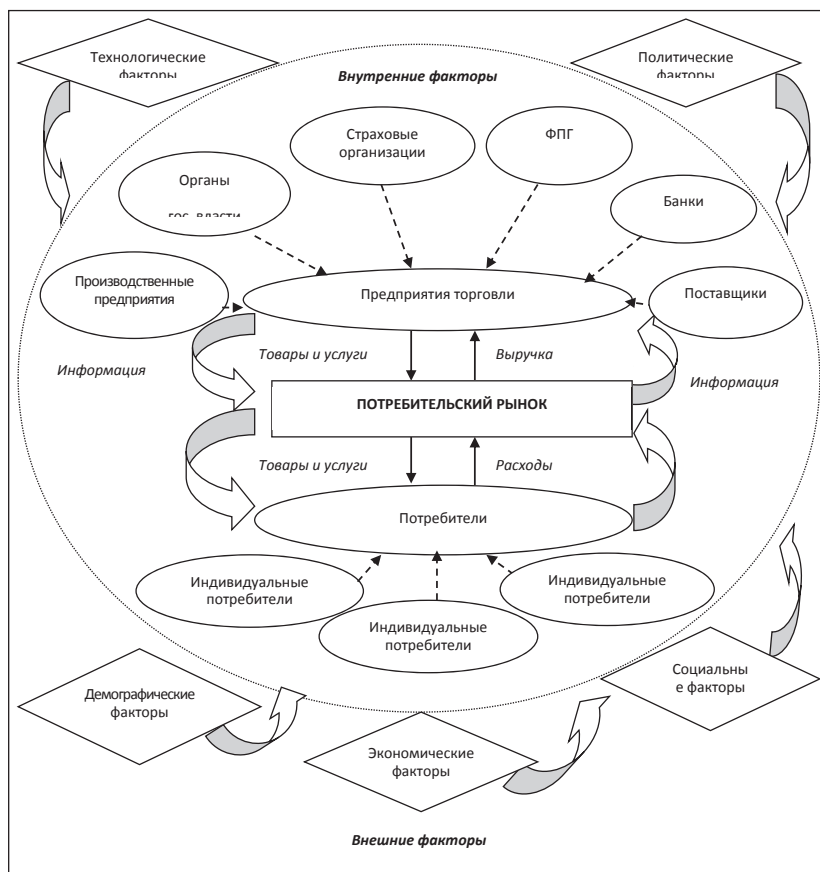
«Основной социальной целью развития потребительского рынка является предоставление потребителям широкого ассортимента качественных и доступных товаров и услуг. Сбалансированность потребительского рынка по ценам, товаропотокам и качеству



– не только необходимая составляющая эффективно работающей экономики, но и основа оценки качества жизни населения» [4, с.56].

«В настоящее время потребительский рынок представлен широким спектром элементов, обеспечивающих формирование целостной инфраструктуры потребительского рынка, включающего в себя такие отрасли, как сфера общественного питания, рынок оптовой и розничной торговли, рынок бытовых услуг и т. д. Взаимодействуя и интегрируясь в логистическую систему, эти сегменты рынка обеспечивают население полным спектром логистических операций и сервисом. В связи с этим на региональных и отечественных рынках появляются новые формы и методы хозяйствования, например электронная коммерция, получившая широкое распространение.

Помимо основных факторов, оказывающих влияние на функционирование и развитие потребительского рынка, существует ряд сдерживающих факторов. Данная структура потребительского рынка представлена на рисунке 1 [1, с.32 - 33].



**Рисунок 1 – Структура внешних и внутренних рыночных факторов потребительского рынка [2, с.16]**

«Из рисунка 1 видно, что потребительский рынок представляет собой сложноорганизованный механизм хозяйствования, где осуществление какой - либо экономической хозяйственной ситуации полностью взаимосвязано и образует единую экономическую и логистическую систему. При этом основное воздействие на потребительский рынок оказывают внешние факторы: демографические, социальные, технологические, политические. Данный факт в первую очередь связан с тем, что спрос на потребительском рынке зависит главным образом от покупательской способности потребителя.

Однако следует отметить, что классификационную базу также составляют такие группы товарных рынков, как государственные, частные, рынки продовольственных и непродовольственных товаров, а также мировые, межгосударственные, национальные, региональные и местные рынки. Таким образом, согласно представленной классификации, рынок на любом этапе развития приносит определенные экономические результаты.

1. Розничная и оптовая торговля является одной из основных структур, формирующих региональный бюджет.

2. Предоставляя весь спектр услуг, формирует интеграционные процессы, направленные не только на удовлетворение потребностей населения, но и на повышение качества сервисных услуг и конкурентоспособности отраслей хозяйствования.

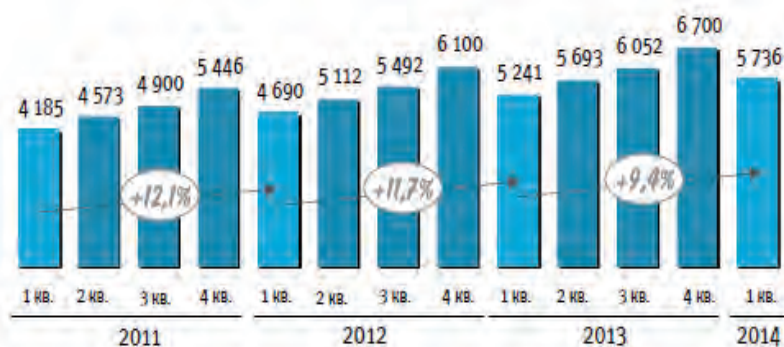
3. Расширение территориального взаимодействия и захват новых рынков, выход на мировые рынки.

4. Увеличение доли потребительского рынка, стимулирование развития и строительства современных терминально - складских комплексов, обеспечивающих бесперебойное функционирование рынка.

5. Выход на рынок крупных отечественных и мировых игроков.

6. За счет высокой конкуренции происходит регулирование ценовой политики» [1, с.37 - 38].

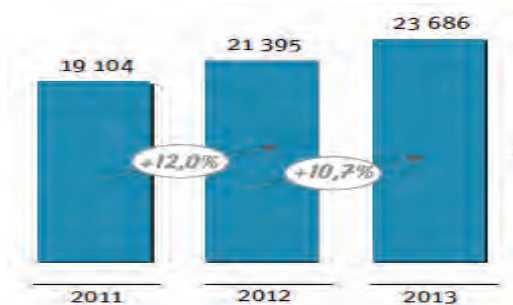
Темп роста российского ритейла по итогам 2013 года замедлился на фоне замедления всей экономики: среднегодовой рост за 2011–2013 годы составил 11,3 % [3]. Динамика представлена на рисунке 2.



**Рисунок 2 – Оборот розничной торговли России по кварталам в период 2011–2014 гг., млрд руб.**

Очевидно снижение темпов роста и по итогам 1 квартала 2014 года: с 11,7 % в 2013 году до 9,4 % в 2014 году [3].

Также отметим, что среднегодовые объемы роста розничной торговли в период 2011–2013 годов также уменьшились в 2013 году, на 10,7 % , по сравнению с аналогичным периодом в 2012 году, где данный показатель составлял 12,0 % (рисунок 3) [6].



**Рисунок 3 – Среднегодовые темпы роста объема розничной торговли в период 2011–2013 гг., млрд руб. [6]**

«В июне 2014 года розничные торговые сети формировали в среднем по России 22,3 % общего объема оборота розничной торговли (в июне 2013 г. – 21,4 % ). В обороте розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями удельный вес оборота торговых сетей составил 27,6 % (в июне 2013 г. – 25,0 % )» [5].

«Основные сдерживающие факторы стабильного функционирования потребительского рынка, как на региональном, так и на федеральном уровне сводятся к: неразвитой инфраструктуре, несвоевременной нормативно - правовой базе регулирования потребительского рынка и развития товарных рынков. Анализируя данную проблему на уровне страны, можно отметить, что происходит дисбаланс, который способствует скачкообразным процессам.

Таким образом, потребительский рынок – один из наиболее эффективно и стабильно функционирующих в мировом хозяйстве. Однако для того чтобы тенденция сохранялась на прежнем уровне, необходимо постоянно обеспечивать бесперебойное функционирование данной отрасли, а также интегрировать ее со связующими и взаимодополняемыми сферами» [1, с.45 - 47].

#### **Список использованной литературы:**

1. Андреева Е.Ю. Интеграционное развитие терминально - складской инфраструктуры потребительского рынка региона (на примере Ростовской области): дисс. канд. эконом. наук / Е.Ю. Андреева. – Ростов н / Д, 2015. – 158с.
2. Андреева Е.Ю. Интеграционное развитие терминально - складской инфраструктуры потребительского рынка региона (на примере Ростовской области): автореферат канд. эконом. наук / Е.Ю. Андреева. – Ростов н / Д, 2015. – 31с.
3. Анализ Центра стратегических исследований Enter по данным Росстата.

4. Потребительский рынок города: состояние и перспективы : моногр. / под рук. Т. В. Усковой. Вологда : ИСЭРТ РАН, 2012. 111 с.

5. Розничная торговля и услуги населению. URL : [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail).

6. GVA Sawyer «Краткий обзор рынка торговой недвижимости в «городах - миллионниках» РФ», март 2013 г.

© Е.К. Пиливанова, Е.Ю. Андреева, 2016

**УДК 336.227.1**

**Баярсайхан Анужин  
Эрдэнэбат Буртулжин**

студенты 3 курса, очной формы обучения, направление «Экономика»  
РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Москва, РФ

## **ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ КОМПАНИЙ В РОССИИ**

В налоговом законодательстве под иностранными организациями понимаются юридические лица, созданные в соответствии с законодательством иностранных государств, международные организации, их филиалы и представительства, созданные на территории Российской Федерации. Деятельность филиала иностранной организации подпадает под признаки постоянного представительства, поскольку связана с ведением на территории РФ регулярной предпринимательской деятельности. С практической точки зрения это означает, что к деятельности филиала иностранной организации будут применяться правила налогообложения, предусмотренные налоговым законодательством РФ в отношении постоянного представительства иностранной организации [1, с. 72]. В свою очередь деятельность представительства иностранной организации также может быть квалифицирована в целях налогообложения в качестве приводящей к образованию постоянного представительства, в том случае если иностранная организация будет вести предпринимательскую деятельность через это отделение.

В частности, положением «Об особенностях учета в налоговых органах иностранных организаций» предусмотрена необходимость постановки на налоговый учет иностранной организации, ведущей деятельность в РФ через любые «отделения», под которыми понимаются, в том числе, филиалы, представительства и другие обособленные подразделения. При этом установлена обязанность иностранной организации каждый раз становиться на учет, если она будет вести деятельность на территориях, подконтрольных различным налоговым органам, ведущим учет иностранных организаций, в каждом из которых она обязана встать на учет. В частности, действующий закон «Об иностранных инвестициях в РФ» осуществляет государственный контроль за созданием, деятельностью и ликвидацией филиала иностранного юридического лица посредством его аккредитации в порядке, определяемом Правительством РФ. Функции аккредитации обособленных подразделений иностранных юридических лиц, а также ведение реестра

обособленных подразделений иностранных юридических лиц выполняют аккредитующие органы, в том числе Государственная регистрационная палата при Минюсте России, Торгово - промышленная палата и др.

В законе об иностранных инвестициях указано, что филиал иностранного юридического лица имеет право вести предпринимательскую деятельность на территории РФ только со дня его аккредитации. Таким образом, эта норма может быть интерпретирована как запрещающая подразделению иностранной компании заниматься в России предпринимательской деятельностью без аккредитации. Однако при неполучении аккредитации могут наступать неблагоприятные последствия в виде невозможности привлекать иностранную рабочую силу. Кроме того, налоговым законодательством предусмотрена ответственность за неуплату не только налога, но и сбора. За аккредитацию филиалов иностранных организаций, создаваемых на территории РФ, взимается государственная пошлина в размере 60 тыс. руб. за каждый филиал. Таким образом, налоговый орган может посчитать, что иностранная компания уклонилась от уплаты этого сбора и взыскать его в беспорном порядке [2, с. 12]. Какой - либо иной ответственности за неполучение аккредитации подразделениями иностранной компании на территории РФ законодательство не содержит.

Иностранные организации, ведущие свою деятельность в РФ через постоянные представительства и получающие доходы от источников в РФ, признаются налогоплательщиками налога на прибыль [7, с. 251]. Однако НК РФ по - разному определяет порядок исчисления налога на прибыль для иностранных организаций, ведущих деятельность через постоянное представительство, и для иностранных организаций, деятельность которых на территории РФ не приводит к образованию постоянного представительства.

Под постоянным представительством иностранной организации для целей налогообложения в РФ понимается любое обособленное подразделение или иное место деятельности иностранной организации, через которое организация регулярно ведет предпринимательскую деятельность на территории РФ, если такая деятельность не относится к подготовительной или вспомогательной в пользу самой же иностранной организации. Таким образом, поскольку Компания для целей налогообложения ведет деятельность на территории РФ через постоянное представительство, то налог на прибыль Компания должна уплачивать самостоятельно. Поскольку деятельность каждого филиала Компании на территории РФ приводит к образованию постоянного представительства иностранной организации для целей налогообложения в РФ. Консолидация расчетов налоговой базы и суммы налога по разным отделениям иностранной организации не допускается.

Объектом налогообложения для иностранных организаций, ведущих деятельность в РФ через постоянное представительство, признается доход, полученный иностранной организацией в результате осуществления деятельности на территории РФ через ее постоянное представительство, уменьшенный на величину произведенных этим постоянным представительством расходов. Следовательно, налоговая база налога на прибыль иностранной организации от деятельности в РФ через постоянное представительство определяется как разница между всеми относящимися к постоянному

представительству, в данном случае филиалу, доходами и всеми произведенными этим филиалом расходами.

В свою очередь плательщиками налога на имущество организаций признаются, в том числе, иностранные организации, ведущие деятельность через постоянные представительства и имеющие в собственности недвижимость в РФ, на континентальном шельфе РФ и в исключительной экономической зоне РФ. При этом для целей налога на имущество иностранная организация признается приводящей к образованию постоянного представительства в РФ, т. е. по тем же признакам, что и для целей налога на прибыль [5, с. 21]. Поскольку в рассматриваемом случае филиал признается приводящим к образованию постоянного представительства иностранной компании, то он обязан исчислять и уплачивать налог на имущество при наличии объектов налогообложения, а также подавать налоговые декларации и авансовые расчеты по налогу. При этом объектом налогообложения для иностранных организаций, ведущих деятельность в РФ через постоянные представительства, признается движимое и недвижимое имущество, относящееся к объектам основных средств. Филиалы и представительство иностранных организаций, находящиеся на территории РФ, в целом вправе вести бухгалтерский учет исходя из правил, установленных в стране нахождения иностранной организации [9, с. 43]. Однако для целей исчисления налога на имущество организаций филиалы иностранных организаций обязаны вести учет объектов налогообложения в соответствии с установленным в РФ порядком ведения бухгалтерского учета.

В том случае, если организация владеет на праве собственности какими-либо объектами недвижимости на территории РФ, но эти объекты не переданы на баланс филиалу, а учитываются на балансе головной компании то такое недвижимое имущество также подпадает под объект обложения налогом на имущество. Однако в таком случае филиал не будет признаваться плательщиком налога в отношении этого имущества. Налогоплательщиком в этом случае будет головная компания. Налоговой базой такого имущества будет признаваться инвентаризационная стоимость по данным органов технической инвентаризации.

Необходимо отметить, что Государственной думой внесен новый законопроект, по которому с 2016 года предлагается установить особый порядок налогообложения иностранных фирм, которые предоставляют российским потребителям через интернет платный доступ к своему контенту. Речь идет о платном доступе к базам данных, программному обеспечению, играм, музыкальным произведениям, книгам, видеопродукции и т. п. Предполагается, что иностранные организации будут уплачивать НДС и представлять декларацию ежеквартально не позднее 25 - го числа месяца, следующего за истекшим кварталом [13, с. 95]. При этом в НК РФ также предлагается внести особенности постановки на учет в налоговом органе иностранных компаний, реализующих электронные услуги, а также установить особенности проведения камеральной налоговой проверки в отношении таких фирм.

В качестве компенсационной меры для российских организаций, осуществляющих продажу контента через интернет, предлагается предусмотреть право принимать к вычету суммы НДС при оказании электронных услуг, местом реализации которых не признается территория Российской Федерации.

### Список использованной литературы:

1. KosoV M.E., Akhmadeev R.G. Foreign experience of tax stimulation of innovative activity // В сборнике: The Ninth International Conference on Economic Sciences Proceedings of the Conference. «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH. Vienna. 2015. P. 67 - 73
2. Ахмадеев Р.Г. Налоговый обмен информацией в рамках деофшоризации экономики // Теоретические и прикладные аспекты современной науки. 2015. № 8 - 7. С. 11 - 15
3. Ахмадеев Р.Г. Пошлина: акцент на гармонизацию // Основные направления экономического, правового и социально - культурного развития в современной России: материалы 9 - й междунар. научно - практической конф.: в 2 частях / отв. ред. А.А. Власов. Москва: Изд - во РУДН. 2013. С. 7 - 12
4. Ахмадеев Р.Г. Налоговые льготы для малых инновационных предприятий в России // Международная торговля и торговая политика. № 7 - 8 (87). 2014. С. 67 - 76
5. Ахмадеев Р.Г., Косов М.Е. Справедливый принцип прогрессивной шкалы по налогу на доходы // Финансы и кредит. 2015. № 43 (667). С. 15 - 25
6. Ахмадеев Р.Г., Росса А.А. Опыт реформирования налогообложения недвижимости в Китае // РОССИЯ И КИТАЙ: история и перспективы сотрудничества: материалы IV междунар. научно - практической конф. / отв. ред.: Д.В. Буяров, Д.В. Кузнецов. Благовещенск: Изд - во БГПУ (Благовещенск). 2014. С. 143 - 146
7. Быканова О.А., Филиппова Н.В. Экономическое мышление и финансовая грамотность как составные элементы профильной направленности школьной математики для абитуриентов и учащихся на летней практике в экономическом вузе // Проблемы и перспективы развития образования: материалы VI междунар. науч. конф. (г. Пермь, апрель 2015 г.). Пермь: Меркурий, 2015, С. 249 - 251
8. Быканова О.А. Филиппова Н.В. Непрерывность математического образования в экономическом вузе, как составная часть подготовки высококвалифицированных экономистов в реалиях современного мира // Молодой ученый. 2015. № 10. С. 1104 - 1105
9. Горина Г.А., Ахмадеев Р.Г. Страховые взносы совершенствуются, но проблемы остаются // Вестник Российского государственного торгово - экономического университета (РГТЭУ). Москва. №5. 2011. С. 41 - 48
10. Косов М.Е. Проблемы развития системы налогового контроля и пути их решения // Вестник Российского государственного торгово - экономического университета. №11 (48). Москва. 2010. С. 47 - 53
11. Косов М.Е. Развитие теории формирования реального валютного курса // Актуальные проблемы современной науки. №3 (42). Москва. 2008. С. 39 - 43
12. Косов М.Е. Роль дисфункции государства в формировании негативной динамики экономических отношений // Центр инновационных технологий и социальной экспертизы: электронный научный журнал. №1 (1). Москва. 2015. С. 12
13. Косов М.Е. Сходство и различия в административных реформах Запада и России // Вестник Московского университета МВД России. №11. Москва. 2009. С. 94 - 98
14. Косов М.Е., Ахмадеев Р.Г. Расходы на научные исследования: налоговые послабления // Вестник Московского университета МВД России. №2. 2015. С. 224 - 229

15. Косов М.Е., Ягудина Э.В. Реформирование налога на прибыль - шаг навстречу развитию малого инновационного бизнеса // Финансы и кредит. №47 (527). Москва. С. 57 - 62

© А. Баярсайхан, Б. Эрдэнэбат 2016

**УДК 331**

**Д.Г. Асадуллин**

студент 1 курса экономического факультета

Набережночелнинского института (филиала) Казанского Федерального университета

**Научный руководитель: С.В. Коваленко**

к.э.н., доцент кафедры «Экономика предприятий»

Набережночелнинского института (филиала) Казанского Федерального университета

Г. Набережные Челны, Российская Федерация

## **ПРОБЛЕМА ЗАНЯТОСТИ ВЫПУСКНИКОВ С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ**

Аннотация

В статье описываются проблемы, с которыми сталкиваются выпускники высших учебных заведений при трудоустройстве. Предложены методы решения данных проблем.

Ключевые слова

Выпускники, трудоустройство, вуз, безработица, профессия.

Проблема трудоустройства молодёжи особенно актуальна, так как молодежь составляет 1 / 3 трудоспособного населения России, и именно в её руках будущее страны.

Сегодня студент, завершивший обучение в вузе, получивший степень бакалавра или магистра, полагает, что перед ним открыты двери любой организации, у него есть множество возможностей проявить себя в профессии, на которую он так долго и старательно учился. Но зачастую, ожидания таких людей не оправдываются.

В XXI веке практически каждый работодатель требует у соискателя наличие высшего образования, однако оно не гарантирует трудоустройства. Согласно исследованию Федеральной Службы Государственной Статистики в сентябре 2015 года, молодежь до 25 лет среди безработных составляет 25,6 % . Высокий уровень безработицы отмечался в возрастной группе 15 - 19 лет (30,1 % ) и 20 - 24 лет (14,3 % ) [1].

Одной из причин, по которой растёт уровень безработицы среди людей с высшим образованием, является слишком большое количество вузов в стране. Из них впоследствии выпускается огромное количество людей, нуждающихся в работе. Предложение рабочей силы растёт не пропорционально изменению спроса на неё. Это ситуация приводит к излишку рабочей силы на рынке. Возникает жёсткая конкуренция за вакантное место. Согласно индексу hh, показывающему дефицитность специалистов, в апреле 2014 года в Москве на такую профессиональную сферу как государственное управление на одну вакансию приходилось около 10 резюме. А на одну вакансию юриста претендовало примерно 4 человека [2].



Другой причиной является то, что образование в основном зафиксировано на теории. Вузам стоит уделять больше внимания на возможности практического применения полученных студентами знаний как в жизни, так и в работе. Теория и практика — неразделимые понятия. Ведь как сказал Александр Суворов: «Теория без практики мертва, практика без теории слепа». Тот факт, что студенты не получают навыков, необходимых им в дальнейшей деятельности, приводит к тому, что работодатели неохотно берут к себе на работу людей без опыта. Отсюда возникает логичный вопрос: «Как же можно получить опыт, если не берут на работу из-за отсутствия этого самого опыта?».

Также существенное влияние на спрос на рабочую силу оказывает экономическая ситуация в стране. Экономический кризис вынуждает организации, борющиеся за выживание, сокращать расходы. В первую очередь экономия будет осуществляться за счёт сокращения штата сотрудников. А брать новых им и вовсе не выгодно.

Немаловажную роль играет осведомлённость абитуриентов о востребованности специальностей на рынке труда и осознанность их выбора. От этого выбора зависит их успешность в будущей карьере. Помочь в самоопределении может система профориентации, которая, к сожалению, не развита в России. Многие поступающие в вуз, не имеют представления о том, что из себя представляет выбранная ими специальность. Они имеют лишь общие понятия о профессиях, и выбирают специальность лишь за её престижность. «Престиж профессии — это коллективная оценка значимости, привлекательности определённого рода занятий. Престиж — это уважение статуса, сложившееся в общественном мнении» [3, с. 123]. Это может привести к тому, что студент поздно поймет ненужность и безынтересность профессии, на которую он обучается. Такой человек, скорее всего, не будет работать по специальности. По данным Росстата в 2013 году 30.64 % людей, получивших высшее образование, работают не по специальности. Примерно 1 / 3 выпускников направления: «Экономика и Управление» также работает не по специальности. А в здравоохранении данный показатель наименьший, он составляет 5 % [4, с. 30].

Совсем непросто приходится жителям моногородов. «Под моногородом понимается муниципальное образование, в развитии которого определяющую роль играют предприятия градообразующего комплекса. Градообразующее предприятие в преобладающей мере обеспечивает условия жизнедеятельности в населённом пункте» [5, с. 2994]. Зависимость города от такого предприятия может привести к негативным последствиям. Например, градообразующим предприятием города Набережные Челны является ПАО «КАМАЗ». Хотя в городе и не наблюдается высокий уровень безработицы, существует другая проблема — скрытая безработица. Несмотря на то, что рабочие не остаются совсем без работы, у них уменьшается заработная плата из-за сокращения рабочих дней.

Учитывая вышеизложенное, предлагается следующее:

В первую очередь нужно ввести в вузах квоту на приём абитуриентов. Должно осуществляться примерное равенство между потребностями рынка труда в специалистах той или иной отрасли и количеством выпускников.

Необходима активная профориентационная работа с детьми подросткового возраста. Она поможет в определении профессии исходя не только из желаний, но и из способностей человека. Например, в Японии профориентация начинается уже с седьмого класса. Каждый

учащийся должен опробовать себя в различных профессиях. В зависимости от проявленных способностей к какой - либо работе, им предлагается индивидуальный план по профессиональной самореализации.

С некоторыми проблемами государство борется уже сейчас. Часть Российских вузов даёт некачественное образование своим студентам. В России приняли меры, способствующие решению данной проблемы. «Всего за два с половиной года сеть образовательных организаций, имеющих государственную аккредитацию, сократилась почти на тысячу вузов и филиалов. В сентябре 2013 года их было 2300, в январе 2015 — 1990, сейчас их менее полутора тысяч», - сообщил глава Рособнадзора Сергей Кравцов [6].

Не так давно в системе российского образования появилось такое понятие как прикладной бакалавриат. Отличие прикладного бакалавриата от академического заключается в том, что он включает в себя программы, направленные не только на получение теоретических знаний, но и необходимых для работы навыков. В прикладном бакалавриате теоретическое обучение тесно связано с производственной практикой и работой на предприятиях. Выпускники данной степени будут пользоваться спросом у работодателей, так как они смогут приступить к работе, не тратя время на стажировку.

Также государство не оставило без внимания проблему моногородов. Для избавления города от зависимости деятельности лишь одного предприятия проводится программа ТОР (Территория Опережающего Развития). Суть этой программы заключается в стимулировании открытия новых предприятий за счёт низких налоговых ставок.

В Набережных Челнах они составляют:

- налог на прибыль 5 % (без ТОР 20 % ),
- налог на землю 0 % (без ТОР в среднем 1,5 % ),
- налог на имущество организаций 0 % (без ТОР 2,2 % ),
- страховые взносы в государственные внебюджетные фонды 7,6 % (без ТОР 30 % )

[7].

Эта программа выгодна как предпринимателям, так и горожанам. С открытием нового предприятия появятся новые рабочие места. Это ослабит зависимость города от деятельности одного предприятия, что, несомненно, положительно скажется на жизни людей.

У молодежи множество препятствий на пути к успешной карьере, которые не все в состоянии преодолеть. Государству стоит помогать молодым специалистам в трудоустройстве. Но и людям, поступающим в ВУЗ, необходимо взвешенно подходить к выбору профессии. Лишь соблюдение этих условий обеими сторонами приведёт к тому, что молодежь не столкнётся с проблемой безработицы.

#### **Список использованной литературы:**

- 1) Федеральная Служба Государственной статистики [Электронный ресурс]. [http://www.gks.ru/bgd/free/b04\\_03/IssWWW.exe/Stg/d06/213.htm](http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d06/213.htm)
- 2) Компания HeadHunter [Электронный ресурс]. <http://hh.ru/article/14933>
- 3) Социология: Курс лекций для студентов всех направлений и специальностей / Под ред. В.А. Михайлова. – Ульяновск: УлГТУ, 2004.– 207 с.
- 4) Безработица в России. Труды Центра научной политической мысли и идеологии. Вып. № 11, июль 2015 г. М.: Наука и политика, 2015. 40 с. Сулакшин С.С., Шишкина Н.И.

5) Национальная идея России. В 6 т. Т. V. — М.: Научный эксперт, 2012. — 696 с. Авторский совет: Якунин В.И., Сулакшин С.С., Багдасарян В.Э., Вилисов М.В., Кара - Мурза С.Г., Лексин В.Н.

6) РИА Новости [Электронный ресурс]. <http://ria.ru/society/20151218/1344448999.html>

7) Камский центр кластерного развития субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Татарстан [Электронный ресурс]. <http://www.kamaklaster.ru/news/162.html>

© Д.Г. Асадуллин, С.В.Коваленко, 2016

**УДК 339**

**Д.П.Бабанаква**

Магистр кафедры логистики ИОМ, ГУУ, г. Москва

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В ВЕРТИКАЛЬНО ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУРАХ**

Аннотация. Работа посвящена влиянию нестабильной экономической и политической ситуации на деятельность вертикально интегрированных компаний. В исследовании рассматриваются возможные пути и методы решения проблем, возникающих в процессе работы предприятий в указанных условиях.

Ключевые слова: логистика, транспортировка, сырье, материалы, поставщики транспортных услуг, импортозамещение, вертикально интегрированные структуры, отечественные поставщики.

Актуальность темы работы обусловлена тем, что проблема долгосрочных колебаний экономической динамики заняла одно из центральных мест в исследованиях российских и зарубежных ученых уже в XX веке. Особую актуальность в первой половине XXI века теме этой работы придает современный мировой экономический кризис, затронувший большинство организаций различных областей, в том числе в национальной и международной, трансграничной логистике пространств и границ, в международных товаропроводящих сетях [1 - 4].

В этой связи для понимания тенденций, структурных и функциональных изменений, которым подвергаются логистические процессы в предприятиях, работающих по принципу вертикально интегрированных структур, и проводится данное исследование в соответствии с научными планами кафедры логистики ГУУ и в рамках диссертации магистра в части выявления проблем и постановки задач исследования[5].

Объектом исследования в данной работе являются предприятия, организации, входящие в вертикально-интегрированные компании. Предметом исследования являются варианты закупки и транспортировки сырья и материалов с соответствующим информационным, финансовым, сервисным обеспечением, необходимых для функционирования приведенной выше компании.

Выбор объекта и предмета исследований обусловлен большим влиянием деятельности вертикально–интегрированных компаний на экономику РФ. Также на наблюдении и анализа за деятельностью таких крупных структур можно построить в перспективе модель функционирования более мелких организаций.

В процессе наблюдения за изменениями в деятельности компаний всех отраслей можно заметить одну основную проблему, которая оказывает значительное влияние на функционирование предприятий на территории РФ. Этой проблемой являются вводимые с обеих сторон санкции, что приводит к подорожанию либо сокращению сделок со странами запада. Поскольку вертикально интегрированные структуры зачастую являются довольно крупными компаниями, то на них введение таких ограничений оказывает колоссальное влияние, даже несмотря на то, что большее количества сырья для собственного производства они добывают и производят самостоятельно. И основным вопросом в данной ситуации встает вопрос о поиске новых поставщиков, которые могут послужить импортозамещению, формирование новой базы этих поставщиков и новых путей доставки и получения сырья и материалов.

Исследование заключается в поиске альтернативы импортному сырью и материалам на российском рынке. Поиск альтернативы ставит перед необходимостью создания новой базы поставщиков на основе российских предпринимательских организаций и предприятий дружественных государств [6]. Также появляется необходимость формирования новой базы российских перевозчиков, способных доставлять сырье и материалы. Если обе стороны не имеют такой возможности.

Целью данного исследования является выявление особенностей и перспектив развития логистических процессов вертикально интегрированных структур. Основные задачи исследования:

- выявление возможных недостатков при функционировании компаний в нестабильной экономической ситуации;
- поиск перспектив развития логистических процессов;
- разработка идей для наилучших вариантов решений;
- определить и обобщить теоретико - методологические основы по управлению логистическими процессами.

Для исследования необходима информация о расположении поставщиков и основных активов компании. Данную информацию можно получить из годовых отчетов компании. Также необходима информация о транспортных путях, по которым производится доставка сырья и материалов.

Информация по потенциальным поставщикам необходима для создания новой базы поставщиков. Данные можно найти в открытом доступе и на сайтах компаний. Для проведения описанного выше исследования, предпочтительнее всего использование таких методов, как:

- Метод сбора и обработки информации (для проводимого исследования необходим во время поиска потенциальных поставщиков);
- Метод анализа собранной информации (необходим для внесения найденных поставщиков в базу данных);
- Метод наблюдения за процессами (необходим для регулирования непосредственного внедрения новой базы в работу);
- Метод систематизации полученных данных[7,8].

Основными элементами логистической системы исследуемого объекта в данной научной работе являются: Отдел снабжения материалами, оборудованием, Отдел снабжения сырьем, Отдел закупки, Отдел транспорта и логистики.

Основные исследуемые организационно - экономические противоречия в данной работе: Постоянные изменения курса рубля, вводимые с обеих сторон санкции, изменение тарифов на международную транспортировку.

Выбранные способы решения проблем: Исследование заключается в поиске альтернативы импортному сырью и материалам на российском рынке и рынках дружественных государств. Поиск альтернативы ставит перед необходимостью создания новой базы поставщиков на основе отечественных предприятий. Также появляется необходимость формирования новой базы российских перевозчиков, способных доставлять сырье и материалы. Если обе стороны не имеют такой возможности.

Результатами работы станет предложение по более рациональному подбору поставщиков транспортных услуг и сырья в условиях нестабильной экономической ситуации. Рекомендации по внедрению: Создание вспомогательного подразделения на время создание новой базы данных, после её создание дальнейшее упразднение. Область применения: Деятельность вертикально–интегрированных компаний и более мелких организаций.

Экономическая эффективность или значимость работы: В перспективе данное исследование должно принести если не прибыль для компаний, то во всяком случае минимизацию затрат на закупку и транспортировку сырья и материалом.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования: При успешном внедрении рассматриваемых в работе проектных решений, предприятие будет работать в привычном для бескризисного состояния режиме, укрепление конкурентных позиций на рынке.

#### **Список источников.**

1. Воронов В.И., Воронов А.В., Лазарев В.А., Степанов В.Г. Международные аспекты логистики: Учебное пособие. / Владивосток: Изд - во ВГУЭС, 2002. – 168 с.
2. Воронов В.И., Воронов А.В. Международные товаропроводящие сети. Маркетинг. 2013. № 6 (133). С. 20 - 28.
3. Лазарев В.А., Воронов В.И. Трансграничная логистика в Таможенном союзе России, Белоруссии и Казахстана [текст]: учебное пособие: Гриф УМО по образованию в области менеджмента для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Менеджмент» - 080200 / Государственный университет управления, Институт управления на транспорте, в индустрии туризма и международного бизнеса ГУУ. – М. : ГУУ. 2013. - 173 с.
4. Лазарев В.А., Воронов В.И. Трансграничная логистика в евразийском таможенном [текст]: монография: / Государственный университет управления, Институт управления на транспорте, в индустрии туризма и международного бизнеса ГУУ. – М. : ГУУ. 2014. - 158 с.
5. Ермаков И., Филиппов Е., Белова С. Становление научных школ кафедры логистики ГУУ. Логистика. 2014. № 10 (95). С. 71 - 75.

6. Voronov V.I., Voronov A.V., Lazarev V.A., Reva N.I. Preconditions of the logistic structures formation in the far east and their integration with countries of the asian - pacific region ВестникВГУЭС. Научный журнал № 1 – 2002 г. ISBN 5 - 8224 - 0052 - 3.

7. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики. Аникин Б.А.; Родкина Т.А.; Волочиенко В.А.; Заичкин Н.И.; Межевов А.Д.; Федоров Л.С.; Вайн В.М.; Воронов В.И.; Водянова В.В.; Гапонова М.А.; Ермаков И.А.; Ефимова В.В.; Кравченко М.В.; Серова С.Ю.; Серышев Р.В.; Филиппов Е.Е.; Пузанова И.А.; Учирова М.Ю.; Рудая И.Л. Учебное пособие / Москва, 2014.

8. Логистика: тренинг и практикум. Аникин Б.А., Вайн В.М., Водянова В.В., Воронов В.И., Гапонова М.А., Ермаков И.А., Ефимова В.В., Заичкин Н.И., Кравченко М.В., Пузанова И.А., Родкина Т.А., Серова С.Ю., Серышев Р.В., Федоров Л.С. Учебное пособие / Москва, 2014.

9. Бабанаква Д.П. Исследование особенностей и перспектив развития логистических процессов в вертикально интегрированных структурах в условиях нестабильной экономической ситуации. Отчет по НИР №1. Кафедра логистики ГУУ / электронный ресурс. 2015 г. – 28 с.

© Д.П.Бабанаква, 2016

**УДК 334**

**Ю.А. Безруких**

к.э.н., доцент кафедры высшей математики  
и информатики ЛПИ – филиала СФУ  
г. Лесосибирск, Российская Федерация

**А.С. Цыганкова**

студентка 3 курса физико - математического факультета  
ЛПИ – филиала СФУ

г. Лесосибирск, Российская Федерация

**М.Д. Пильчук**

студентка 2 курса

Институт управления бизнес - процессами и экономики,  
Сибирский федеральный университет  
г. Красноярск, Российская Федерация

## **ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Существует множество способов оценки производственного персонала, поскольку их работа имеет множество конечных показателей (объём выпуска продукции, выполнение плана, производительность труда и т.д.), которые и позволяют оценить их результативность. Сказать то же самое о руководящем персонале нельзя, так как результаты их работы невозможно рассмотреть с помощью таких же показателей как у производственного персонала.

Нами апробирована методика оценки труда управленческого персонала на примере административно - управленческого персонала ОАО «Лесосибирский ЛДК №1». С целью повышения эффективности труда, осуществления целенаправленной кадровой политики в области материального и морального стимулирования сотрудников, проведения аттестации, организации служебного продвижения и повышения квалификации предпринята оценка результатов групп и деловых качеств работников. Для этого используется интегральный коэффициент, комплексно учитывающий такие показатели, как профессиональные и личные качества, уровень квалификации, сложность работ и результаты труда.

Оценка деловых качеств работников основана на факторах, характеризующих: а) самого работника, обладающего определенными знаниями, навыками, способностями; б) вид и содержание трудовых функций, которые он фактически выполняет; в) конкретные результаты его деятельности. Оценка производится на основе комплексного (интегрального) показателя, который может быть получен путем объединения двух частных оценок. Первая определяет показатели, характеризующие работника, т.е. степень развития профессиональных и личных качеств работника (П) и уровень квалификации (К), а также их количественные измерители; вторая - показатели, характеризующие выполняемую работу, т.е. позволяет сопоставить результаты труда работников (Р) с учетом уровня сложности выполняемых ими функций (С).

Комплексная оценка Д определяется по формуле

$$Д = ПК + РС, (1)$$

Уровень квалификации работников (К) определяется по таблице «Набор признаков, относящихся ко всем категориям работников», которая содержит экспертную характеристик и должностей: уровень образования, стаж работы по специальности. По уровню образования все работники распределяются на две группы: I гр. — имеющие среднее специальное образование; II гр. — имеющие высшее или незаконченное высшее (IV—V курс курса) образование. В соответствии с тем, в какую из указанных групп попадает работник, ему присваивается количественная оценка по этому признаку, величина которой составляет 1 или 2. В зависимости от стажа работы по специальности работники распределяются на четыре группы по каждому уровню образования.

Оценка уровня квалификации определяется по формуле

$$К = (ОБ + СТ) / 3, (2)$$

где ОБ — оценка образования (ОБ = 1,2), СТ — оценка стажа работы по специальности (СТ - 0,25; 0,50; 0,75; 1,0), 3 — постоянная величина, соответствующая сумме максимальных оценок по образованию и стажу работы.

Для оценки сложности выполняемых работ (С) по каждому признаку установлены значения, обусловленные постепенным усложнением работ (от менее сложных к более сложным). Для определения величины оценки результатов труда (Р) производится оценка уровня (степени) проявления каждого из следующих признаков: количество выполненных

плановых и внеплановых работ (заданий); качество выполненных работ (заданий); соблюдение сроков выполнения работ (заданий).

Количественные оценки, по каждому из признаков определяются путем сопоставления фактически достигнутых результатов с критериями оценки в виде полученных заданий, установленных сроков, среднего уровня достигнутых результатов по группе работников и др. Каждый признак имеет три уровня (степени) проявления и оценивается по принципу отклонения от среднего значения по каждой должностной группе. При соответствии конкретного признака среднему уровню его количественная оценка равна 1, выше среднего — 1,25, ниже среднего — 0,75. Оценка П определяется так же, как и Р.

Например, при оценке экономиста I категории выявлены признаки результатов труда следующих уровней: количество выполненных работ — 1,25; качество выполненных работ — 1,0; соблюдение сроков выполнения работ — 1,0.

$P = 0,375 + 0,40 + 0,30 = 1,075$ , т.е. оценка результатов труда экономиста I категории составила 1,075.

Комплексная оценка Д получается на основе учета всех рассмотренных выше показателей оценки — профессиональных и личных качеств, уровня квалификации, сложности работ и результатов труда, по формуле (1).

Так, на примере экономиста I категории рассчитана нами комплексная оценка, где  $P = 1,07$ ;  $K = 0,83$ ;  $C = 0,68$ ;  $P = 1,075$ . Тогда,  $D = 1,07 \cdot 0,83 + 1,075 \cdot 0,68 = 1,619$ .

Таким образом, рассмотренный нами метод позволяет оценить результативность труда персонала на основе профессиональных и личных качеств работников, уровня квалификации, а также результатов труда работников, с учетом уровня сложности выполняемых ими функций. Простота данного метода позволяет применять его в разных сферах трудовой деятельности людей.

### Список используемой литературы:

1. Безруких, Ю.А. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами. Монография / Богунов Л.А., Галицких В.Н., Ельшин Л.А., Катайкина Н.Н., Кожемяко С.В., Лохтина Л.М., Мамонтова С.В., Медведев С.О., Пивоварова И.В., Прыгунова М.И., Рубинская А.В., Сафиуллин М.Р., Устинова О.В., Утешев Р.С. / Под общей редакцией С.С. Чернова. Новосибирск, 2015. Том Книга 29
2. Безруких, Ю.А. Система управления лесопромышленным предприятием. Оценка и моделирование бизнес - процессов по методике ВЕТЕС (на примере предприятий г. Лесосибирска) / Экономика и предпринимательство // Медведев С.О., Чуваева А.И. – 2015. - №6 - 2 (59 - 2). С.529 - 534.
3. Безруких, Ю.А. Теоретические аспекты механизма формирования системы управления лесопромышленным предприятием в условиях устойчивого развития экономики / Международные научные исследования // Медведев С.О., Алашкевич Ю.Д. – 2015. - №1 - 2 (22 - 23). – С. 49 - 55.
4. Базаров Т.Ю. Управление персоналом / Т.Ю. Базаров, Б.Л. Еремина. - М.: Юнити, 2007. - 327 с.
5. Турчинов А.И. Профессионализация и кадровая политика: проблемы развития теории и практики: учеб. пособие / А.И. Турчинов. - М.: Вильямс, 2008. - 310 с.

© Ю.А. Безруких, А.С. Цыганкова, М.Д. Пильчук, 2016



**Ю.А. Безруких**к.э.н., доцент кафедры высшей математики  
и информатики ЛПИ – филиала СФУ  
г. Лесосибирск, Российская Федерация**А.С. Цыганкова**студентка 3 курса физико - математического факультета  
ЛПИ – филиала СФУ  
г. Лесосибирск, Российская Федерация**М.Д. Пильчук**студентка 2 курса  
Институт управления бизнес - процессами и экономики,  
Сибирский федеральный университет  
г. Красноярск, Российская Федерация

### **ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРЕМИРОВАНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Любой руководитель хочет добиться максимально эффективной работы своего персонала на производстве. Наиболее действенным инструментом мотивации работников, стимулирующим их к повышению эффективности работы, обеспечивающим материальную заинтересованность в максимальном эффекте от своего труда, улучшающим качество оказываемых услуг, способствующим росту квалификации и компетенции, является премирование.

Нами было проведено исследование, в процессе которого были выделены несколько показателей премирования, влияющих на эффективное использование технологического персонала Лесозавода №2 ОАО «Лесосибирский ЛДК №1»: выполнение производственного плана, выполнение требований к качеству выпускаемой продукции, снижение себестоимости, соблюдение норматива простоя, отсутствие простоев, а так же отсутствие замечаний со стороны руководства смежных цехов.

Для оценки влияния каждого показателя был применен метод экспертных оценок. Суть этого метода состоит в том, что организуется работа со специалистами - экспертами и обрабатываются мнения экспертов. Эти мнения выражаются частично в качественной, частично в количественной форме. Экспертами в данном исследовании выступили руководители данного производственного подразделения, а так же ведущие специалисты по персоналу. Задача экспертов состояла в выявлении показателей премирования, оказывающих большее влияние на эффективное использование персонала на определенном (технологическом) участке производства (балл от 1 до 5) (таблица 1).

Таблица 3.1 – Экспертные оценки по показателям премирования  
для технологического персонала Лесозавода №2

Группа показателей	Оценки экспертов					Сумма баллов	Весомость показателя
	1	2	3	4	5		
Выполнение производственного плана по напилу пиломатериалов	5	5	5	5	5	25	0,33

Выполнение требований к качеству выпускаемой продукции	4	4	4	4	4	20	0,27
Отсутствие простоев по технологической части	2	3	3	3	2	13	0,17
Снижение себестоимости продукции	3	1	2	2	1	9	0,12
Отсутствие замечаний со стороны руководства смежных цехов	1	2	1	1	3	8	0,11

По результатам экспертных оценок весомость любого показателя определили по формуле:

$$B_i = \frac{\sum_{i=1}^n w_{ij}}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m w_{ij}}, \quad (1)$$

где  $B_i$  – значимость  $i$ -го объекта, рассчитанная на основании оценок экспертов;  $w_{ij}$  – оценка (в баллах), данная  $i$ -му объекту,  $j$ -м экспертом.

Из приведенных оценок в таблице 1 следует, что, по мнению экспертов, наиболее важным показателем, оказывающим наибольшее влияние на эффективное использование технологического персонала, является выполнение производственного плана по напилу пиломатериалов. Оценив разброс мнений экспертов пришли к выводу, что усредненная оценка, рассчитанная по формуле:

$$\bar{w}_i = \frac{\sum_{j=1}^m w_{ij}}{m}, \quad (2)$$

где  $m$  – число экспертов.

$$\bar{w}_1 = 5; \bar{w}_2 = 4; \bar{w}_3 = 2,6; \bar{w}_4 = 1,8; \bar{w}_5 = 1,6.$$

Помимо усредненных значений определили дисперсию ( $S_i^2$ ) и коэффициент вариации ( $v_i$ ):

$$S_i^2 = \frac{\sum_{j=1}^m (w_{ij} - \bar{w}_i)^2}{(m - 1)}, \quad (3)$$

$$v_i = \frac{\sqrt{S_i^2}}{\bar{w}_i}. \quad (4)$$

$$S_1^2 = 0; S_2^2 = 0; S_3^2 = 0,3; S_4^2 = 0,7; S_5^2 = 0,8.$$

$$v_1 = 0; v_2 = 0; v_3 = 0,12; v_4 = 0,39; v_5 = 0,5.$$

Дисперсия и вариация характеризуют разброс мнений. Чем меньше коэффициент вариации, тем более согласованными являются оценки экспертов. Считается, что если  $v < 0,3$ , согласованность удовлетворительная, если  $v < 0,2$  – хорошая. Из рассчитанных коэффициентов следует, что согласованность хорошая. Таким образом, экспертная оценка показала, что наиболее важным фактором, влияющим на эффективное использование технологического персонала является выполнение производственного плана подразделением (33 %). Следует отметить, что все опрошенные эксперты присвоили данному фактору высший балл. Вторым по значимости фактором является выполнение требований к качеству выпускаемой продукции (27 %). Третьим является отсутствие простоев (17 %) по технологической части. Предпоследней группой факторов, влияющей на эффективное использование персонала является снижение себестоимости (12 %). Отсутствие замечаний со стороны руководства смежных подразделений оказывают

наименьшее влияние на размер премирования (11 %). Результаты проведенного исследования по показателям премирования и оценке влияния каждого из них на эффективное использование персонала на рисунке 1.



Рисунок 1 – Оценка влияния показателей премирования на эффективное использование технологического персонала Лесозавода №2

#### Список использованной литературы:

1. Безруких, Ю.А. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами. Монография / Богунов Л.А., Галицких В.Н., Ельшин Л.А., Катайкина Н.Н., Кожемяко С.В., Лохтина Л.М., Мамонтова С.В., Медведев С.О., Пивоварова И.В., Прыгунова М.И., Рубинская А.В., Сафуллин М.Р., Устинова О.В., Утешев Р.С. / Под общей редакцией С.С. Чернова. Новосибирск, 2015. Том Книга 29.

© Ю.А. Безруких, А.С. Цыганкова, М.Д. Пильчук, 2016

УДК 338

**Ю.А. Безруких**

к.э.н., доцент кафедры высшей математики и информатики ЛПИ – филиала СФУ г. Лесосибирск, Российская Федерация

**А.С. Цыганкова**

студентка 3 курса физико - математического факультета ЛПИ – филиала СФУ г. Лесосибирск, Российская Федерация

#### ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ (КОРРЕЛЯЦИОННО - РЕГРЕССИОННЫЙ АНАЛИЗ)

Уровень производительности труда является одним из важнейших показателей, характеризующих эффективность общественного производства. Анализ литературы

показал, что одним из наиболее распространенных методов изучения производительности является корреляционно - регрессионный анализ, основная цель которого состоит в нахождении зависимости между двумя параметрами и ее степени с последующим выведением уравнения. Данный метод предполагает нахождение причинно - следственной связи. Однако на первом этапе нужно понимать, что изменения обеих величин могут быть обусловлены какой - нибудь третьей, пока не учтенной исследователем. Для объективной оценки увеличения производительности труда проведем корреляционно - регрессионный анализ зависимости производительности труда от оборота выбытия кадров и фондовооруженности труда. Целью нашего корреляционно - регрессионного анализа является выявить степень зависимости производительности труда ( $Y$ ) от оборота выбытия кадров ( $X_1$ ) и фондовооруженности труда ( $X_2$ ). Для изучения зависимости использовали квартальные данные по ОАО «Лесосибирский ЛДК №1» за 2011 – 2013 гг .

Искомая регрессионная модель зависимости  $Y$  от  $X_1$  имеет вид:

$$\hat{Y}_x = 105,98 + 13,584 \cdot X_1$$

С увеличением уровня оборота выбытия кадров на 1 % производительность труда увеличивается в среднем на 13,584 тыс. руб. в квартал. Коэффициент корреляции  $r$  приблизительно равен 0,766. Следовательно, связь между производительностью труда и оборотом выбытия кадров тесная.

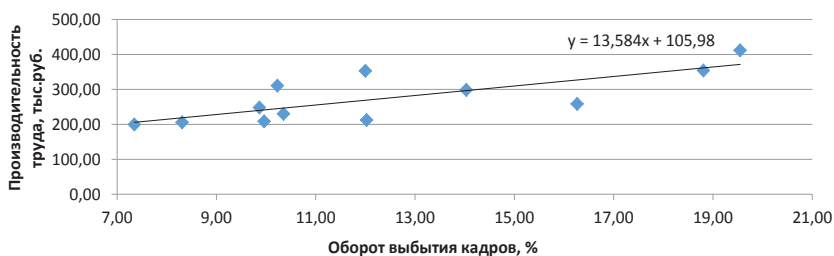


Рисунок 1 – График зависимости производительности труда от оборота выбытия кадров

Искомая регрессионная модель зависимости  $Y$  от  $X_2$  имеет вид:

$$\hat{Y}_x = - 541,77 + 1,8497 \cdot X_2$$

С увеличением фондовооруженности труда на 1 % производительность труда увеличивается в среднем на 1,8497 тыс. руб. в квартал. Коэффициент корреляции  $r$  приблизительно равен 0,737. Следовательно, связь между производительностью труда и фондовооруженностью труда тесная.

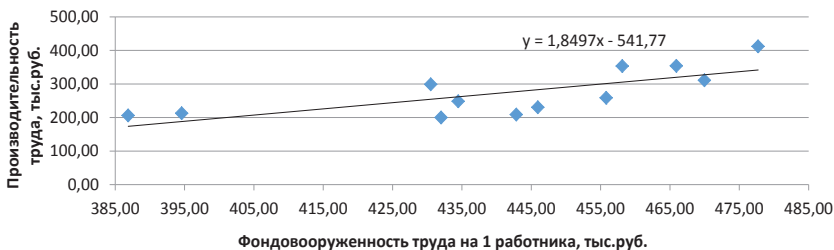


Рисунок 2 – График зависимости производительности труда от фондовооруженности труда

Таким образом, по результатам проведенного нами корреляционно - регрессионного анализа можно сделать вывод о том, что фондовооруженность и оборот выбытия кадров оказывают значительное влияние на изменение производительности труда предприятия. А также можно говорить о том, что данный метод может быть использован не только на промышленных предприятиях, но и на любых других, даже в образовательных учреждениях.

#### **Список использованной литературы:**

1. Новиков А.И. Эконометрика: учебное пособие / А.И. Новиков // Дашков и К. – 2013. – С. 224
2. Медведев, С.О. Механизм управления основным производственным процессом на лесопромышленных предприятиях / Безруких Ю.А., Мохирев А.П. // Инженерный вестник Дона. – 2015. Т36. - №2 - 2. – С. 82.
3. Безруких, Ю.А. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами. Монография / Бугунов Л.А., Галицких В.Н., Ельшин Л.А., Катайкина Н.Н., Кожемяко С.В., Лохтина Л.М., Мамонтова С.В., Медведев С.О., Пивоварова И.В., Прыгунова М.И., Рубинская А.В., Сафиуллин М.Р., Устинова О.В., Утешев Р.С. / Под общей редакцией С.С. Чернова . Новосибирск, 2015. Том Книга 2.
4. Безруких, Ю.А. Теоретические аспекты механизма формирования системы управления лесопромышленным предприятием в условиях устойчивого развития экономики / Международные научные исследования // Медведев С.О., Алашкевич Ю.Д. – 2015. - №1 - 2 (22 - 23). – С. 49 - 55.
5. Безруких, Ю.А. Система управления лесопромышленным предприятием в условиях развития экономики на современном этапе: методические аспекты / Медведев С.О., Рябова Т.Г. // Перспективы науки. 2015. - №6(69). – С. 124 - 128.

© Ю.А. Безруких, А.С. Цыганкова, 2016

**УДК 338.984**

**С.С. Бойко**

студента 3 курса факультета бизнеса

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

**Научный руководитель: В.А. Строков**

Доктор технических наук, профессор кафедры экономики промышленности

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

Г. Москва, Российская Федерация

### **МЕНЕДЖМЕНТ ПРОИЗВОДСТВА. РАСЧЁТ ПОКАЗАТЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ПРОЦЕССАМИ**

Аннотация: на предприятии очень важную роль играет процесс производства. Для эффективного планирования производства руководителю необходимо рассчитать множество показателей, которые помогут ему построить своё производство таким

образом, чтобы минимизировать все риски и максимально снизить издержки производства.

Руководителю необходимо учитывать множество факторов при расчёте производственных коэффициентов. Например, при прогнозировании спроса он должен учитывать и тренд. Рассмотрим пример расчёта на конкретном примере.

Прогнозирование спроса делается на основе анализа данных прошлого периода. Для наглядности рассмотрим пример, в котором мы спрогнозируем спрос на полгода. Нам даны фактический объём продаж равный 3000 изделий, прогнозируемый спрос в 3100 изделий и показатель тренда, оцениваемый в 100 единиц продукции.

Данные показатели рассчитаны только за первый месяц, а именно за январь. Показатели  $\alpha$  и  $\delta$  являются константами сглаживания. Предположим они будут равны  $\alpha=0,2$ , а  $\delta=0,1$ . Тогда посчитаем прогнозируемый спрос на февраль.

$$\begin{aligned}C_{\text{пр-1}}^T &= 3100 + 100 = 3200 \\C_{\text{пр}} &= 3200 + 0,2(3000 - 3200) = 3160 \\T_{\text{пр}} &= 100 + 0,2 * 0,1(3000 - 3200) = 96 \\C_{\text{пр}} &= 3160 + 96 = 3256\end{aligned}$$

Мы видим, что разница между фактическим объёмом продаж и прогнозируемым снизилась по сравнению с прогнозируемыми данными на январь, значит эффективность прогноза стала выше. Рассчитаем прогнозные значения на последующие месяцы:

Март:

$$\begin{aligned}C_{\text{пр-1}}^T &= 3256 + 96 = 3352 \\C_{\text{пр}} &= 3352 + 0,2(3200 - 3352) = 3321 \\T_{\text{пр}} &= 96 + 0,2 * 0,1(3200 - 3352) = 93 \\C_{\text{пр}} &= 3321 + 93 = 3414\end{aligned}$$

Апрель:

$$\begin{aligned}C_{\text{пр-1}}^T &= 3414 + 95 = 3507 \\C_{\text{пр}} &= 3507 + 0,2(3500 - 3507) = 3505 \\T_{\text{пр}} &= 93 + 0,2 * 0,1(3500 - 3507) = 93 \\C_{\text{пр}} &= 3505,6 + 93 = 3599\end{aligned}$$

Май:

$$\begin{aligned}C_{\text{пр-1}}^T &= 3593 + 93 = 3692 \\C_{\text{пр}} &= 3692 + 0,2(3900 - 3692) = 3734 \\T_{\text{пр}} &= 93 + 0,2 * 0,1(3900 - 3692) = 97 \\C_{\text{пр}} &= 3734 + 97 = 3831\end{aligned}$$

Июнь:

$$\begin{aligned}C_{\text{пр-1}}^T &= 3831 + 97 = 3928 \\C_{\text{пр}} &= 3928 + 0,2(4100 - 3928) = 3734 \\T_{\text{пр}} &= 97 + 0,2 * 0,1(4100 - 3928) = 100 \\C_{\text{пр}} &= 3962 + 100 = 4062\end{aligned}$$

Занесём полученные данные в таблицу:

Таблица 1. Исследование тренда.

Месяцы	январь	февраль	март	апрель	май	июнь
Фактический объём продаж	3000	3200	3500	3900	4100	4500
Прогнозируемый спрос	3100	3256	3414	3599	3831	4062
Тренд	100	96	93	93	97	100

Таким образом мы посчитали прогнозируемый спрос на каждый последующий месяц с учётом ежемесячно изменяющегося тренда. Такой расчёт помогает предпринимателю более эффективно распоряжаться производственными мощностями, тем самым уберегая его от излишних затрат.

Следующим этапом нашего исследования будет построение модели организации единичного производства. Единичное производство характеризуется изготовлением разного вида изделий по одному или несколько экземпляров. Другими словами, поштучное производство.

Рассмотрим данную модель на конкретном примере.

Допустим мы производим компьютерные столы. Для этого нам необходимо купить и доставить материалы, обработать их, изготовить части стола и отправить готовую продукцию на склад для дальнейшей разгрузки. Обозначим каждую из операций:

А – покупка и доставка материалов;

Б – обработка материалов;






В – изготовление верхней части стола;

Г – изготовление нижней части стола;

Д – перевозка готового стола на склад.

Необходимо определить критический. Критический путь – это время, за которое будут выполнены все операции. Для этого составим временной график:

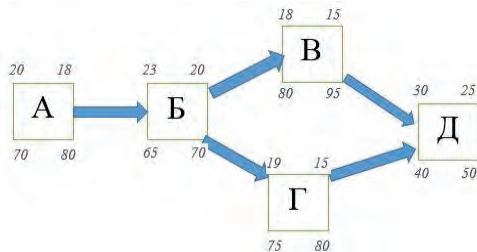
Таблица 2. Временной график.

Операции	Время
А	20 
Б	23 
В	18 
Г	19 
Д	30 

По такому графику можно определить критический путь. В нашем случае он будет состоять из операций А, Б, Г и Д.

Далее необходимо составить сетевой график. Сетевой график – это модель производственного процесса, отражающая в себе последовательность выполнения различных задач с указанием времени и стоимость их проведения. Его составление необходимо для более эффективного исследования и оптимизации задач.

Рисунок 1. Сетевой график.



После построения сетевого графика рассчитаем прирост стоимости для всех операций. Ниже по каждой операции даны данные по нормальной (НС) и повышенной стоимостям (ПС), приращению стоимости (ПС - НС), нормальному (НВ) и сокращённому времени (СВ), досрочному выполнению операций (НВ - СВ) и приращению стоимости при досрочном выполнении операций:

Таблица 3. Расчет прироста стоимости по технологическим операциям.

Операция	ПС	НС	ПС - НС	НВ	СВ	НВ - СВ	Прирост стоимости
А	80	70	10	20	18	2	5
Б	70	64	6	23	20	3	2
В	95	80	15	18	15	3	5
Г	80	75	5	19	14	5	1
Д	50	40	10	30	25	5	2

По данным таблицы мы сможем определить на сколько возможно сократить время проведения всех операций, другими словами сократить критический путь, и на сколько дороже это будет стоить.

Таблица 4. Определение параметров критического пути.

Н п / п	Критический путь	ОП – (НВ – СВ)	ОП – (ПС - НС)	ОП мин	Стоимость производства (т.руб.)	Продолжительность (дней)
0.	АБГД				329	110
1.	АБГД	А - 2; Б - 3; Г - 5; Д - 5	А - 5; Б - 2; Г - 1; Д - 2	Г	330	109



2.	АБГД	А - 2; Б - 3; Г - 4; Д - 5	А - 5; Б - 2; Г - 1; Д - 2	Д	332	108
3.	АБГД	А - 2; Б - 3; Г - 4; Д - 4	А - 5; Б - 2; Г - 1; Д - 2	Д,Г	335	106
4.	АБГД	А - 2; Б - 3; Г - 3; Д - 3	А - 5; Б - 2; Г - 1; Д - 2	Б,В,Г,Д	345	102
5.	АБГД АВГД	А - 2; Б - 2; В - 2; Г - 2; Д - 2	А - 5; Б - 2; В - 5; Г - 1; Д - 2	А,Б,В,Г,Д	360	97
6.	АБГД АВГД	А - 1; Б - 1; В - 1; Г - 1; Д - 1	А - 5; Б - 2; В - 5; Г - 1; Д - 2	А,Б	367	95
7.	АБГД АВГД	В - 1; Г - 1; Д - 1	В - 5; Г - 1; Д - 2	В,Г	373	93
8.	АБГД АВГД	Д - 1	Д - 2	Д	375	92

Мы видим, что при максимальном сокращении продолжительности критического пути на 18 дней цена на производство увеличится на 46 тысяч рублей.

Следующим этапом будет построение модели “дерево решений”. Суть этой модели заключается в вычислении самого эффективного момента времени для вклада в организацию. Допустим, стоит или не стоит вкладывать средства в предприятие в настоящее время. Это помогает избежать излишних затрат, что только стимулирует производство данной компании.

Итак, перейдём к построению модели. Мы имеем 2 критерия: инвестиции в предприятие, их наличие или отсутствие, и варьирование спроса, будет ли увеличение спроса или же он останется на прежнем уровне. Запишем условие в таблицу:

Таблица 5. Модель «Дерево решений».

Решение - событие	Выручка, тыс. руб	Инвестиционные расходы, тыс. руб	Доход, тыс. руб
Есть инвестиции Есть увеличение спроса	$100*4=400$	35	365
Есть инвестиции Нет увеличения спроса	$90*4=360$	35	325
Нет инвестиций Есть увеличение спроса	$95*4=380$	-	380
Нет инвестиций Нет увеличения спроса	$75*4=300$	-	300

По этим данным составим схему и вычислим целесообразность вложений в конкретный период времени. За вероятность наступления ситуации, когда увеличится спрос возьмем коэффициенты 0,7 и соответственно, 0,3, если спрос останется на том же уровне.

Рисунок 2. Схема принятия решения.



Есть инвестиции:  $0,7 * 365 + 0,3 * 325 = 353$

Без инвестиций:  $0,7 * 380 + 0,3 * 300 = 356$

По полученным данным мы можем наблюдать, что целесообразнее не вкладывать инвестиции в этом году, а дожидаться следующего года для более выгодного вложения в предприятие.

Расчёт рыночного спроса, возможные варианты сокращения времени производства продукции, а также окупаемость инвестиций в различных условиях помогают предпринимателю эффективно организовать производственные процессы, минимизируя при этом издержки, и, увеличивая при этом свою прибыль.

#### Список использованной литературы:

1. Стерлигова А. Н., Фель А. В. Операционный (производственный) менеджмент: Учеб. пособие. М.: ИНФРА - М, 2013.
2. Строков В.А. Производственный менеджмент (временной подход). М., «ХОРС», 2010.
3. Строков В.А. STR - система промышленного производства. М., «ХОРС», 2014. С. 138 - 142.
4. Беляев А.М., Производственный менеджмент: Учебник для бакалавров; под ред. И.Н. Иванов. - М.: Юрайт, 2013.
5. Строков В.А. Операционный подход в теории производства. Вестник РЭУ. 2014, № 1.

© С.С. Бойко, 2016

УДК 656.1

Е.С. Борzych, студентка 3 курса

ФГБОУ ВПО «Сибирская государственная автомобильно - дорожная академия»

#### ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях рыночной экономики и возросшей конкуренции важное значение принимает управление предприятием, а именно затратами предприятия. Это объясняется тем, что

управление затратами является ключевым направлением всей системы управления предприятием, поскольку собирается информация о фактических затратах и закладываются основы для получения прибыли.

В экономической литературе помимо понятия «затраты» широко используются такие, как «издержки», «расходы». При этом одни экономисты считают необходимым выделить отличительные признаки, другие не придают им значение. Термин «расходы» чаще применяют в бухгалтерском и налоговом учете, а термин «затраты» – в управленческом учете. Понятие «издержки» используется в экономической теории и в экономическом анализе.

Под затратами в самом общем виде понимается «стоимость всех ресурсов предприятия, как материальных так и трудовых, используемых в дальнейшем для получения прибыли или достижения других его целей». Исходя из данного определения затраты характеризуются: денежной оценкой ресурсов, целевой установкой, определенным периодом времени. При этом расходы являются частным случаем затрат, т.е. к расходам следует относить затраты определенного периода времени, которые необходимо полностью перенести реализованную продукцию данного периода времени. Таким образом, различия между понятиями «затраты» и «расходы» связаны с фактором времени. Издержки – это «реальные или предположительные затраты финансовых ресурсов предприятия» [4, с.16].

Основное назначение управления затратами на предприятии. Следует отметить, что к основным задачам управления затратами на предприятии можно отнести:

- формирование информационной базы, позволяющей оценивать уровень затрат при принятии грамотных управленческих решений;
- выявление направлений снижения затрат;
- расчет затрат на единицу продукции (работ, услуг).

При организации системы управления затратами на предприятии должны учитываться принципы, позволяющие координировать деятельность предприятия, а именно:

- системный подход к управлению затратами;
- использование современных методов управления затратами;
- управление затратами на всех стадиях производственного цикла предприятия [4, с. 165].

Управление затратами должно включать базовые функции управления, находящиеся в тесной взаимосвязи друг с другом, присущие каждому объекту управления, а также определяющие сущность процесса управления затратами. Анализ затрат направлен на оценку фактических затрат, сопоставления фактических показателей с плановыми, а также выявление причин отклонений. Функция учета затрат направлена на предоставление информации пользователям путем своевременного и достоверного отражения затрат на производство и реализацию продукции. Планирование означает составление бюджета расходов, разработку нормативов затрат, установку ориентиров и механизмов для их достижения [2, с. 171].

Важным моментом в системе управления затратами предприятия является применение современных методов управления затратами. Одним из методов является бюджетирование, в основе которого лежит разработка системы бюджетов предприятия. Бюджет предприятия содержит целевые финансовые показатели деятельности предприятия, лимиты ресурсов в денежном выражении [1, с. 1466].

Метод «директ – костинг» предполагает учет себестоимости только на основе переменных затрат, при этом постоянные затраты в себестоимость не включаются.

Метод «стандарт – костинг» позволяет контролировать производственные затраты, на основе заранее установленных стандартов позволяет определить сумму ожидаемых затрат, потенциальную сумму доходов. В основе метода лежит предварительное нормирование затрат.

Метод «target costing» предполагает определение себестоимости при которой производство и продажа продукции обеспечивает желаемый уровень прибыли при заданной цене [5, с. 236]

Управление затратами по центрам ответственности позволяет осуществлять контроль, как за производственными затратами, так и за доходами центра ответственности [3, с. 1471].

Резюмируя вышесказанное можно сделать вывод, что одной из важных задач системы управления предприятием является управление затратами, в том числе создание эффективной системы учета и контроля затрат. Управление затратами на предприятии способствует нахождению оптимальных путей их снижения, применению современных методов учета. Таким образом, управление затратами является непрерывным процессом, включающим базовые функции управления.

#### **Список использованной литературы:**

1. Черникова А.Е., Дуля Н.А. Управление предприятиями в современных условиях / А.Е. Черникова, Н.А. Дуля // Архитектора, строительство, транспорт [Электронный ресурс]: материалы Международной научно – практической конференции (к 85 - летию ФГБОУ ВПО «СибАДИ»). – Электрон. дан. – Омск : СибАДИ, 2015. – Режим доступа: <http://bek.sibadi.org/fulltext/ESD75.pdf>, свободный после авторизации. – Заглавие с экрана. – С. 1465 - 1469.
2. Черникова А.Е. Место и роль планирования в системе функций управления / А.Е. Черникова // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития: сборник материалов XXIV Международной научно - практической конференции / Под. общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. – С. 170 - 173.
3. Черникова А.Е., Зверкова М.О. Экономическое обоснование мероприятий по снижению затрат автотранспортного предприятия в современных условиях / А.Е. Черникова, М.О. Зверкова // Архитектора, строительство, транспорт [Электронный ресурс]: материалы Международной научно – практической конференции (к 85 - летию ФГБОУ ВПО «СибАДИ»). – Электрон. дан. – Омск : СибАДИ, 2015. – Режим доступа: <http://bek.sibadi.org/fulltext/ESD75.pdf>, свободный после авторизации. – Заглавие с экрана. – С. 1469 - 1473.
4. Дуля Н.А., Черникова А.Е. Финансовое планирование как инструмент управления финансово – хозяйственной деятельностью предприятия / Н.А. Дуля, А.Е. Черникова // Молодежь и XXI век – 2016: материалы VI Международной молодежной научной конференции (25 - 26 февраля 2016), в 4 - х томах, Том 1, Юго - Зап. гос.ун - т., ЗАО «Университетская книга», Курск, 2016. – С. 164 - 167.
5. Эйхлер Л.В., Фалалеева О.В. Разработка модели управления постоянными затратами грузового автотранспортного предприятия [Текст]: монография / Л.В. Эйхлер, О.В.

Фалалеева; СибАДИ, Кафедра экономики и управления предприятиями. - Омск: СибАДИ, 2007. - 167 с.

6. Ренгольд О. В. Налоговое планирование как метод снижения затрат грузового автотранспортного предприятия [Текст] / О. В. Ренгольд // Архитектура, строительство, транспорт: материалы Междунар. науч.–практ. конф. (к 85 - летию ФГБОУ ВПО «СибАДИ»). Секция № 8 «Развитие теории и практики грузовых автотранспортных перевозок, транспортной логистики» (Омск, 02 декабря 2015 г.). Сборник науч. трудов № 8 каф. «Организация перевозок и управление на транспорте» – Омск: Полигр. центр КАН, 2015. – С. 234 - 238.

© Е.С. Борзых, 2016

**УДК 331.103.5**

**А.А. Борисов**

Студент 3 курса

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,  
г.Владивосток, Российская Федерация

## **ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КОМАНДЫ**

Руководители и собственники современных предприятий осознают, что экономический успех зависит не только от наличия сырья, доступных инвестиций и эффективных технологий, но и может быть обеспечен за счет использования управленческого ресурса - новых технологий управления. Одной из таких технологий является организация управления организацией – посредством создания высокоэффективных управленческих команд.

Человек составляет основу организации, ее сущность и ее основное богатство. Однако с позиции управления нельзя говорить о человеке вообще, так как все люди разные. Люди ведут себя по - разному, у них различные способности, различное отношение к своему делу, к организации, к своим обязанностям; люди имеют различные потребности, их мотивы к деятельности могут существенно отличаться. Долг руководителя заключается в том, чтобы тщательно наблюдать за своими подчиненными, своевременно выяснять, какие активные потребности движут каждым из них, и принимать решения по их реализации с целью повышения эффективности работы сотрудников [1].

При всем многообразии теоретических подходов и практических методов решения данных задач в разнообразных условиях, как показывает западная практика, наибольший эффект приносит создание команд, нацеленных на решение конкретных проблем организации. Именно команда становится ядром, осваивающим производство нового продукта или вводящим в оборот новую услугу, внедряющим новую технику и технологию, обеспечивающим выход на новые рынки, привлекающим новые ресурсы и распространяющим новые формы и методы организации производства и управления. Именно команды становятся прообразом организации будущего.

В самом общем виде управленческая команда представляет собой специфическую общность специалистов, объединенных посредством формальных и неформальных отношений, способную вырабатывать эффективные управленческие решения. Именно команда способна синтезировать и создавать такие собственные качества, которые позволяют решать сложные задачи.

Различают четыре основных подхода к формированию команды: целеполагающий (основанный на целях), межличностный (интерперсональный), ролевой и проблемно - ориентированный.

Целеполагающий подход (основанный на целях) - позволяет членам группы лучше ориентироваться в процессах выбора и реализации групповых целей. Процесс осуществляется с помощью консультанта. Цели могут быть стратегическими по своей природе или могут быть установлены в соответствии со спецификой деятельности, например, как изменение продуктивности или уровня продаж, а также как изменение внутренней среды или каких - либо процессов.

Межличностный подход (интерперсональный) - сфокусирован на улучшении межличностных отношений в группе и основан на том, что межличностная компетентность увеличивает эффективность существования группы как команды. Его цель - увеличение группового доверия, поощрение совместной поддержки, а также увеличение внутрикомандных коммуникаций.

Ролевой подход - проведение дискуссии и переговоров среди членов команды относительно их ролей; предполагается, что роли членов команды частично перекрываются. Командное поведение может быть изменено в результате изменения их исполнения, а также индивидуального восприятия ролей.

Проблемно - ориентированный подход к формированию команды (через решение проблем) предполагает организацию заранее спланированных серий встреч по фасилитации процесса (с участием третьей стороны – консультанта) с группой людей, имеющих общие организационные отношения и цели. Содержание процесса включает в себя последовательное развитие процедур решения командных проблем и затем достижение главной командной задачи. Предполагается, что наряду с наработкой такого умения у всех членов команды, активность по ее формированию должна быть также сфокусирована на выполнении основной задачи, межличностных умениях, а также может включать целеполагание и прояснение функционально - ролевой соотнесенности. Можно выделить два типа команд: постоянные, «рабочие» команды, имеющие опыт совместной работы и включающие лидера - руководителя и подчиненных; специфические - только появившиеся, заново созданные благодаря организационным структурным изменениям, слияниям, задачам [2].

Для внедрения командного управления в организации нужно совсем немного – желания самого руководителя изменить свои привычные стратегии руководства, а также стремление сохранить коллектив профессионалов.

### **Список использованной литературы:**

1 Баталова Е.В., Федоров Р.В. Система мотивации сотрудников на предприятии // Актуальные проблемы современной науки: сборник статей Международной научно -

практической конференции (25 ноября 2014 г., г.Уфа). в 2 ч. Ч.1. / - Уфа: Аэтерна, 2014.С. 243 - 245.

2 Формирование управленческих команд [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://partnerstvo.ru/lib/up/node/30>.

© Борисов А.А., 2016

**УДК 338**

**С.А.Васнев**

К.э.н., доцент

РАНХиГС

г. Москва, Российская Федерация

**Н.Н.Васнева**

К.ф.н., доцент

НИЯУ МИФИ

г. Москва, Российская Федерация

## **ТРУДОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ЗАНЯТОСТЬ: ПРОБЛЕМА НОВЫХ ФОРМ И СТАНДАРТОВ**

### **Аннотация**

Оценка трудовой деятельности и способы ее анализа и измерения без сомнения являются важнейшими актуальными проблемами, как теории, так и практики современной экономики. В связи с этим, последние документы МОТ по уточнению и обновлению стандартов в области статистики труда и занятости, принятые 19 - Международной конференцией статистиков труда, вызывают потребность некоторого размышления в отношении тех новаций, которые представлены в данных документах

### **Ключевые слова.**

Рабочая сила, трудовая деятельность, занятость, трудовые ресурсы, экономически активное население, распределение трудовых ресурсов по статусу занятости.

На первый взгляд, документы 19 - ой Международной конференции статистиков труда [1] предназначены для профессиональных статистиков с целью уточнения и унификации нормативной и методической базы статистических исследований. Но, на самом деле, в документах поставлены важные и где - то дискуссионные вопросы в отношении идентификации некоторых видов трудовой деятельности, а, следовательно, и статуса некоторых групп рабочей силы.

Следует отметить, что периодически возникающие дискуссии о роли труда, о сущности трудовой деятельности свидетельствуют о важности этой проблемы. Действительно, труд на протяжении всей человеческой истории всегда являлся не только важнейшим экономическим ресурсом для общества и отдельного индивида, но и важнейшим видом деятельности человека. Достаточно вспомнить трудовую теорию стоимости

представителей классической экономической школы 17 - 18 в.в., анализ труда как экономического ресурса А.Маршалла, теорию труда как особого вида деятельности Дж.Милля и К.Маркса.

Но осознание человеком необходимости и важности труда, как базовой общественной ценности, приобреталось в ходе длительного воздействия со стороны общества. Сегодня, именно через трудовую деятельность человек получает самые высокие статусные почести со стороны общества.

К настоящему времени восприятие труда и его общественной функции несколько изменились, что связано с возникновением новых форм и мотивов трудовой деятельности. Произошло заметное усложнение содержания трудового процесса, оказавшее влияние на функционально - производственную дифференциацию работников, как в вертикальном, так и в горизонтальном измерении. Возникли новые группы работников вспомогательного, обслуживающего, посреднического труда не только в сфере материального производства, но и в сфере непроизводительного труда.

Отсюда, новые подходы в понимание сущности труда, структуры трудовой деятельности и рабочей силы не могут не восприниматься как объективное отражение глубинных процессов, происходящих в обществе с развитой рыночной экономикой. В этих условиях по иному начинает восприниматься функциональная значимость занятости, как уровень или мера вовлеченности людей в трудовой процесс с целью удовлетворения их личных и общественных потребностей. Как известно, вопрос о полной занятости для экономик рыночного типа до сих пор остается дискуссионной проблемой, заявившей о себе еще в период первоначального накопления капитала. Если представители классической школы (Д.Рикардо, Дж.Милль, Ф.Эджуорт, А.Маршалл, А.Пигу) исходили из того, что рыночные механизмы способны обеспечить полную занятость на основе закона Ж.Б. Сэя («предложение порождает свой собственный спрос»), то кейнсианская школа, напротив, утверждала, что в рыночной экономике не существует механизма, гарантирующего полную занятость, она скорее может быть случайной, чем закономерной. Представители этой школы утверждали, что именно значительный уровень безработицы и существенная инфляция могут обеспечить некоторую сбалансированность экономики.

Оценка занятости в современных обществах, где сосуществуют различные экономические единицы с различными формами трудовой деятельности, также остается открытым вопросом, хотя и были попытки отвечать на данный вопрос категорически, считая, что «ни одна страна в мире не пользуется благами полной занятости» [3, с. 381]. Тем не менее, однозначного подхода до сих пор не существует. Во многом это связано с тем, что в современных экономиках появились проблемы, не имевшие места в первой половине XX века. На фоне новых мультипликационных экономических явлений сочетания стагнации производства и занятости при одновременной ползучей инфляции цен пока не найдено ответа на вопрос, как иметь полную занятость и такую ценовую стабильность, чтобы монетарная или фискальная политика обеспечили покупательную способность населения. Компромиссом в мировой практике следует считать подход, что полную занятость не следует трактовать как вовлеченность всех трудоспособных граждан в реальную сферу труда. Не случайно, что в научный оборот вошло такое понятие как *естественный уровень безработицы*, когда, скажем, уровень 3 - 5 % принимается за благополучное состояние в сфере занятости. Но, следует обратить внимание, что строго научное классическое понятие



«занятость» принято соотносить в первую очередь с той группой «занятой рабочей силы», которая имеет реальные рабочие места, гарантированную заработную плату в обмен на выполнение работниками своих трудовых обязанностей, прописанных в правовом трудовом договоре.

Но, с другой стороны, существующая практика свидетельствует о том, что немалая доля рабочей силы связана с теми видами деятельности, которые не принято в научном смысле относить к видам трудовой деятельности. Скажем, речь идет о деятельности, где производятся товары и услуги для самообеспечения (домашний труд, приусадебный труд, ремонтные и строительные работы, воспитание детей и т.д.). До недавнего времени такие группы рабочей силы относили к «экономически неактивному населению».

В связи с этим попытаемся разобраться в сущности новаций, предложенных в документах МОТ в отношении трудовой деятельности. Предполагается, что все трудоспособное население в той или иной степени можно соотнести с теми или иными видами трудовой деятельности, а, следовательно, вовлеченными в соответствующий вид трудового процесса. Оставим пока за скобками классический вопрос о том, что необходимо различать производительный труд, создающий стоимость, и непроизводительный, не создающий стоимость [2, с.356].

Предложено выделить формы трудовой деятельности по двум основным критериям: 1) по функциональному критерию произведенного продукта (для собственного конечного использования или для использования другими лицами); 2) по характеру сделки, лежащей в основе обмена (собственное использование, в обмен за вознаграждение, в обмен на трудовой опыт и т.д.) [1] В итоге появляется совершенно новая типология форм трудовой деятельности:

- трудовая деятельность по производству товаров и услуг *для собственного конечного использования*, куда включаются все виды ведения домашнего хозяйства, *самообеспечение* в продуктах питания, ремонтные и строительные работы, заботу о детях, ведение финансового учета деятельности домашнего хозяйства. В качестве комментария следует заметить, что в европейских странах домашний труд давно имеет статус профессионального труда;

- *занятость* как трудовая деятельность, выполняемая за вознаграждение в виде оплаты или прибыли;

- *неоплаченный труд* стажеров или лиц, проходящих профессионально - техническую подготовку в целях приобретения трудового опыта или профессиональных навыков;

- *необязательная* трудовая деятельность волонтеров, означающая безвозмездный труд в интересах других лиц;

- другие виды трудовой деятельности (*обязательные работы* в интересах других лиц на *безвозмездной основе* для лиц в местах лишения свободы или для лиц, находящихся на военной (альтернативной гражданской службе). [1].

Хотя данная типология не безупречна в научном смысле, тем не менее, основные группы рабочей силы действительно приобретают определенный трудовой статус включенности в ту или иную трудовую деятельность.

В связи с данным подходом происходит явное расширение степени функциональной значимости категории *рабочая сила*. Возникает потребность соотнесения этой категории с категориями *трудовые ресурсы*, *экономически активное* и *экономически неактивное*

население. Как известно именно *трудовые ресурсы* определяются как трудоспособная часть населения, включающей занятых в экономике, и не занятых в ней, но способных трудиться (реальных и потенциальных работников) [4, с. 24–25; 6]. Именно *трудовые ресурсы* принято было считать важнейшим интегральным показателем для количественного измерения человеческих ресурсов.

Но, с переходом России к рыночным отношениям разделение трудовых ресурсов на «занятых» и «незанятых» возможно не в полной мере отражает изменившиеся экономические реалии. К тому же надо заметить, что чаще стали использоваться, как в теории, так и в статистической практике, понятия *экономически активное население* и *экономически неактивное население*. Данный подход к структуре трудовых ресурсов был принят в 1993 г., когда Россия перешла на стандарты международной системы классификации трудоспособного населения. Эти стандарты соответствуют рекомендациям Международной организации труда (МОТ), а также положениям Резолюции, принятой 15-й Международной конференцией статистиков труда (1993), где было предложено считать экономически активное население, как основную составляющую структуры трудоспособного населения.

Итак, структуру трудовых ресурсов представляют следующим образом (табл. 1).

**Таблица 1**  
**Структура трудовых ресурсов**

<b>Трудовые ресурсы включают:</b>	
<p><b>Экономически активное население (совокупная рабочая сила):</b></p> <p>1. <b>Занятые</b> в экономике (лица трудоспособного возраста, занятые пенсионеры, занятые инвалиды, занятые подростки, занятые полный день, неполный день, имеющие вторичную занятость)</p> <p>2. <b>Временно незанятые</b>, т.е. лица, ищущие работу и имеющие статус <i>безработных</i></p>	<p><b>Экономически неактивное население:</b></p> <p>1. <i>Студенты</i> очных отделений</p> <p>2. Неработающие инвалиды</p> <p>3. Неработающие пенсионеры</p> <p>4. Трудоспособные лица, занятые в <i>товарном</i> домашнем хозяйстве</p> <p>5. <i>Домашние хозяйки</i>, а также лица, занятые уходом за детьми и престарелыми</p> <p>6. «<i>Самозанятые</i>», т.е. лица, не ищущие работу и не желающие трудиться</p>

Представленная структура трудовых ресурсов достаточно органична, она принята научным сообществом и может использоваться на практике.

Исходя из логики структуры, понятие *трудовые ресурсы* намного шире понятия *экономически активное население* (ЭАН), а тем более, шире понятия *рабочая сила*. Следует заметить, что Росстат до 1994 года использовал именно *трудовые ресурсы* как обобщенный показатель. Но в дальнейшем, объектами статистики труда стали три группы: 1) экономически активное население; 2) занятые экономической деятельностью; 3) безработные.

В западной экономической литературе и статистической практике предпочтение всегда отдавалось ЭАН, поскольку считалось, что это есть *совокупная рабочая сила, включающая занятых и безработных, и только она может выступить определяющей категорией при оценках трудоспособного населения и анализа рынка труда*. Согласно принятым западным

критериям ЭАН – это лица в возрасте 15–72 лет, которые в рассматриваемый период (обследуемую неделю) считаются занятыми или безработными. В научной экономической теории данная категория трактуется как *часть населения, которая за вознаграждение предлагает свою рабочую силу* для производства товаров и услуг, куда включаются занятые и безработные [6; 8].

Можно добавить, что при анализе данной структуры трудовых ресурсов учитывается как количественный, так и качественный потенциал экономически неактивного населения. Это позволяет государству проводить ту социальную политику, которая отвечает условиям наличия дефицита человеческих ресурсов в производственной сфере.

Но теперь, в связи с новациями МОТ получается, что все трудоспособное население (трудовые ресурсы) следует отнести к экономически активному населению, где выделяются группы *занятых, самозанятых и не занятых* (безработные). Иными словами, есть труд, который создает стоимость, а есть труд, который не создает стоимость. К примеру, попытаемся определить, согласно новым документам МОТ, трудовой статус такой важнейшей активной группы современного общества как студенты дневных отделений, которые по возрастному критерию относятся к трудоспособному населению. В этом случае по новой типологии трудовой деятельности, студенты заняты либо необязательным неоплачиваемым трудом как волонтеры, либо неоплачиваемым трудом в обмен на получение профессионального опыта.

Подход в отношении группы студентов дневных отделений на первый взгляд кажется несколько абсурдным. Но, с другой стороны, нельзя согласиться с тем, что эту группу всегда относили к экономически неактивному населению. Учебный процесс – это тяжелый и напряженный труд, который к тому же имеет отложенную стоимость в соответствии с важнейшим показателем трудоспособности – *образованием*, важность которого для развитой рыночной экономики объясняется потребностью в квалифицированных, компетентных работниках. Если обратиться к статистике, то в России, согласно данным Росстата, за последние годы доля работников трудоспособного возраста, имеющих высшее, неполное высшее и среднее профессиональное образование, не опускается ниже 50 % , а доля работников с высшим образованием имеет тенденцию к росту. Если в 2000 году эта доля составляла 24,7 % , в 2010 – 29,1 % , то в 2014 году – 32,2 % [7].

Итак, если в статистической практике основными показателями для измерения доли трудоспособного населения до 2015 года использовались категории *экономически активное население, занятые и безработные*, то начиная с 2015 года – это *рабочая сила, занятые и безработные*.

Что касается теоретических аспектов труда и трудовой деятельности, то думается, что нецелесообразно отказываться от категорий *трудовые ресурсы, экономически активное и экономически неактивное население*. В противном случае сужается поле научного анализа различных групп трудоспособного населения, анализа их мобильности, а также научной оценки распределения трудовых ресурсов по видам экономической деятельности и по положению в занятости (по статусу). Как известно, особый интерес в настоящее время представляет вопрос о распределении трудовых ресурсов по положению (статусу) в занятости, где выделяются следующие основные группы:

- наемные работники;
- работодатели;
- лица, работающие за свой счет;
- члены производственных кооперативов;
- помогающие члены семьи (семейный бизнес);
- работники, не классифицируемые по статусу занятости.

Данный вид распределения был рекомендован XV Международной конференцией статистиков труда (1993 год), что позитивно повлияло на раскрытие сущностного характера современного рынка труда и субъектов рыночной экономики, где функционально все являются работниками, в том числе и работодатели. Но, если первые 5 групп данной классификации следует отнести к общей категории *занятого населения*, то статус последней группы до сих пор был не определен. Возникал вопрос, кого можно отнести к этой группе. Если раньше при этом были определенные трудности, то благодаря именно рекомендациям Резолюции XIX Конференции статистиков труда (2013 года), появилась возможность частично ответить на данный вопрос. То есть, речь идет о тех группах рабочей силы, которые вне рынка труда заняты трудовой деятельностью по самообеспечению, а также необязательным и обязательным трудом, и которых вполне можно вписать в структуру шестой группы по статусу занятости.

В итоге можно сделать следующий вывод. Безусловно, практика – есть критерий истины, но в нашем случае, следует обратить внимание на следующие моменты. Во - первых, предложенные новации МОТ отвечают потребностям практической статистики в отношении оценки трудовой деятельности, занятости, рынка труда и в этой части нет никаких вопросов. Во - вторых, не возникает никакой надобности на уровне теоретических исследований смещать акценты с понятия трудовые ресурсы на понятие рабочая сила по причине различия их функциональной значимости. Если категория рабочая сила – это категория сферы рынка труда, то категория трудовые ресурсы объясняет место, функциональную роль и потенциал человеческого фактора в сфере труда. В - третьих, представляется достаточно интересным для научного исследования вопрос о включении в трудовой процесс новых групп трудоспособного населения. Именно данный вопрос следует считать открытым и дискуссионным.

### Список использованной литературы

1. Резолюция о статистике трудовой деятельности, занятости и недоиспользования рабочей силы. 19 - ая Международная конференция статистиков труда. 2013г.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Антология экономической классики. В 2 - х т.т. М.: Эконов, 1993 Экономика труда и социально - трудовые отношения
3. Самуэльсон П. Экономикс. В 2 - х т.т. М.: Алгон, 1993, с. 63
4. Экономика труда и социально - трудовые отношения. М.: Изд - во МГУ. Изд - во ЧеРо, 1996
5. Васнева Н.Н., Васнев С.А. Основы организации труда. Учебное пособие. М.: НИЯУ МИФИ, 2010
6. Большая экономическая энциклопедия. М.: Эксмо, 2007
7. Российский статистический ежегодник. 2015: Стат.сб. / Росстат – М., 2015
8. Управление персоналом: Энциклопедия / Под ред. проф. А.Я. Кибанова. М.: ИНФРА - М, 2009

© Васнев С.А., 2016

© Васнева Н.Н., 2016

## К ВОПРОСУ О СТИМУЛИРОВАНИИ ТРУДА ПЕРСОНАЛА: СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ КРІ

В современных условиях ускорения научно - технического прогресса необходимо постоянно стремиться использовать мировые достижения во всех сферах человеческой деятельности. В рыночной экономике при острейшей конкуренции важным фактором развития предприятия являются человеческие ресурсы. Отсутствие современной системы оценки и стимулирования качественного и эффективного труда негативно сказывается на балансе личных интересов работника и интересов организации и создает предпосылки снижения конкурентоспособности предприятия [1, с.3].

Необходимо заметить, что сегодня активно развиваются и находят применение принципиально новые подходы к качественно - количественной оценке социально - экономических явлений [2 - 6], одним из которых является КРІ. КРІ (Key Performance Indicator) – показатели деятельности предприятия, которые помогают организации в достижении стратегических и тактических целей [5].

Говоря об использовании КРІ в управлении бизнес - процессами организации, можно заметить, что в данной системе определены измерители результативности, эффективности, производительности бизнес - процессов.

Выделяют следующие виды ключевых показателей:

1. *КРІ результата* – каков произведен результат?
2. *КРІ затрат* – сколько затрачено ресурсов?
3. *КРІ функционирования* – показатели выполнения бизнес - процессов (позволяет оценить соответствие процесса требуемому алгоритму его выполнения);
4. *КРІ производительности* – производные показатели, которые характеризуют соотношение между полученным результатом и временем, затраченным на то, чтобы его получить;
5. *КРІ эффективности* – производные показатели, которые характеризуют соотношение полученного результата к затратам ресурсов.

Каждый показатель системы можно соотнести к какому - то определенному виду: финансовые – нефинансовые, количественные – качественные, индивидуальные – командные, запаздывающие – опережающие, оперативные – стратегические, результативности – эффективности, абсолютные – относительные, функциональные – проектные.

Цели и КРІ для определенной должности в организации зависят от ее стратегии. Стратегия в большей степени объясняет специфику работы сотрудников, а значит и их цели. Поэтому для определения показателя эффективности необходимо первоначально определить цель, и тогда место системы КРІ в структуре бизнес - процессов с применением управления по целям можно представить следующим образом:

1. Стратегия и понимание бизнес–процессов (приоритеты);

2. Целеполагание (чего добиться?);
3. КРІ (измерение);
4. План работ (как сделать?).

Следует добавить, что при становлении КРІ для какой - либо должности нужно учитывать как обычные протекающие консервативные задачи, которые сотрудник выполняет на конкретной должности, так и нестандартность, которая напрямую связана со стратегией компании. Поэтому денежное стимулирование персонала на базе КРІ направлено на достижение долгосрочных и краткосрочных целей организации в совокупности с ростом мотивации сотрудника на выполнение его должностных обязанностей.

Любой КРІ имеет свой, так называемый, жизненный цикл. При первоначальном определении показателя он становится мощным стимулирующим фактором повышения результативности работника, но, к сожалению, со временем это воздействие ослабевает, и в такой момент его целесообразно обновить, пересмотреть. Поэтому в организации при использовании этого мощного современного инструмента КРІ необходимо непрерывно анализировать эффективность системы мотивации персонала. В связи с этим по данным статистики инверсию набора показателей следует проводить не чаще одного раза в год, а для введения новых показателей обязательно наличие следующих фактов: изменение функций сотрудника; изменение стратегических приоритетов; стабильность и совершенствование используемых показателей.

Важно отметить то, что сотрудники организации должны понимать, что их личные цели и интересы будут достигнуты только тогда, когда будут достигнуты цели самой компании. Полученная прибыль организации является непосредственным источником выплаты вспомогательного премирования.

Применение в менеджменте инструмента КРІ несомненно способствует формированию более эффективной системы мотивации персонала, основу которой можно представить в виде схемы (рис.1) [6].

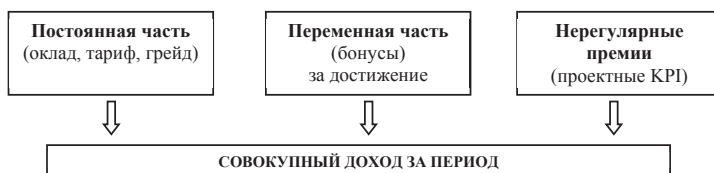


Рис.1 – Составные части системы мотивации на основе КРІ

Источники премирования: фонд оплаты труда, прибыль компании, фонд социального развития организации, экономия фонда оплаты труда, получение дополнительной чистой прибыли, направляемой на потребление; сумма экономии оборотных средств, сырья, материальных и прочих ресурсов.

Необходимо добавить, что система вознаграждения на основе ключевых показателей эффективности КРІ позволяет сформировать следующие эффективные критерии системы мотивации: четко поставленные, достижимые цели и задачи для каждого сотрудника организации; понятный механизм оценки деятельности и результатов сотрудников,

привязанный к определенной периодичности в зависимости от должности; простота и прозрачность в расчетах системы мотивации.

Таким образом, система стимулирования труда на основе КРІ позволяет оценить эффективность и качество труда каждого сотрудника, мобилизовать трудовой потенциал, создать необходимую заинтересованность работника в росте индивидуальных результатов, предоставить материальное вознаграждение за способности, за реальные усилия, за результат, позволившие обеспечить достижение баланса личных интересов, целей и целей организации.

#### **Список использованной литературы:**

1. Харитонов П.В. Теоретические особенности понятия «стимулирование труда» в экономической науке // Проблемы социально - экономического развития Сибири. 2015. № 2 (20). С. 54 - 58.
2. Вахрушева М.Ю., Харитонов П.В. Качественно - количественная оценка социально - гуманитарных явлений на основе метода нечетких множеств: прикладной аспект // Проблемы социально - экономического развития Сибири. 2014. № 3 (17). С. 9 - 16.
3. Вахрушева М.Ю., Евдокимов И.В. Разработка программного обеспечения аналитических информационных систем // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2014. Т. 1. С. 196 - 199.
4. Вахрушева М.Ю. Математические методы прогнозирования в экономике // Актуальные вопросы экономических наук. 2015. № 46. С. 105 - 109.
5. Панов М. М. Оценка деятельности и система управления компанией на основе КРІ. - М.: Инфра - М, 2013. – 255 с.
6. Ключков А.К. КРІ и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов. - Эксмо, 2010. - 160 с.

© М.Ю. Вахрушева, 2016

**УДК 336.025**

**А. А. Веселов**

студент 3 курса экономического факультета  
Поволжский Государственный Технологический Университет  
г. Йошкар - Ола, Российская Федерация

### **СОВРЕМЕННЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ БАНКОВ**

Современное общество не может обойтись без денежного хозяйства, которое в свою очередь тесно связано с банками. Банки помогают воспроизводить потребности общества. Находясь внутри экономической политики, обслуживая интересы производителей, банки реализуют связи между промышленностью и торговлей, сельским хозяйством и населением. Банки - это определение не отдельно взятое с экономического региона или отдельной страны, а это обычное явление, обладающее мощной финансовой силой и

достаточным денежным капиталом. К сожалению, банки в России, всё же потеряли свою изначально высокую роль.

Серьёзные изменения в экономических отношениях России, немного отразились на организации банковской системы и продуктах ее деятельности.

За последние года система кредитования в России прошла длинный путь развития. Произошедшие изменения заделали не только политику банковского дела, но и технологии кредитных операций.

Соединения коммерческих интересов банков с интересами общества требует выработки нового подхода к кредитованию, совершенно другого метода предоставления ссуд.

Тенденции современной банковской системы: увеличение количества оказания услуг, использование современных технологий, новшества в информационных системах и минимальное использование человеческого труда.

Банковские услуги становятся все более понятными клиентам, а сама способность банка к приспособлению его услуг под желания определённого клиента является важным фактором успеха в конкурентной борьбе. Использование современной банковской системы дало свои результаты, которые в свою очередь помогли определить проблему всех банковских услуг. Поиск решения проблемы задавался давным - давно, но именно в последнее время ему уделили большое внимание.

Кредит – это одна из частей финансовых отношений обеспечивающих жизнедеятельность и функционирование рыночного хозяйства, являясь источником удовлетворения спроса на денежные ресурсы. Он стимулирует развитие производительных сил, ускоряет создание источников финансирования для увеличения действий, полагаясь на достижения научно - технического прогресса. Кредит способен оказывать активное воздействие на объём и структуру денежной массы, платёжного оборота, скорость обращения денег. В то же время кредит нужен для поддержки непрерывности круговорота денежных фондов различных организаций, а так же обслуживания процессов реализации производственных товаров.

При развитии банков происходит столкновение с различными трудностями. Ими могут быть внутренние и внешние препятствия. К внутренним факторам относятся малоразвитые системы управления. Зачастую это малый уровень бизнес - планирования или неудобство для руководства. Появление сомнительных услуг и ведение нечестного характера работы.

К внешним сдерживающим факторам можно отнести большие риски кредитования, нерешённых множества важных проблем законодательства, ограниченные финансовые возможности банков.

Помимо этого, вся российская финансовая сфера имеет сравнительно низкую инвестиционную привлекательность, о чем показывает динамика инвестиций, а в отношении банковского отношений — и снижающаяся доля иностранного капитала.

Перспективы развития кредитных технологий зависят в повышении привлекательности кредитных продуктов, улучшения качества услуг и расширения их выбора. Ну а дальше просто упростить и ускорить процессы выдачи кредитов. Всё так же значимым остаётся административный груз, возложенный на банки в связи с взятием финансов на выполнение им операций. Ни к чему усложнили процедуры соединения капитала и не решили вопросы об отчетности банков в электронном виде.



Наряду с перечисленными факторами существуют такие проблемы методического характера, как необходимость дальнейшего развития системы рефинансирования, в том числе путем расширения круга инструментов управления ликвидностью.

Конечно, наша банковская система действительно нуждается в создании и использовании новых технологии разработки и внедрения информационных систем в банковские услуги.

#### **Список использованной литературы:**

1. Банки и банковское дело / Под ред. И.Т. Балобанова. – СПб.: Питер, 2003. – 256 с.
2. Банковское дело: дополнительные операции для клиентов: Учебник / Под ред. проф. А.М. Тавасиева. — М.: Финансы и статистика, 2005, — 416 с.
3. Кузьменко Т.Н., Дьяконова М.Л., Ковалева Т.М. Финансы и кредит. Учебник для вузов. – М.: Кнорус, 2006.
4. Понятие банковских рисков и их классификация: Учебник / Под ред. Е.А. Кондратюк. - М.: Вазар - Ферро, 2004.
5. Экономика России в зеркале статистики // Экономика, 2006, № 2.
6. Экономический анализ деятельности коммерческого банка: Учебник для вузов / Под ред. Л.Г. Батракова. – М.: Логос, 2003

© А.А. Веселов, 2016

**УДК 330.322:339.9**

**М.А. Войтова**

студент факультета «Финансы и кредит»

**Л.К. Улыбина**

д.э.н., профессор кафедры финансов

### **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЦЕССА В СТРАНАХ - ЧЛЕНАХ ЕАЭС: ГАРМОНИЗАЦИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

В статье рассматривается сущность инвестиционного процесса в странах - членах ЕАЭС. Отмечаются преимущества и недостатки инвестиционных проектов в этих странах. Приводятся статистические данные, которые характеризуют инвестиционный процесс в странах - членах ЕАЭС. Определяются пути дальнейшего развития инвестиционных отношений в ЕАЭС с учетом гармонизации действующего национального законодательства.

Ключевые слова: интеграция, инвестиции, ЕАЭС, гармонизация законодательства.

На современном этапе состояние инвестиционного процесса в ЕАЭС характеризуется сложностью и многосторонностью расчетов финансовых отношений, рискованностью проектов в национальных государствах - членах союза.

С января 2015г. интеграционные процессы между Россией, Белоруссией, Казахстаном и присоединившейся Арменией регулируются Договором о Евразийском экономическом

союзе (с мая 2015г. к ним присоединилась Киргизия) [4]. Руководствуясь нормами договора о ЕАЭС возникает необходимость упрощения или упразднения избыточного внутреннего регулирования, в т.ч. разрешительных процедур и требований для поставщиков, получателей услуг [1]. Это означает, что между членами ЕАЭС должны быть выработаны унифицированные подходы к реализации всех стадий инвестиционного процесса. Интеграция в рамках ЕАЭС воспринимается как рычаг экономического роста, что обуславливает повышенный интерес к финансовому обеспечению интеграционных отношений, где центральное место отводится инвестиционному процессу.

Инвестиционный процесс является предметом анализа, регулирования и контроля на государственном уровне [8]. При этом государство с помощью прямых административных и косвенных экономических и правовых методов воздействия на все хозяйственные единицы должно обеспечивать:

- оптимальный уровень инвестиций в составе ВВП страны и отдельных ее регионов;
- оптимальную структуру инвестиций в отраслевом, территориальном и социальном разрезах;
- оптимальную отдачу от инвестиций в виде экономических и социальных эффектов.

Суть инвестиций состоит в преобразовании средств вкладчика в активы, создающие новую стоимость при их использовании, что диктует правила при выработке единообразной инвестиционной политики, единых ставок дисконта, унифицированной методики оценки динамических показателей эффективности инвестиций для государств – участников ЕАЭС.

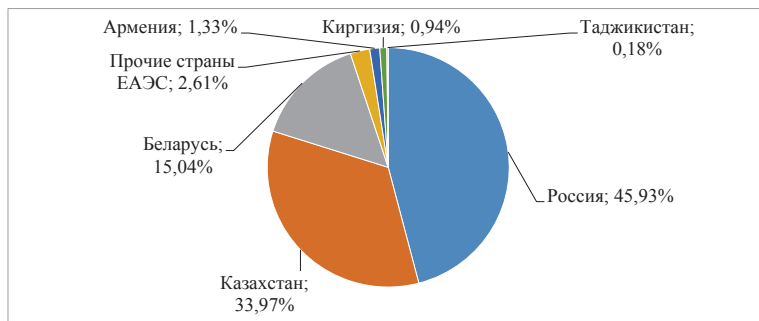


Рисунок 1 - Распределение текущего инвестиционного портфеля стран ЕАЭС в 2015г. [9].

Анализ показал, что распределение текущего инвестиционного портфеля по государствам - членам ЕАЭС характеризуется резкой дифференциацией.

Ключевым вопросом стимулирования инвестиционных отношений в ЕАЭС является поддержка реализуемых проектов развития банками, такими как Евразийский банк развития, а также любой другой банк, который претендует на определенную роль в интеграционных процессах.

На эффективность инвестиционных проектов воздействует комплекс различных предпосылок, вместе с тем целесообразно учитывать такой фактор как степень благоприятности ведения бизнеса. В рейтинге 10 лучших стран по степени благоприятности ведения бизнеса на 1 - м месте стоит Сингапур, на 2 - м Гонконг и Китай,

на 3 - м - Новая Зеландия, далее следуют США, Дания, Норвегия, Великобритания, Республика Корея, Грузия, Австралия [2].

Значительный интерес, который имеет определенную ценность для эффективности ведения бизнеса и привлечения инвестиций в экономику России, вызывает ст. 43 «Тарифные льготы» Договора о Евразийском экономическом союзе [1]. Она гласит, что в отношении товаров, ввозимых на таможенную территорию ЕАЭС, могут применяться тарифные льготы в виде освобождения от уплаты или снижения ставки ввозной таможенной пошлины.

В ходе гармонизации инвестиционного законодательства большое значение имеет опыт инвестирования других государств в экономику стран - членов ЕАЭС, в частности инвестирования Китая в экономику Казахстана, России и Республики Беларусь. Реалии таковы, что основные инвестиционные проекты китайских корпораций связаны с топливным комплексом, прежде всего с добычей нефти и природного газа. Из 24,6 млрд долл. накопленных инвестиций более 17,3 млрд долл. было вложено в добычу нефти и газа, а 6,2 млрд долл. – в строительство магистральных нефтепроводов. Также инвестировано в стекольное производство и автомобилестроение в России и в производство электротехники автомобильных компонентов и гостиничный бизнес в Республике Беларусь. Причем более 90 % или 22,57 млрд долл. инвестиций Китая в ЕАЭС приходится на Казахстан. Ослабление связей Китая с Россией в инвестиционных отношениях обусловлено некоторой осторожностью в принятии решений о капитальных вложениях в топливно - энергетический комплекс. Вместе с тем инвестиционные процессы требуют совершенствования в условиях долгосрочного развития всех стран - членов ЕАЭС.

Отметим роль трех государств, внесших существенный вклад в инвестиционный процесс единого экономического пространства: России, Казахстана и Республики Беларусь. Данную роль проследим, опираясь на рейтинги информантств (таблица 1).

Таблица 1 – Место стран - членов ЕАЭС в комплексных рейтингах условий для ведения бизнеса Всемирного банка

Год	Россия	Казахстан	Республика Беларусь
Рейтинг - 2007г.	96	63	129
Рейтинг - 2012г.	120	47	69
Рейтинг - 2013г.	112	49	58
Рейтинг - 2015г.	92	50	63

Реалии таковы, что Россия уступает Казахстану по семи позициям, причем по трем (защита прав инвестора, начало бизнеса и уплата налогов) весьма существенно, а Белоруссии – по пяти критериям [9].

Среди предпосылок дальнейшей гармонизации и унификации инвестиционного процесса в странах - членах ЕАЭС выступает новый масштаб международных экономических отношений, в основе которого положен принцип свободной торговли. Так в настоящее время интерес к созданию зоны свободной торговли с государствами - членами ЕАЭС вызывает у 20 стран, среди которых: Чили, Монголия, Израиль, Вьетнам.

В сфере совместного производства интеграционный приоритет будут иметь отрасли, которые создают товары с высокой добавленной стоимостью. В новых интеграционных

условиях потребуются совершенствование механизма обеспечения госгарантиями частных партнеров на территории ЕАЭС. В создавшихся внешнеэкономических условиях необходима унификация национального законодательства, регулирующего межрегиональное взаимодействие и приграничное сотрудничество, развитие межгосударственной правовой базы.

Исследуя проблемы и приоритеты развития инвестирования, можно отметить, что основной развития инвестиционного и страхового рынка является рост накопленного капитала страховыми компаниями, превращающий компании экономически развитых стран в крупные инвестиционные институты, играющие важную роль на финансовом рынке. Способность аккумулировать финансовые потоки и направлять их на развитие экономики превращает страховые организации в мощного институционального инвестора [5].

Так например, динамика инвестиций страховых институтов России констатирует существенные изменения, инвестиции в 2014г. составили 969 млрд руб., что больше в 1,9 раза по сравнению с 2007г. Структурный анализ инвестирования страховыми организациями в 2014г. показал наличие таких инструментов, как долговые ценные бумаги (20,2 %), банковские депозиты и денежные средства (18,4 %), акции (7,9 %), прочие инвестиции (29,4 %), вклады в уставные капиталы (1,6 %) [6].

Исследование тенденций и факторов развития страховых институтов мирового страхового сектора показала, что в дальнейшем стратегическом развитии намечается рост страховых платежей и инвестиционных ресурсов страховщиков, не смотря на продолжающиеся снижения в страховом секторе, что доказывает о безубыточности данного сектора финансового рынка. Причинами снижения являются факторы, такие как неритмичность формирования страховых рынков, финансовый глобальный кризис, оказывающие воздействие на результаты деятельности страховщиков [7].

В условиях глобализации регламентирование инвестиционной и страховой деятельности в странах - членах ЕАЭС осуществляется директивами ЕАЭС и внутренним законодательством [5].

Законы, регулирующие инвестиционный процесс в трех основных странах - членах ЕАЭС, содержат различные толкования, как самого термина «инвестиции», так и принципов их реализации. В России действуют три основных закона, регулирующих инвестиционный процесс, в Республике Беларусь – вновь введенный Закон «Об инвестициях» и Банковский кодекс, действия которого не предусмотрено в других странах союза. Для инвестиционной законодательной базы Казахстана характерной чертой является скудность правового поля в отличие от России и Белоруссии. Однако наличие большого количества законов в области инвестиционной деятельности, как и в России, не означает, что все проблемы в сфере инвестиций решены, а напротив, обуславливает риск неоднозначного толкования понятий и принципов реализации инвестиционного процесса [3].

После выявления проблем в действующем состоянии и развитии нормативно - правовой базы в реализации инвестиционного процесса в ЕАЭС необходима разработка конкретных действенных мер. Одной из ключевых задач является формирование унифицированного подхода к реализации норм права в области осуществления инвестиционной деятельности для компаний стран - членов ЕАЭС. Разработка «дорожной карты» инвестиционного

сотрудничества на срок до 2030г. – это один из вариантов решения проблемы регулирования инвестиционного взаимодействия между государствами - членами ЕАЭС.

Таким образом, для этих стран помимо проблем государственно - частного партнерства необходимо решать задачи стимулирования взаимных инвестиций. Приоритетными направлениями развития взаимных инвестиций могут стать: развитие экспортной инфраструктуры (увеличение мощностей продуктовых и промышленных терминалов); приобретение высокопроизводительных объектов машиностроения; создание крупных межгосударственных активов в рамках евразийских транснациональных корпораций.

#### **Список использованной литературы**

1. Договор о Евразийском экономическом союзе (Астана, 29.05.2014г.)
2. Еремина С.Л. Международный опыт регулирования малых и средних предприятий // Финансы. 2015. № 8. С. 11.
3. Иголкина Л.М. Формирование экономических условий развития государственно - частного партнерства в России // Экономика и управление. 2014. № 12. С. 39.
4. Кнобель А.Ю. Евразийский экономический союз: перспективы развития и возможные препятствия // Вопросы экономики. 2015. № 3. С. 87.
5. Огорокова О.А. Зарубежный опыт инвестиционной деятельности страховых компаний // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2012. № 1. С. 98.
6. Огорокова О.А. Инвестиционная деятельность страховых институтов в условиях риска и в неопределенности / О.А. Огорокова, Л.К. Улыбина // Экономические науки – 7(125). 2015 С. – С.75 – 84.
7. Огорокова О.А. Роль страхования в воспроизводственном процессе экономически развитых стран / О.А. Огорокова // Экономика и предпринимательство. – 2015. - №8. Ч.1 (61 - 1) – С.42 - 48.
8. Хазанович Э.С. Инвестиции: учеб. пособие / Э.С. Хазанович. - М.: Кнорус, 2013. С. 320.
9. Евразийский Банк Развития URL: [www.eabr.org](http://www.eabr.org)

© М.А. Войтова, 2016

**УДК 658.15**

**М.А. Войтова**

студент факультета «Финансы и кредит»

**О.А. Герасименко**

к.э.н., доцент кафедры финансов

#### **ПРОЦЕДУРА САНАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ**

Залогом выживаемости и основой стабильности организации является финансовая устойчивость, такое состояние финансовых ресурсов, гарантирующее его постоянную

платежеспособность. За счет собственных средств организация покрывает вложенные в активы средства, в срок отвечает по своим обязательствам и не допускает неоправданной кредиторской и дебиторской задолженности.

Определение устойчивого развития коммерческих отношений необходимо как для самих хозяйствующих субъектов, так и для их партнеров, которые справедливо желают владеть информацией о стабильности, надежности и финансовом благополучии своего клиента или заказчика. Поэтому все больше контрагентов вовлекаются в исследования и оценку устойчивости конкретного хозяйствующего субъекта.

Цель исследования – оценка и управление финансовой устойчивостью организации. Объектом исследования является финансовое положение ООО «Брюховецкий Хлебозавод».

Финансовая устойчивость организации – это независимость его в финансовом отношении и соответствие состояния активов и пассивов задачам финансово - хозяйственной деятельности. Финансовая устойчивость формируется в процессе всей производственно - хозяйственной деятельности и является основным компонентом общей устойчивости организации [2].

Финансовая устойчивость строится на оптимальном соотношении между оптимальными видами активов организации (Внеоборотными или оборотными активами с учетом их внутренней структуры) и источниками их финансирования (собственными или привлеченными средствами).

В России для оценки финансовой устойчивости в настоящее время разработано и используется множество методик. И отличие между ними заключается в подходах, критериях, способах и условиях проведения анализа.

Обычно оценка финансовой устойчивости проводится по следующим направлениям:

1) анализ имущественного состояния, структуры и динамики источников его формирования;

2) анализ платежеспособности и ликвидности;

3) анализ коэффициентов финансовой устойчивости [3,5].

4) анализ рентабельности и кредитоспособности [4].

Финансовая устойчивость характеризуется:

1) соотношением собственных и заемных средств;

2) темпами накопления собственных источников;

3) соотношением краткосрочных и долгосрочных обязательств;

4) обеспечением материальных оборотных средств собственными источниками.

При оценке финансовой устойчивости, менеджерами применяется аналитический подход, т.е. рассчитанные фактические показатели сравниваются с экстремальными (вытекающие из практики западных развитых стран и России). Расчет показателей финансовой устойчивости дает финансовому менеджеру часть информации, которая необходима для принятия решения о целесообразности привлечения дополнительных заемных средств. Поэтому управляющему необходимо знать, как организация может расти без привлечения источников финансирования [1].

Проведем оценку финансовой устойчивости на примере ООО «Брюховецкий Хлебозавод».

В настоящее время здесь работает около 165 человек со средней зарплатой 10770 рублей. Сегодня хлебозавод производит 123 наименования хлебобулочных и кондитерских изделий. Ежедневная производительность ООО «Брюховецкий хлебозавод» - 5 тонн хлеба, 1,5 тонн булочных изделий и 250 кг кондитерских изделий. Завод имеет хорошо развитую торговую сеть. Более 200 предпринимателей, предприятий и организации заключили договора на поставку продукции, производимой этой организацией.

Всего имущества у организации в 2014 г. составляет 7152 тыс. руб., за 3 года активов уменьшилось на 35 %. Внеоборотные активы складываются из основных средств на сумму 2869 тыс. руб. Общая сумма оборотных активов составляет 4283 тыс. руб. Снижение имущества объясняется за счет снижения основных средств на 32 %, запасов на 27 % и дебиторской задолженности на 52 %. Имущество организации представляется главным образом за счет основных средств и запасов. Такие активы как денежные средства имеют незначительный удельный вес и их необходимо наращивать.

Основными источниками формирования имущества за исследуемый период является кредиторская задолженность, которая уменьшилась на 35 %. У организации отсутствуют собственные источники формирования имущества, в 2014 г. составило - 55 тыс. руб. Это позволяет сделать вывод, что Брюховецкий Хлебозавод зависит от кредиторов, но за последние годы удалось снизить эту задолженность.

За 3 года у организации наблюдается рост выручки от реализации на 15 %, рост валовой прибыли на 48 %. Но в тоже время происходит и рост себестоимости реализации продукции на 14 %, наблюдается рост коммерческих расходов на 130 % и прочих расходов на 55 %. Организации необходимо снижать расходы с целью увеличения чистой прибыли.

Рассмотрим результаты производственной деятельности ООО «Брюховецкий Хлебозавод» характеризующихся рядом показателей финансовой устойчивости в таблице 1.

Таблица 1 - Расчет показателей финансовой устойчивости  
ООО «Брюховецкий Хлебозавод»

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Абсолютно е изменение	Рекомендуем ое значение
Коэффициент финансового риска	194,47	132,67	131,03	63,44	< 0,7
Коэффициент долга	1,01	1,01	1,01	0	< 0,4
Коэффициент автономии	- 0,01	- 0,01	- 0,01	0	> 0,5
Коэффициент финансовой устойчивости	- 0,01	- 0,01	- 0,01	0	0,8 - 0,9
Коэффициент маневренности собственных источников	коэффициент не рассчитывается при отрицательном собственном капитале			-	0,2 - 0,5
Коэффициент	- 0,63	- 0,78	- 0,68	- 0,05	-

устойчивости структуры мобильных средств					
Коэффициент обеспеченности оборотного капитала собственными источниками	- 0,63	- 0,78	- 0,68	0,05	0,1 - 0,5

Значение коэффициента финансового риска не соответствует нормативам, что свидетельствует об опасности недостатка собственных денежных средств, и может служить причиной затруднений в получении новых кредитов.

Коэффициент долга превышает рекомендуемое значение менее 0,4 и составил 1,01, что говорит о неустойчивом финансовом положении организации и наличии больших долгов.

Коэффициент автономии организации составил - 0,01. Полученное значение показывает, что организации не имеет собственного капитала и полностью зависит от кредиторов.

Коэффициент финансовой устойчивости не соответствует рекомендуемому значению, а, следовательно, организация зависит от внешних источников финансирования и хронически не платежеспособно.

Отрицательный коэффициент маневренности означает низкую финансовую устойчивость в сочетании с тем, что средства вложены в медленно реализуемые активы, а оборотный капитал формировался за счет заемных средств.

Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами используется как признак несостоятельности (банкротства) организации, что подтверждает его отрицательное значение и несоответствие нормативу.

Рассмотрим анализ финансовой устойчивости по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств в таблице 2.

Таблица 2 - Расчет величины излишка (недостатка) собственных оборотных средств в ООО «Брюховецкий Хлебозавод»

Показатель собственных оборотных средств (СОС)	Значение показателя			Недостаток		
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
СОС1 (без учета долгосрочных и краткосрочных пассивов)	- 4281	- 4406	- 2924	- 8030	- 8163	- 5661
СОС2 (с учетом долгосрочных пассивов; фактически равен чистому оборотному капиталу,	- 4281	- 4406	- 2924	- 8030	- 8163	- 5661
СОС3 (с учетом как долгосрочных пассивов, так и краткосрочной задолженности по кредитам и займам)	- 4281	- 4406	- 2924	- 8030	- 8163	- 5661



Поскольку в 2014 г. наблюдается недостаток собственных оборотных средств, рассчитанных по всем трем вариантам, финансовое положение организации по данному признаку можно характеризовать как неудовлетворительное. Следует обратить внимание, что несмотря на неудовлетворительную финансовую устойчивость все три показателя покрытия собственными оборотными средствами запасов за анализируемый период улучшили свои значения.

Понятие ликвидности при ситуации с кредитованием определяется следующим образом: ликвидность - это способность заемщика осуществить своевременное исполнение долговых обязательств; другими словами - его платежеспособность. Проведем анализ ликвидности в таблице 3.

Таблица 3 - Расчет показателей ликвидности ООО «Брюховецкий Хлебозавод»

Показатель ликвидности	Значение показателя			Абсолютное изменение	Рекомендуемое значение
	2012 г.	2013 г.	2014 г.		
Коэффициент текущей ликвидности	0,61	0,56	0,59	- 0,02	2 >
Коэффициент уточненной ликвидности	0,27	0,19	0,21	- 0,06	1 >
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,01	0,01	0,02	0,1	0,2 >

На последний день анализируемого периода коэффициент текущей ликвидности, уточненной ликвидности и абсолютной ликвидности намного ниже нормативного значения. Это означает, что организации недостаточно активов, которые можно в сжатые сроки перевести в денежные средства, чтобы погасить краткосрочную кредиторскую задолженность.

На основе проведенных расчетов определим тип финансовой устойчивости в таблице 4.

Таблица 4 - Определение типа финансовой устойчивости ООО «Брюховецкий Хлебозавод»

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Собственный капитал	- 57	- 76	- 55
Внеоборотные активы	4224	4330	2869
Наличие собственных оборотных средств (Ес)	- 4281	- 4406	- 2924
Долгосрочные обязательства	0	0	0
Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования оборотных средств (Ед)	- 4281	- 4406	- 2924
Краткосрочные кредиты и займы	0	0	0
Общая величина основных источников средств (ЕΣ)	- 4281	- 4406	- 2924
Общая сумма запасов и затрат	3768	3757	2737
Излишек (недостаток) собственных оборотных средств (ΔЕс=Х1)	- 8049	- 8163	- 5661
Излишек (недостаток) собственных и долгосрочных заемных источников покрытия запасов (ΔЕд=Х2)	- 8049	- 8163	- 5661

Излишек (недостаток) общей величины основных источников финансирования запасов ( $\Delta E_{\Sigma} = X3$ )	- 8049	- 8163	- 5661
Трехфакторная модель типа финансовой устойчивости S= {S(X1);S(X2);S(X3)}	{0;0;0}	{0;0;0}	{0;0;0}

Исследования показали, что у ООО «Брюховецкий Хлебозавод» кризисное (критическое) финансовое состояние. Организация находится на грани банкротства, то есть имея достаточно большую кредиторскую задолженность, запасы и затраты не обеспечиваются источниками их формирования.

Учитывая многообразие финансовых процессов, множественность показателей финансового состояния, различия в уровне критических оценок, формирующуюся степень отклонения от них фактических значений коэффициентов и возникающие с этим сложности в общей оценке финансового положения организации проведем балльную оценку финансового состояния в таблице 5.

Таблица 5 - Балльная оценка уровня финансового состояния  
ООО «Брюховецкий Хлебозавод»

Показатель	2012 г.		2013 г.		2014 г.	
	Значение	Кол - во баллов	Значение	Кол - во баллов	Значение	Кол - во баллов
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,01	1	0,01	1	0,02	1
Коэффициент уточненной ликвидности	0,27	1,5	0,19	1	0,21	1,3
Коэффициент текущей ликвидности	0,61	0,3	0,56	0,1	0,59	0,2
Доля оборотных средств в активах	- 0,39	0	- 0,44	0	- 0,41	0
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	- 0,63	0,2	- 0,78	0,2	- 0,68	0,2
Коэффициент задолженности	194,47	0	132,67	0	131,03	0
Коэффициент финансовой автономии	- 0,01	0	- 0,01	0	- 0,01	0
Коэффициент финансовой	- 0,01	0	- 0,01	0	- 0,01	0

устойчивости						
Итого	X	3	X	2,3	X	2,7
Класс финансового состояния	5 класс		5 класс		5 класс	

Анализ таблицы 5 показал, что ООО «Брюховецкий Хлебозавод» относится к 5 классу. Следовательно, ООО «Брюховецкий Хлебозавод» организация с кризисным финансовым состоянием. Она не платежеспособна и абсолютно неустойчива с финансовой точки зрения. Эта организация убыточна.

Так как ООО «Брюховецкий хлебозавод» находится в глубоком кризисе и самостоятельно не сможет его преодолеть, мы предлагаем прибегнуть к помощи внешних резервов таких как программа санации, предусматривающая поглощение хозяйствующим субъектом - санатором организации должника, работающих в одной отрасли. Суть проекта санации это поглощение Общества с ограниченной ответственностью «Брюховецкий Хлебозавод» Обществом с ограниченной ответственностью «Тимашевский Хлебокомбинат». Организации расположены географически близко друг от друга поэтому не потребует строительства дополнительных производственных помещений и перемещения подразделений, но минусом является то, что организации находятся в разных городах, поэтому будут затраты на транспорт, но не значительные, так как временной отрезок между ними составляет 30 - 40 минут.

Сумма средств для реализации проекта складывается из двух частей: внеоборотные и оборотные средства предприятий участников (таблица 6) и средства, для погашения кредиторской задолженности участников санации.

Кредиторская задолженность ООО «Брюховецкий Хлебозавод» 7207 тыс руб. а ООО «Тимашевский Хлебокомбинат» 8680 тыс. руб.

Таблица 6 - Имущество участников проекта санации, тыс. руб.

Наименование имущества	ООО «Брюховецкий Хлебозавод»	ООО «Тимашевский Хлебокомбинат»	Итого
Основные средства	2869	7910	10779
Запасы	2737	4604	7341
Дебиторская задолженность	1409	37324	38733
Денежные средства	137	32	169
Всего	7152	50360	57512

Из таблицы видно, что сумма всех активов после поглощения увеличилась, что значит, что организация - санатор сможет предоставить необходимую сумму для уплаты обязательств организации - должнику из собственных средств, не прибегая к дополнительным займам. Для этого можно распродать часть внеоборотных и оборотных активов Брюховецкого Хлебозавода (например те, которые аналогичны или не нужны активам Тимошевскому Хлебокомбинату). Так же можно продать часть дебиторской задолженности факторинговым компаниям и направить на уплату долгов. В результате реорганизации организации получают дополнительные ресурсы, которые будут направлены

на обновление и улучшение производственной базы, пополнение оборотных средств. Определим тип финансовой устойчивости ООО «Тимашевский Хлебокомбинат» после поглощения ООО «Брюховецкий Хлебозавод» (таблица 7).

Таблица 7 - Определение типа финансовой устойчивости  
ООО «Тмашевский Хлебокомбинат»

Показатель	2014 г.
Собственный капитал	34642
Внеоборотные активы	11269
Наличие собственных оборотных средств (Ес)	23373
Долгосрочные обязательства	1358
Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования оборотных средств (Ед)	24731
Краткосрочные кредиты и займы	5625
Общая величина основных источников средств (Е $\Sigma$ )	30356
Общая сумма запасов и затрат	7341
Излишек (недостаток) собственных оборотных средств ( $\Delta E_c = X1$ )	16032
Излишек (недостаток) собственных и долгосрочных заемных источников покрытия запасов ( $\Delta E_d = X2$ )	17390
Излишек (недостаток) общей величины основных источников финансирования запасов ( $\Delta E_{\Sigma} = X3$ )	23015
Трехфакторная модель типа финансовой устойчивости S= {S(X1);S(X2);S(X3)}	{1;1;1}

Исследования показали, что поглощение Брюховецкого Хлебозавода не отразится на типе финансовой устойчивости Тимашевского Хлебокомбината, установлена абсолютная финансовая устойчивость.

### Список использованной литературы

1. Герасименко О.А. Роль и значение оценки финансового состояния организации в разработке финансовой политики / О.А. Герасименко, В.С. Сидельникова / В сборнике: Общество и экономика постсоветского пространства Международный сборник научных статей. Ответственный редактор А.В. Горбенко. – Липецк, 2014. - С. 30 - 34.
2. Корпоративные финансы: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «Экономика» (уровень бакалавриата) / Под ред. Липичу. – М.: КНОРУС, 2015.
3. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. – М.: Проспект, 2013. - С.424.
4. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика / Е.С. Стоянова. – М.: «Перспектива», 2013. - С. 656.
5. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – М.: ИНФРА - М, 2014. - С. 208.

© М.А. Войтова, О.А. Герасименко, 2016

## РОЛЬ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

Со времени появления налогов проблема совмещения интересов государства и прав налогоплательщиков стоит на первом месте. Государство стремится максимально пополнить казну, а налогоплательщик стремится защитить свои интересы, добиваясь, чтобы налоговый гнет был минимальным.

Экономическая безопасность и ее налоговая составляющая - налоговый контроль в последние годы приобретают в Российской Федерации особую актуальность. Налоговую безопасность необходимо рассматривать как одну из наиболее важных подсистем экономической безопасности государства.

Система налоговой безопасности государства должна обеспечить формирование достаточных государству и местному самоуправлению финансовых ресурсов, а налоговый контроль должен являться механизмом обеспечения налоговой безопасности [1, с.187].

Налоговым контролем признается деятельность уполномоченных органов по контролю за соблюдением налогоплательщиками, налоговыми агентами и плательщиками сборов законодательства о налогах и сборах. Основная цель налогового контроля - обеспечение законности и эффективности налогообложения.

По данным налоговой отчетности, примерно один из шести налогоплательщиков относительно исправно и в полном объеме платит в бюджет причитающиеся налоги. Около половины налогоплательщиков платят налоги, но всеми доступными им законными, а чаще незаконными способами минимизируют свои налоговые обязательства. Остальные налогоплательщики вообще не платят налоги: одни показывают так называемые нулевые балансы, а другие не становятся на учет в налоговых органах [2, с. 59].

На основании статистической налоговой отчетности формы № 2 - НК «Отчет о результатах контрольной работы налоговых органов» проведем анализ структуры и динамики налоговых проверок в РФ за 2012 - 2015гг. в таблице 1.

Таблица 1 - Оценка результатов налоговых проверок в РФ за 2012 - 2015 гг.

Наименование показателя	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	Отклонение		Темп роста, %	
					2013г / 2012г	2015г / 2014г	2013г / 2012г	2015г / 2014г
Камеральные проверки, тыс.ед.	36355,6	34879,4	34190,6	32870,0	- 1476,2	- 1320,4	95,9	96,1
КНП,	2102,6	1876,1	1764,9	1964,9	- 226,5	200,0	89,2	111,3

выявивших нарушения, тыс.ед.								
Результативность КНП, %	5,8	5,4	5,2	6,0	- 0,4	0,8	93,0	115,8
Доначислено, всего (млн.руб.)	52883,1	51383,9	51597,4	56543,3	- 1499,2	4945,9	97,2	109,6
Доначислено на 1 результативную КНП (тыс.руб.)	25,2	27,4	29,3	28,8	2,2	- 0,5	108,9	98,4
Выездные проверки, тыс. ед	67,4	58,1	41,3	35,8	- 9,3	- 5,5	86,3	86,5
Выявивших нарушения, тыс. ед	66,6	57,6	40,8	35,3	- 9,0	- 5,5	86,4	86,5
Результативность, %	98,8	99,00	98,8	98,8	0,2	- 0,0	100,2	99,9
Доначислено, всего(млн.руб.)	287178,7	314675,9	280808,0	290949,7	27497,2	10141,7	109,6	103,6
Доначислено на 1 результативную ВМП (тыс.руб.)	4313,3	5468,4	6877,2	8238,7	1155,1	1361,5	126,8	119,8

По данным таблицы 1 видно, что результативность камеральных налоговых проверок в исследуемом периоде составляет 5,2 - 6 % . По выездным налоговым проверкам результативность за анализируемый период приближена к 100 % .

Доначисления на одну результативную камеральную проверку составляют от 25,2 тыс.руб. в 2012г. до 28,8 тыс.руб. в 2015г., доначисления на одну результативную выездную налоговую проверку в 2012г. составили 4313,3 тыс.руб, а в 2015г. - 8238,7 тыс.руб.

В целях обеспечения экономических интересов и экономической безопасности государства ФНС России и ее органы на местах на постоянной основе осуществляют контроль за полным и своевременным поступлением налогов и других обязательных платежей в бюджетную систему государства. Основная цель контрольной работы налоговых органов – противодействие уходу от налогов и обеспечение устойчивого

поступления доходов в бюджетную систему России, что является важным фактором обеспечения ее экономической безопасности.

### **Список использованной литературы**

1. Токова Л.Д. Роль налогового контроля в обеспечении налоговой безопасности государства // TheCaspianregion: Politics, Economics, Culture / - №3(40). - 2014
2. Налоговое консультирование: теория и практика: учеб.пособие / Л.В. Севрюкова, Т.Ю. Ткачева, Л.В. Афанасьева и др.; Юго - Западный государственный ун - т. Курск,2012.223.

© С.Н. Белоусова, А.С. Волкова, 2016

**УДК 658.5**

**Н.Л. Володина,**

К.э.н.,доцент

Каф.ЭУПМ, ВГТУ

Г.Воронеж, Российская Федерация

**Т.В.Щеголева,**

К.э.н.,доцент

Каф.ЭУПМ, ВГТУ

Г.Воронеж, Российская Федерация

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА**

Стандарты в области качества позволили обобщить накопленный практический опыт предприятий в данной области путем применения некоторого набора апробированных видов работ и объединение их в единую систему качества. Бесспорным является применение стандартов, с помощью которых создается на предприятиях система менеджмента качества, соответствующая всем требованиям современного менеджмента, способствующая повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции, снижению затрат, увеличению прибыли и повышению деловой активности. На сегодняшний день деятельность по формированию и внедрению системы менеджмента качества регламентируется стандартом ИСО 9000:2015 «Система менеджмента качества. Основные положения и словарь». Разработанный стандарт устанавливает единые определения в области менеджмента качества.

Необходимость создания эффективной системы менеджмента качества сложно недооценивать, в связи с тем, что система менеджмента качества является составной частью общего менеджмента. Система менеджмента качества любого предприятия должна быть уникальна и индивидуальна. Разработанная система должна быть подчинена общим всем известным принципам и содержать стандартные элементы. Принципы системы менеджмента качества: ориентация на потребителя, процессный подход, принятие решений на основе свидетельств, менеджмент взаимоотношений. Реализация принципа менеджмент

взаимоотношений в большей степени затрагивает логистические процессы на предприятии, от эффективности которых зависит обеспечение качества. Согласно стандарту ИСО 9001:2015 «Системы менеджмента качества. Требования», выделяются следующие элементы единичного процесса: источники «входов», «входь», деятельность, «выходы», получатели «выходов», средства и методы управления. Опираясь на концепцию TQM, логистический процесс начинается с определения логистических требований (уровней обслуживания потребителя, уровней запасов, стратегий транспортировки). Эти требования устанавливаются на основании результатов логистического аудита, в ходе которого проверяются материальный менеджмент и аспекты физического распределения общей логистической систем [3, с.19]. Принцип TQM – комплексного управления как - чеством – обеспечение надежности функционирования и высокого качества работы каждого элемента логистической системы для обеспечения всеобщего качества товаров и сервиса, предоставляемым конечным потребителям [4,с.67].

Если предприятие формально строит данную систему, то в документированных процедурах и записях прописаны общие фразы, подходящие для любого предприятия. Между тем, хотелось бы напомнить о том, что система менеджмента качества является эффективным инструментом непрерывного совершенствования деятельности предприятия. Для того чтобы, система менеджмента качества не перешла в еще одну бюрократическую систему, сводящую всю работу по управлению качества в составление ряда документов, необходимо перестраивать стандартную систему с учетом целей и задач предприятия, а также специфики деятельности, внешнего окружения и внутреннего потенциала предприятия [1,с.20].

Идеологией менеджмента качества должны быть озадачен каждый сотрудник предприятия. Таким образом, будет осуществляться реализация двух взаимосвязанных принципа системы менеджмента качества: лидерство, вовлечение людей. В данном случае, проблема состоит в осознании в первую очередь руководства предприятия о значимости данной системы, о ее возможностях, а далее доведение этих задач до сознания всех участников менеджмента качества, которыми являются все сотрудники предприятия без исключения. Сформировать веру сотрудников в эффективность системы менеджмента качества способны только реальные факты, поэтому здесь важны даже маленькие победы: каждое позитивное изменение должно подаваться в ключе деятельности в области менеджмента качества. Некоторые рекомендации по реализации исследуемых принципов продемонстрированы в ИСО 9001:2015 «Система менеджмента качества. Требования». Необходимо демонстрировать все факты повышения эффективности и качества работы, связывая их с выстраиваемой системой, вероятность общего позитивного отношения к системе менеджмента качества со стороны персонала значительно возрастет.

Процесс разработки и внедрения системы менеджмента качества должен находится под контролем высшего руководства. Разумеется, на одном энтузиазме не построить эффективную систему, для успеха необходимо выделять требуемые материальные и трудовые ресурсы, кроме того, периодически должен проводиться анализ системы со стороны руководства с целью анализа ее эффективности и совершенствования.

Современные требования компетентностного подхода диктуют предприятиям необходимость формирования команды сотрудников, обладающих знаниями, умениями и навыками, а также высокого потенциала, включающего в себя лидерские качества, хорошие организаторские и коммуникативные способности.



Работа в команде и информационная открытость должны не только уменьшить, но снизить до нуля сопротивление персонала изменениям. Также следует обучать сотрудников действовать в соответствии с новыми процессами и регламентами системы менеджмента качества. Вовлечение персонала в процесс разработки системы менеджмента качества и развития предприятия существенно повышает мотивированность сотрудников при общей экономии ресурсов и укреплении внутрикorporативных связей [2, с.109].

Содержание, объем, формат представления документации системы менеджмента качества предприятие определяет самостоятельно, стандарт не предъявляет здесь жестких требований. Поэтому очень важно, чтобы документация, созданная под эгидой системы менеджмента качества, было в первую очередь понятна и удобна для использования сотрудниками, помогала им в их деятельности, а не создавала бюрократические препоны. Не перегружайте персонал излишними регламентами. С другой стороны, чем детальнее будут прописаны процессы (например, логистические), протекающие в организации, тем легче будет поиск «узких мест», и как следствие, определение возможности устранения проблемных зон в деятельности предприятия.

Таким образом, для успешного развития предприятия необходимо реализовать систему менеджмента качества, позволяющая повысить эффективность процессов, качество выпускаемой продукции и в целом деятельности предприятия.

#### **Список использованной литературы:**

1. Володина Н.Л. Система менеджмента качества это существующая реальность или формальный подход // Проблемы экономики, управления и организации производства в условиях инновационного развития. Воронеж: ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный технический университет», 2011. С.20 - 22.
2. Володина Н.Л. Система менеджмента качества как концепция управления изменениями // Вестник Воронежского государственного технического университета. 2014. Т.10.№3 - 1. С.108 - 110.
3. Володина Н.Л., Щеголева Т.В. Логистический подход к управлению материальными потоками в производстве / Н.Л.Володина, Т.В.Щеголева // Интеграционные процессы в науке в современных условиях. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С.19 - 20.
4. Щеголева Т.В. Логистические принципы организации сложного наукоемкого производства / Т.В.Щеголева // Экономинфо.2012.№17.с.67 - 70.

© Н.Л.Володина, Т.В.Щеголева, 2016

УДК 336

**С.П. Выводцева**

Вольский военный институт материального обеспечения  
г. Вольск, Российская Федерация

### **ОБОСНОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Инвестиционная деятельность, представляющая собой один из наиболее важных аспектов функционирования организации, присуща любому предприятию. Понятие инвестиционной деятельности находим в Большом бухгалтерском словаре: «Инвестиции -

совокупность затрат, реализуемых в форме долгосрочных вложений капитала в промышленность, сельское хозяйство, транспорт, другие отрасли хозяйства... с целью осуществления капитального строительства, реконструкции, расширения, технического перевооружения действующих предприятий и объектов непродуцированной сферы».[1,с.145].

Таким образом, к инвестициям относятся: денежные средства, целевые вклады банка, ценные бумаги, технологии, машины, оборудование, лицензии, кредиты, другое имущество или имущественные права, интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предприятий с целью достижения положительного социального эффекта и получения дохода. Очевидно, что инвестиционная деятельность признается эффективной, в случае, если имеет место достижение цели с минимальными затратами либо достижение цели с такими затратами, которые делают проект коммерчески жизнеспособным.

Различают два вида инвестиций: реальные и финансовые инвестиции. Реальные инвестиции обычно включают инвестиции в какой - либо тип материально осязаемых активов, таких как земля, недвижимость, оборудование, заводы. Финансовые инвестиции представляют собой вложения в ценные бумаги: акции, облигации и т.д. В примитивных экономиках основная часть инвестиций относится к реальным инвестициям, в то время как в современной экономике большая часть инвестиций представлена финансовыми инвестициями. Высокое развитие институтов финансового инвестирования в значительной степени способствует росту реальных инвестиций.

Показатели экономической эффективности инвестиционного проекта различаются по характеру, временному периоду учета результатов и затрат, уровню инвесторских целей. Цели инвестирования могут быть разными: сохранение продукции на рынке, выпуск новой продукции, улучшение качества продукции и т.д.

В зависимости от уровня инвесторских целей среди показателей экономической эффективности выделяют показатели народно - хозяйственной, бюджетной и коммерческой эффективности. Показатели народно - хозяйственной эффективности рассчитываются с учетом прямых, сопутствующих, сопряженных и прочих инвестиционных затрат. Показатели бюджетной эффективности отражают финансовые последствия реализации инвестиционных проектов для федерального, регионального или местного бюджета и определяются с учетом превышения доходов соответствующего бюджета над расходами. При этом в состав бюджета включаются увеличение или уменьшение налоговых поступлений, плата за пользование природными ресурсами, таможенные пошлины, акцизы, эмиссионные доходы от выпуска ценных бумаг, поступления во внебюджетные фонды. Расходы бюджета обуславливаются прямым бюджетным финансированием реализации инвестиционного проекта: выделением кредитов банков, подлежащих компенсации за счет бюджета; выплатой пособий лицам, остающимся без работы в связи с осуществлением проекта; гарантий инвесторских рисков и другими факторами. Показатели коммерческой эффективности учитывают финансовые последствия реализации инвестиционных проектов для их непосредственных участников, коммерческая эффективность при этом предполагает анализ потока реальных денег и выступает как разность между притоком и оттоком денежных средств от инвестиционной, операционной или финансовой деятельности. Показатели экономической эффективности характеризуют эффективность инвестиционного проекта с точки зрения интересов всего народного хозяйства. Народно - хозяйственная эффективность отражает общий эффект в целом по стране, включающий эффект предприятия, реализующего проект и бюджетный эффект.

Экономическая эффективность отражает затраты и результаты по проекту и учитывает как интересы его участников, так и интересы страны, региона или города. При определении показателей экономической эффективности на уровне народного хозяйства, в состав результатов от реализации инвестиционного проекта в стоимостном выражении, включаются следующие показатели: конечные производственные результаты; социальные и экономические результаты; прямые финансовые результаты; кредиты и займы иностранных государств, банков, фирм, поступления от импортных пошлин и т. п. Социальные, экономические, политические и иные результаты, не подлежащие стоимостной оценке, рассматриваются как дополнительные показатели народно - хозяйственной эффективности и учитываются при принятии решения о реализации и государственной поддержке готовых проектов.

Оценку инвестиционных проектов принято проводить в два этапа. На первом этапе рассчитываются показатели эффективности проекта в целом, на втором - проводится оценка эффективности инвестиций для каждого отдельного участника инвестиционного проекта, и вырабатываются основные варианты возможной схемы финансирования. В большинстве случаев оказывается решающим второй этап. Здесь происходит оценка эффективности инвестиций и определение возможной стоимости привлекаемого капитала. Исходная информация для второй стадии - график капитальных вложений, объемы продаж, текущие затраты, потребность в оборотных средствах, ставка дисконтирования. Результаты этого этапа чаще всего оформляются в виде таблиц и показателей эффективности инвестиций: чистая современная стоимость, срок окупаемости, внутренняя ставка доходности.

Эффективность инвестиционного проекта определяется соотношением результата от вложений и инвестиционных затрат. Результат применительно к интересам инвестора может представлять прирост национального дохода, экономию общественного труда, снижение текущих расходов по производству продукции, рост дохода предприятия, снижение энергоемкости и ресурсоемкости продукции, уменьшение уровня загрязнения окружающей среды. Инвестиционные затраты включают в себя размеры инвестиций, необходимых для осуществления технико - экономических исследований инвестиционных возможностей, разработки технико - экономического обоснования или бизнес - плана, реализации инвестиционного проекта, строительно - монтажные работы и т. д. Для оценки эффективности принятия реализуемого инвестиционного проекта определяется общественная значимость инвестиций. Общественно значимыми при этом считаются крупномасштабные, народно - хозяйственные и глобальные инвестиционные проекты.

Таким образом, для принятия инвестиционного решения необходима комплексная оценка всех этапов проведения экономической эффективности. Компромиссное решение, способное удовлетворить всех, находится в процессе согласования интересов основных участников и только при условии, что проект достаточно эффективен в целом и может быть выгоден для каждого из участвующих субъектов.

В современных условиях обоснование экономической эффективности инвестиционных проектов становится приоритетным направлением в экономике развитых стран, т.к. осуществление эффективных инвестиционных проектов увеличивает поступающий в распоряжение общества внутренний валовой продукт, который в дальнейшем распределяется между участвующими в проекте субъектами. Как сказано выше, в современной экономике большая часть инвестиций относится к финансовым инвестициям. Опыт развитых стран, а также государств, динамично развивающих свою экономику, доказывает, что между состоянием экономики и движением фондового рынка существует тесная взаимосвязь. Характерной особенностью современного российского фондового

рынка является то, что подобная связь отсутствует. Из - за этого отечественный рынок ценных бумаг до сих пор не выполняет своих экономических функций. Однако проблема заключается не в отсутствии финансовых ресурсов для инвестиций, а в отсутствии мотивации инвестиционной деятельности, в том числе при помощи инструментов фондового рынка. Во всех странах мотивация осуществления инвестиций, прежде всего долгосрочных, порождается существующей системой базовых ценностей: стабильностью собственности, передачей собственности посредством договора, исполнению обещаний.

Главной базовой ценностью на фондовом рынке всегда было и будет взаимное доверие между инвесторами, эмитентами и государством, именно кризис доверия есть первопричина низкого качества корпоративного управления в России. Отсутствие системы базовых ценностей препятствует соблюдению баланса интересов акционеров, менеджеров, клиентов и общества в целом. Соответственно слаба мотивация для использования инструментов фондового рынка. Получается, что рынок принимает формы и дает результаты, которые нас не удовлетворяют, инвестиционный процесс притормаживает в своей первоначальной стадии: предприятия работают, на продукцию есть спрос, некоторые имеют неплохую прибыль, но акционеры и менеджмент редко ориентируются на реинвестирование прибыли в развитие собственных предприятий. В заключение хочется отметить, что в современных условиях инвестиционный проект признается эффективным только в том случае, если учитываются интересы не только его участников, но интересы страны, региона или города.

#### **Список использованной литературы:**

1. Большой бухгалтерский словарь. / Под ред. А.Н. Азриляна. - М.: Институт новой экономики, 1999. - 574 с.
2. Байков С.В., Жирнихин А.С., Смирнова К.А. Потребительское поведение на финансовых рынках России, М.: Экономика, 2007. - 271с.
3. Васильева Л.С., Петровская М.В. Финансовый анализ, М.: КНОРус, 2010 - 880
4. Веленский П.Л. Оценка эффективности инвестиционных проектов. М.: Дело, 2008.с.40 - 49.

© С.П. Выводцева, 2016

**УДК 368**

**Ю.Р.Газизова**

Студенка 4 курса, СтГАУ, Г.Ставрополь, РФ

**Шматко Сергей Геннадьевич**

К.э.н., доцент, стГАУ, г. Ставрополь, РФ

## **АВТОМАТИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ**

Страхование – один из самых динамично развивающихся секторов экономики, предназначенный для преодоления и возмещения разного рода потерь, ущерба в результате непредвиденных случайностей. С постоянным увеличением клиентской базы страховых компаний, возрастает и конкуренция среди наиболее эффективных компаний. Чтобы повысить свою конкурентоспособность российские страховые компании тратят достаточно много средств на автоматизацию своей деятельности, и тем самым стремятся снизить свои

затраты, улучшить качество обслуживания клиентов, поднять уровень эффективности продаж и облегчить процесс страхования в целом.

Внедрение эффективной автоматизированной информационной системы в страхование, в соответствии со стратегией развития страховой деятельности в Российской Федерации до 2020 года, является ключевым элементом для достижения и удержания страховыми компаниями лидирующих позиций на рынке.

Успех страховщика во многом определяется его технологической оснащенностью. Именно от технологической подготовленности компании зависит скорость и качество обработки потоков информации, а так же скорость обслуживания клиентов.

Таблица 1. Основные виды страховой деятельности, подлежащие автоматизации.

Автоматизация страховой деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разработка страховых продуктов</li> <li>• Автоматизация фронт - офиса и бэк - офиса</li> <li>• Управление договорами прямого страхования</li> <li>• Управление договорами перестрахования</li> <li>• Ведение клиентских данных</li> <li>• Урегулирование убытков и выплаты</li> </ul>
Автоматизация управления взаимоотношениями с клиентами	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Анализ клиентских данных</li> <li>• Управление маркетинговыми данными</li> <li>• Взаимодействие с клиентами</li> </ul>
Автоматизация учетных процессов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ведение общехозяйственного учета</li> <li>• Ведение налогового учета</li> <li>• Расчет резервов</li> <li>• Подготовка отчетности</li> </ul>
Автоматизация управленческого учета	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Учет доходов и расходов</li> <li>• Журнал договоров</li> <li>• Журналы выплат</li> <li>• Журнал заявленных урегулированных и не урегулированных убытков</li> </ul>

Автоматизация страховой деятельности, обеспечит решение таких задач как:

- Систематизация операций страховой деятельности
- Облегчение работы с основными видами страхования
- Полноценный учет параметров и реквизитов по каждому виду страхования
- Автоматический расчет графиков платежей, страховой суммы, страховой премии, стоимости полисов и пр.
- Надежность хранения и обработки данных
- Подготовка различного вида отчетности по страховой деятельности компании
- Удобный в использовании интерфейс для работы с данными и отчетностью компании

Для повышения эффективной деятельности, страховые компании прибегают к основным современным тенденциям информационных технологий в сфере страхования. К ним можно отнести:

- Привлечение высокопроизводительных программных средств разработки автоматизированных информационных систем страхового дела
- Ведение страхового дела через интернет, в режиме реального времени
- Использование социальных сервисов ( Вконтакте, Facebook и т.д.) для продвижения и реализации страховых продуктов, и улучшения качества клиентского обслуживания
- Разработка и внедрение мобильных приложения, для быстрого доступа и быстрого совершения операций
- Развитие он - лайн страхования

Каждая страховая компания осуществляет автоматизация с помощью собственных разработок или одной из специализированных российских систем. Создавая собственные информационные системы, компания полностью подстраивает систему под специфику деятельности своей компании. Однако не все страховые фирмы могут себе позволить создание собственной ИС, так как это является довольно таки дорогостоящим мероприятием. Примерами наиболее известных компаний, использующих собственные разработки для автоматизации своей деятельности, являются Ингосстрах и РЕСО Гарантия.

Наиболее популярные ИТ – системы для страхования:

**1. "АРМ Страховщика"** - предназначена для автоматизации процессов учета договоров страхования, оформления страховой документации, расчета страховых выплат, сбора и анализа статистической и иной информации, формирования отчетности, расчета страхового тарифа и страховой премии, формирования документов на основе принятых форм, урегулирования убытков, расчета резервов.

Разработана: «Росгосстрахом» и компанией «TopS Business Integrator» (TopS BI).

Пример внедрения: «Росгосстрах».

**2. «ДМС - 3»** - программное обеспечение ДМС для поддержки всех основных технологических операций, осуществляемых в страховой компании с учетом специфики процесса добровольного медицинского страхования (ДМС).

Разработана: «Алсофт».

Пример внедрения: «Росгосстрах».

**3. «Круглосуточный Медицинский Диспетчерский Центр»** на основе ДМС - программное обеспечение ДМС для оперативной работы по телефону с обращениями застрахованных физических лиц по добровольному медицинскому страхованию (ДМС).

Разработана: «Алсофт».

Пример внедрения: «РОСНО».

**4. «Индикатор - ДТП»** – программа позволяет пресекать все известные способы страхового мошенничества, связанные с инсценировками ДТП с использованием полисов ОСАГО, ДСАГО, КАСКО; пресекать факты сговора участников ДТП для фальсификации обстоятельств страховых событий; пресекать факты сговора участников ДТП и сотрудников ГИБДД для незаконного получения страхового возмещения и т.д.

Разработана: «Центр страхового права».

**5. «ИНЭК - Страховщик»** - предназначен для комплексного решения широкого спектра задач по автоматизации деятельности страховых компаний.

Имеет очень широкое распространение, так как функционирует в нескольких версиях – профессионал, стандарт, ОСАГО, ДМС.

Разработана: «ИНЭК».

Пример внедрения: «Большая Медведица», «Регионгарант», «Резонанс», «Рослес - Ре», «Страховая компания СКМ».

**6. «Ортикон: Страхование»** (1С: Предприятие 7.7), 1С: Предприятие: Управление страховой компанией, (1С: Предприятие 8.0) – комплексная автоматизация.

Разработана: «Ортикон».

Пример внедрения: «Континенталь», «Гелиос резерв», «Московская Страховая Компания Нефтеполис».

**7. «ClaimCenter»** - автоматизация процесса урегулирования убытков.

Разработана: «Guidewire Software».

Пример внедрения: «Росгосстрах».

**8. «Diasoft FA Insurance»** - комплексная система управления страхованием, перестрахованием, финансами, расчет страховых взносов и автоматизации документооборота.

Разработана: «Диасофт».

Пример внедрения: «Согласие», «Ингосстрах», «Росгосстрах», «Международная страховая группа».

**9. «IBS Insurance»** - с помощью программы ведется страховой и финансовый учет.

Разработана: «IBS».

Пример внедрения: «Московская страховая компания», «Ренессанс Life», «ВТБ Страхование», «Гута Страхование».

**10. «Unicus»** - программа для тщательного страхового учета операций проводимых страховыми компаниями.

Разработана: «TopS BI»

Пример внедрения: «АльфаСтрахование», «Первая страховая компания», «МАКС».

**11. «Microsoft Dynamics CRM», «MBSNavigation»** - пакет программного обеспечения для управления взаимоотношениями с клиентами.

Разработана: «Microsoft»

Пример внедрения: «Росгосстрах» (автоматизация бух и финансового учета), «Русский стандарт Страхование», «Авива».

**12. «Oracle E - Business Suite», «Oracle Siebel CRM»** – комплексная автоматизация.

Разработана: «Oracle».

Пример внедрения: «АльфаСтрахование», «РОСНО», «Росгосстрах», «Ингосстрах».

На российском рынке страховых АИС существует достаточное количество программных продуктов различного назначения и уровня сложности, которые автоматизируют деятельность не только страховых компаний, но и страховых агентов и брокеров. В целом уровень автоматизации страховых компаний не столь высок как, например, в банках. Можно охарактеризовать ситуацию с автоматизацией у страховщиков как среднюю, даже учитывая уровень развития ИТ у лидеров страхового рынка. Темпы расходов страховых компаний на ИТ, как их фиксирует Росстат, в значительной степени определяются уровнем свободных средств. Среди факторов, сдерживающих общий рост спроса на ИТ в отрасли, можно отметить нестабильность прибыли, так как сейчас, во время экономической

нестабильности, рынок страхования, как и многие другие сектора экономики, подвергается рецессии. Но тем не менее российские страховые компании продолжают совершенствоваться, модернизировать и обновлять свои программные обеспечения, что является значимым фактором для привлечения новых клиентов и оптимизации своей деятельности.

#### **Список использованной литературы:**

1. <https://ru.wikipedia.org/>
2. [solutions.lc.ru/insurance](https://solutions.lc.ru/insurance)
3. <https://www.ingos.ru/>

© Ю.Р. Газизова., 2016

#### **УДК33**

**К. э. н. В.А.Гладилин**  
доцент кафедры ЭУФП и ИТ СФ МПГУ  
г. Ставрополь. Gladilin@ro.ru

### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ, ТРАЕКТОРИИ РОСТА ТУРИСТСКО - РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ СЕВЕРО - КАВКАЗСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЙОНА (НА ПРИМЕРЕ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ)**

Ставропольский край к 2020 году сумеет воспользоваться своими преимуществами (имеющимся туристским потенциалом, уникальным географическим положением) и добиться развития эффективных и приоритетных направлений туризма[5]. Он усилит свою роль активного туристско - рекреационного центра, предоставляющего качественный и уникальный туристский продукт как российским туристам, так и туристам из стран ближнего и дальнего зарубежья. В крае будет эффективно функционировать туристский кластер, объединяющий все организации обслуживающие туристов и производящие товары для них [4]. Общий поток туристов превысит 2 440 000 человек в год. Край превратится в туристский центр, включающий высококлассный SPA - курорт - Кавказские Минеральные Воды, центр конгресс - туризма и развлекательной индустрии в Ставрополе и прилегающих к нему территориях, рекреационно - туристскую зону на озере «Маньч», ряд новых уникальных спортивных и туристских объектов, игровую зону, тематические парки развлечений [5]. Существенным образом преобразится и инфраструктура досуга, туризма и развлечений региона: от казино, дискотек, баров, ресторанов до элитарных спортклубов, ипподромов, музеев, парков, питьевых галерей и т.д. Площадки, предусмотренные под туристско - рекреационную зону вырастут в современный туристский комплекс на 3 700 койко - мест, включающий термальный центр, 11 рекреационно - туристских комплексов, клубные отели, аквапарки, гольф - поля, центры верховой езды, центр дельта - и парапланеризма, питьевые галереи и прочее. Отдыхающие в крае получают возможность заняться экстремальными видами спорта (дельта - и парапланеризм, горный велосипед, горные лыжи, мотогонки, экстримгонки, джиппинг и другие), использовать



развлекательную индустрию, тематические парки, а также посетить многочисленные экскурсии разной направленности (культурно - исторические, этнографические, паломнические и др.). Существенным образом преобразится календарь событий региона Кавказских Минеральных Вод: от проведения автогонок класса «Формула - 1» и других международных соревнований до форумов, кинофестивалей, фестивалей и праздников национального и международного уровня [6]. Территория Ставропольского края полностью будет покрыта сетью туристских маршрутов круглогодичного действия. В каждом городе, районе края будут созданы новые туристские продукты, появятся новые территории с развитым туристским комплексом [7]. Современная транспортная система края при низких тарифах на перевозки создаст условия для массового туристского потока в край. Два аэропорта международного уровня будут осуществлять российские и международные рейсы. Появятся новые транспортные коридоры, серьезно облегчающие доступ в Ставропольский край туристских потоков из соседних регионов, прежде всего, из Краснодарского края, Ростовской области, Карачаево - Черкесской и Кабардино - Балкарской Республик [7]. Появятся интересные межрегиональные туристские продукты. Туристский продукт станет более качественным, привлекательным и дифференцированным. В число уникальных услуг войдут событийный, развлекательный, деловой, культурно - исторический, экстремально - спортивный туризм, что привлечет принципиально новые группы туристов, сможет стимулировать развитие обслуживающего производственного сектора, создаст приток инвестиций в туристский комплекс Ставропольского края, сопутствующие предприятия и смежные отрасли, обеспечит регион новыми рабочими местами, а работников - высоким уровнем заработной платы [4]. Весомую долю в туристском комплексе края займут туристские продукты, ориентированные на школьников, студентов, молодежь и пенсионеров. В результате туристские потоки увеличатся как минимум в 2 раза, около 5 - 7 % доходов в туризме к концу периода реализации стратегии должны поступать от иностранных туристов [3].

Основной отраслью специализации рекреационно - туристского комплекса в рассматриваемый период до 2020 года будут оставаться лечебно - оздоровительный туризм, однако существенно вырастет доля таких видов туризма как событийный, деловой, культурно - исторический, туризм выходного дня. Интересы туристов стали шире и взыскательнее, меняются устоявшиеся стереотипы. В то же время на территории Кавказских Минеральных Вод имеются все возможности для развития других сопутствующих видов туризма, которые смогут привлечь и принять различные сегменты туристов [6].

За указанный период наметится серьезный рост новых отраслей рекреационно - туристского комплекса, таких как экстремально - спортивный, развлекательный, некоторые из них к концу рассматриваемого периода могут стать отраслями специализации рекреационно - туристского комплекса региона, остальные же (археологический, паломнический, экологический туризм) смогут сделать региональный туристский продукт более дифференцированным и тем самым более привлекательным для российских и международных туристов [2].

Кроме того, в структуре рекреационно - туристского комплекса Ставропольского края важную роль будут играть средства размещения (гостиничный комплекс), транспорт и связь, а также сфера общественного питания, которые позволят краю функционировать

должным образом и повысят его привлекательность для посетителей. Изменится статус региона, как мирового SPA - курорта и делового центра с развитой инфраструктурой[1].

Основополагающим итогом, обеспечивающим рост экономических и социальных показателей Ставропольского края, будет постоянное увеличение туристского потока и доходов от туризма, что позволит создавать рабочие места в туризме, рекреации, сфере досуга, культуры, общественного питания и смежных отраслях народного хозяйства[3].

### **Список литературы:**

1. Гладилин В.А. Системы факторов регулирования устойчивого экономического развития рекреационных территорий. В сборнике: Научные исследования и разработки в эпоху глобализации. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С. 73 - 75.
2. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Обоснование системы факторов регулирования устойчивого развития рекреационных территорий. В сборнике: Современные концепции развития науки. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С. 37 - 39.
3. Александров А.В., Гладилин А.В., Бинатов Ю.Г. Предпринимательские структуры апк в условиях рынка . Ставрополь, 2005.
4. Гладилин В.А. Если знаешь, то и соломку не стели...управление эффективностью предпринимательской деятельности сельскохозяйственных предприятий. Российское предпринимательство. 2006. № 9. С. 87 - 91.
5. Гладилин В.А. Исследование информационной базы статистического анализа рынка туристско - рекреационных услуг региона // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12 - 1 (65 - 1). С. 1099 - 1102.
6. Гладилин В.А. Совершенствование инструментарно - технической базы управления в современной организации в сборнике: Модернизация экономики и управления II Международная научно - практическая конференция. под общей редакцией В.И. Бережного; Северо - Кавказский федеральный университет. Ставрополь, 2014. С. 57 - 58.
7. Гладилин В.А. Стратегическое управление развитием экономики регионов. Кант. 2011. № 3.С4 - 6.

© В.А.Гладилин, 2016

**УДК33**

**К. э. н. В.А.Гладилин.,**  
доцент кафедры ЭУФП и ИТ СФ МПГУ. г. Ставрополь. Gladilin@ro.ru

### **АНАЛИЗ, ПРОБЛЕМАТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕВЕРО - КAVKAZСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЙОНА**

Как и любому экономическому району, Северо - Кавказскому свойственны различные проблемы и перспективы в его развитии. Для начала хотелось бы более подробно остановиться на проблемах.[2]. Среди основных на данный момент можно выделить

следующие: политическая и этническая нестабильность; высокий уровень миграции населения; безработица; нестабильность в сельскохозяйственном производстве; сокращение спроса на агропромышленную продукцию (Ростсельмаш не может реализовать свою продукцию); большой разрыв в уровне развития территорий (отличие степных от горных); низкий уровень ВВП на душу населения; и другие. По уровню экономического развития Северный Кавказ занимает последнее место, однако по некоторым социально - экономическим показателям регион находится среди лидеров России [1].

**Главными направлениями и проблемами перспективного развития Северного Кавказа, являются:** 1) Преимущественное развитие отраслей потребительского рынка - агропромышленного и курортно - рекреационного комплексов. 2) Восстановление, реконструкция и рост отраслей машиностроения и химической промышленности российского значения. 3) Подъем нефтяной и нефтеперерабатывающей промышленности и инфраструктуры. 4) Интенсивное развертывание особо эффективного АПК. 5) Расширение и укрепление инфраструктуры уникального курортно - рекреационного комплекса. 6) Реконструкция и развитие транспортного комплекса как «южных ворот» России на Запад [3].

Как известно, все регионы Северо - Кавказского экономического района входят в состав Южного федерального округа, однако в начале года был создан новый, Северо - Кавказский федеральный округ. Выделяется «четыре кластера экономического развития Северного Кавказа», в которых возможны крупные проекты: энергетика, туризм, АПК и инновации [2]. В частности, считает он, кавказский регион обладает огромным потенциалом развития гидроэнергетики, перспективно строительство малых каскадных ГЭС и развитие альтернативных источников энергии, таких как солнечная и ветряная. Потенциал туристическо - рекреационного кластера в регионах Северного Кавказа не сопоставим ни с каким другим на территории России. Также нужно отметить Федеральную Целевую программы «Юг России» 2016 - 2022 гг [6]. Общая сумма затрат на 2016 - 2022 годы финансирования Программы составляет 146379,4 млн. рублей (в том числе: 52100 млн. рублей из федерального бюджета, из них: капитальные вложения - 52100 млн. рублей; средства бюджетов субъектов Российской Федерации - 11876 млн. рублей; внебюджетные источники - 82403,4 млн. рублей основной целью Программы является повышение благосостояния и качества жизни населения республик, входящих в состав Южного федерального округа, обеспечивающее сокращение их отставания от средне российского уровня [3]. Подсчитаны ожидания от программы и ее результаты, но время покажет, насколько эффективной окажется эта программа. Северо - Кавказский экономический район – не только самая южная в европейской части России территория, обладающая выгодным экономико - географическим положением, благоприятными почвенно - климатическими условиями, богатейшими минеральными и рекреационными ресурсами, развитым промышленно - транспортным и сельскохозяйственным потенциалом, широкой сетью научных учреждений, но и самый многонациональный район, который требует особого внимания со стороны государства и его руководящих структур [6]. Несмотря на значительные природные и социально - экономические ресурсы, богатую историю, наличие производств общероссийской и международной специализации, в последнее десятилетие Северо - Кавказский экономический район оказался в достаточно сложной ситуации, явно не соответствующей его потенциальным возможностям [4]. Хотя на долю населения

экономического района приходится 16 % от населения всей страны, доля его в промышленном производстве составляет всего около 6 % . Вдобавок высок уровень безработицы. Северо - Кавказский экономический район можно считать одним из самых перспективных в России, но реализация его потенциала во многом зависит от рациональной политики властей как федерального, так и муниципального уровня [5].

#### **Список литературы:**

1. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Обоснование системы факторов регулирования устойчивого развития рекреационных территорий. В сборнике: Современные концепции развития науки. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С. 37 - 39.
2. Гладилин В.А. Исследование информационной базы статистического анализа рынка туристско - рекреационных услуг региона // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12 - 1 (65 - 1). С. 1099 - 1102.
3. Гладилин В.А. Если знаешь, то и соломку не стели... управление эффективностью предпринимательской деятельности сельскохозяйственных предприятий. Российское предпринимательство. 2006. № 9. С. 87 - 91.
4. Гладилин В.А. Системы факторов регулирования устойчивого экономического развития рекреационных территорий. В сборнике: Научные исследования и разработки в эпоху глобализации. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С. 73 - 75.
5. Гладилин В.А. Демографическая ситуация в российской федерации и ее регионах: факторы формирования и траектории развития Вестник Института дружбы народов Кавказа . Теория экономики и управления народным хозяйством. 2015. № 2 (34). С. 12.
6. Александров А.В., Гладилин А.В., Бинатов Ю.Г. Предпринимательские структуры апк в условиях рынка . Ставрополь, 2005.

© В.А.Гладилин, 2016

**УДК33**

Д. э. н. профессор **А.В.Гладилин.**  
СКФУ г.Ставрополь

### **СТАТИСТИЧЕСКИЕ ОЦЕНКИ СПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

Статистика туризма является отраслью социально - экономической статистики и обследует вопросы развития туризма и туристской индустрии.

Предметом статистики туризма является обследование количественной стороны состояния и развития отрасли туризма в неразрывной связи с качественной стороной [1].

Главной целью статистики туризма является статистическое обследование явлений, как ограниченных рынками отдыха, так и путешествий, которые охватывают мировой рынок, во взаимосвязи различных характеристик туризма, как для самостоятельного анализа

деятельности в этой области, так и для использования в качестве источника данных для разработки связанных с туризмом показателей платежного баланса и составления счетов СНС [6].

Основными задачами статистики туризма являются организация статистического наблюдения за потоками туристов, местами их размещения, характеристиками поездок, оптовой и розничной торговлей, транспортом, строительством, занятостью, финансовым посредничеством, доходами и расходами, связанными с туризмом на основе единой научной методологии, соответствующей международным правилам и стандартам.

К основным единицам туризма относятся отдельные лица, являющиеся субъектами туристской деятельности и рассматривающиеся в обследованиях как статистические единицы [4].

Все типы путешественников, занимающихся туризмом, определяются как посетители. В этой связи термин «посетитель» представляет собой основную концепцию всей системы статистики туризма [5].

Статистические данные, относящиеся к туристским расходам, представляют собой один из важнейших показателей, который необходим специалистам в области планирования, коммерческой деятельности и исследований. Они используются для наблюдения и оценки воздействия туризма на национальную экономику [3].

Определение расходов тесно связано с определением потребления в туризме. Потребление в туризме определяется как стоимость товаров и услуг, использованных для непосредственного удовлетворения единиц туризма (посетителей).

Туристские расходы определяются как общая сумма потребительских расходов, которые производятся посетителем или от его имени при подготовке и в ходе своей поездки и пребывания в месте назначения.

Концепция туристских расходов охватывает широкий диапазон элементов потребления - от приобретения потребительских товаров и услуг, являющихся органической частью путешествий и пребывания, до приобретения небольших товаров длительного потребления для личного пользования, сувениров и подарков для родственников и знакомых [2]. Некоторые виды расходов или приобретений исключаются из категории туристских расходов: закупки для коммерческих целей (с целью перепродажи), а также закупки, осуществленные посетителями во время деловых поездок от имени своего работодателя; капиталовложения или сделки, осуществляемые посетителями и относящиеся, например, к земле, жилым домам, недвижимости, произведениям искусства и других значительных приобретений (таких как машины, автофургоны, катера, другие дома), даже если в будущем они могут использоваться с целью туризма; наличность, которая выдается родственникам или знакомым во время поездки на отдых, не представляя собой оплату какого - либо туристского товара или услуги, а также благотворительные взносы [7]. Туристические расходы, могут быть разделены на три большие группы, в зависимости от того, сделаны ли эти расходы при подготовке к поездке (с распределением в зависимости от цели), в ходе поездки (с распределением в зависимости от места) или после поездки, а именно: предварительные расходы, необходимые для подготовки и осуществления поездки и т.д. В рамках статистики туризма средство транспорта относится к средству, которое использует посетитель для поездки из своего обычного местожительства в посещаемые

места. Данная классификация используется как для международного, так и внутреннего туризма и состоит из двух уровней [1].

#### **Список литературы:**

1. Гладилин В.А. Системы факторов регулирования устойчивого экономического развития рекреационных территорий. В сборнике: Научные исследования и разработки в эпоху глобализации. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С. 73 - 75.
2. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Обоснование системы факторов регулирования устойчивого развития рекреационных территорий. В сборнике: Современные концепции развития науки. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С. 37 - 39.
3. Гладилин В.А. Если знаешь, то и соломку не стели...управление эффективностью предпринимательской деятельности сельскохозяйственных предприятий. Российское предпринимательство. 2006. № 9. С. 87 - 91.
4. Гладилин В.А. Исследование информационной базы статистического анализа рынка туристско - рекреационных услуг региона // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12 - 1 (65 - 1). С. 1099 - 1102.
5. Гладилин В.А. Стратегическое управление развитием экономики регионов. Кант. 2011. № 3.С4 - 6.
6. Гладилин В.А. Демографическая ситуация в российской федерации и ее регионах: факторы формирования и траектории развития Вестник Института дружбы народов Кавказа . Теория экономики и управления народным хозяйством. 2015. № 2 (34). С. 12.
7. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Экономические перспективы проекта Северо - Кавказский туристический кластер. В сборнике: Взаимодействие науки и общества: проблемы и перспективы. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С. 37 - 38.

© А.В.Гладилин, 2016

**УДК33**

Д. э. н. профессор **А.В.Гладилин.**  
СКФУ г.Ставрополь

### **РАЗВИТИЕ АПК СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ: ИННОВАЦИИ И ИНВЕСТИЦИИ**

Сельскохозяйственная отрасль Ставропольского края традиционно является одной из приоритетных отраслей в экономике Ставропольского края [3]. От привлечения инвестиций в агропромышленный комплекс (далее - АПК края) зависит благополучие Ставропольского края и Российской Федерации в целом. Задачами, выполняемыми АПК края, являются обеспечение населения широким ассортиментом высококачественных продуктов питания; рациональное использование природных богатств Ставропольского

края; сохранение плодородия почв на основе биологизации земледелия. Выполнение вышеуказанных задач требует определения стратегических целей развития АПК края. Стратегическими целями развития АПК края являются:

достижение уровня производства основных видов высококачественных продуктов питания, достаточного для полного самообеспечения населения Ставропольского края; повышение эффективности функционирования АПК края; достижение соотношения растениеводства и животноводства в структуре аграрного производства на уровне 70 процентов и 30 процентов соответственно; развитие максимальной переработки сельскохозяйственной продукции; переход АПК края на ресурсосберегающие технологии в сельскохозяйственном производстве; научное обеспечение АПК края, создание условий для внедрения инноваций на территории Ставропольского края; развитие рыночной и материально - технической инфраструктур АПК края. Достижение стратегических целей развития АПК края возможно при соблюдении следующих принципов региональной аграрной политики:

осуществление государственной поддержки инновационных методов ведения производства сельхоз товаропроизводителями и другими предприятиями агробизнеса, независимо от их организационно - правовой формы и масштабов деятельности; осуществление государственной поддержки сельхоз товаропроизводителей, перешедших на принципы биологизации и энергосбережения с учетом научно - обоснованных зональных систем земледелия; осуществление государственной поддержки производства продукции животноводства; регулирование баланса интересов сельхоз товаропроизводителей и организаций сфер переработки и торговли, развитие рыночной инфраструктуры. Для достижения заявленных стратегических целей развития АПК края необходимо решить ряд конкретных задач [7]. В области достижения уровня производства основных видов высококачественных продуктов питания и повышения эффективности функционирования АПК края необходимо: провести комплекс мероприятий по восстановлению мелиоративных систем Ставропольского края для стабильного производства кормов. разработать программу привлечения инвесторов в сектор высокопродуктивного специализированного аграрного производства; с учетом межрегиональной конкуренции определить возможные направления государственной поддержки производства плодов, винограда и овощей как отраслей, способствующих повышению занятости населения в сельской местности; способствовать созданию и продвижению брендов продуктов питания (включая напитки) на основе сельскохозяйственного сырья, производимого в Ставропольском крае; развивать страхование в сельском хозяйстве с государственной поддержкой, в том числе и в животноводстве;

стимулировать государственную поддержку развития сети заготовительных, снабженческо - сбытовых, перерабатывающих и кредитных сельскохозяйственных потребительских кооперативов [5].

В области развития максимальной переработки сельскохозяйственной продукции необходимо создать условия для привлечения инвесторов в целях строительства семенных заводов, заводов по переработке сахарной свеклы, глубокой переработке зерна (крахмало - паточные заводы), переработке и консервированию овощной и плодово - ягодной продукции [4].

В области перехода АПК края на ресурсосберегающие технологии в сельскохозяйственном производстве необходимо:

провести научное обоснование технологий ведения ресурсосберегающего растениеводства и животноводства;

сформировать систему стимулирования перехода на принципы ресурсосбережения, оказывать государственную поддержку в приобретении техники, необходимой для энергосберегающего производства; организовать подготовку кадров в области ресурсосберегающих методов сельскохозяйственного производства [2].

В области регулирования рынка и развития рыночной инфраструктуры АПК края необходимо:

содействовать организации регионального оптово - продовольственного рынка, формированию региональной системы объектов складского хозяйства; способствовать обеспечению доступа местных производителей в торговые сети; способствовать заключению долговременных договоров с органами социальной сферы и бюджетными организациями на поставку им продуктов питания. В области совершенствования научного обеспечения АПК края, создания условий для внедрения инноваций необходимо внедрить высокотехнологические проекты производства растениеводческой продукции с привлечением прикладной науки [6].

поддерживать научные исследования в области инновационных аграрных технологий, включая биотехнологии микроорганизмов, растений и животных, нанотехнологии и альтернативную энергетику. Улучшить племенную работу, ориентированную на максимальное использование селекционных достижений и генетического потенциала животных

Формирование крупного агропромышленного кластера на юге России, которым должен стать Ставропольский край, позволит рассчитывать на создание сельскохозяйственного региона, имеющего долгосрочные и диверсифицированные по видам продукции и сезонам связи с национальными и международными торговыми сетями [1].

#### **Список литературы:**

1. Гладилин В.А. Если знаешь, то и соломку не стели...управление эффективностью предпринимательской деятельности сельскохозяйственных предприятий. Российское предпринимательство. 2006. № 9. С. 87 - 91.
2. Гладилин В.А. Оценка и прогнозирование эффективности предпринимательской деятельности в аграрном производстве.(на материалах растениеводства Ставропольского края) диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ставрополь, 2006.
3. Гладилин В.А. Совершенствование системы кредитной поддержки и управления рисками на рынке зерна. В сборнике: Актуальные вопросы экономики и финансов в условиях современных вызовов российского и мирового хозяйства. Материалы III - й Международной научно - практической конференции. 2015. С. 63 - 64.
4. Стратегическое управление развитием экономики регионов Гладилин В.А. Kant. 2011. № 3. С4 - 6.



5. Гладилин В.А., Юрина В.П., Грицай С.Е. Некоторые проблемы и приоритетные направления развития туризма и рекреации КМВ // Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. - 2015. - № 2 - (34). С. 13.

6. Гладилин В.А. Совершенствование инструментально - технической базы управления в современной организации в сборнике: Модернизация экономики и управления II. Международная научно - практическая конференция. Под общей редакцией В.И. Бережного; Северо - Кавказский федеральный университет. Ставрополь, 2014. С. 57 - 58.

7. Литвинов Е.А., Гладилин В.А. Развитие экспорта зерна и продуктов его переработки. Actualscience. 2015. Т. 1. № 4 (4). С. 17 - 18.

© А.В.Гладилин, 2016

УДК 336

**А.Н.Голуб**

студентка 2 курса  
факультета экономики и управления  
Южный институт менеджмента,  
г. Краснодар, Российская Федерация

**А.Н.Короткова**

студентка 2 курса  
факультета экономики и управления  
Южный институт менеджмента,  
г. Краснодар, Российская Федерация

**В.С.Глухова**

студентка 2 курса  
факультета экономики и управления  
Южный институт менеджмента,  
г. Краснодар, Российская Федерация

## **ФИНАНСОВЫЙ АУТСОРСИНГ**

Аутсорсинг - это передача каких - либо функций или второстепенных бизнес - процессов предприятия независимому подрядчику - аутсорсеру, которая специализируется на работах в определённой сфере. Такие компании - исполнители занимаются поддержкой определённой области производства предприятия за плату [5, 6, 7, 8].

Считается, что аутсорсинг зародился в машиностроении на предприятиях Генри Форда, однако многие специалисты утверждают, что его основы были прослежены в сфере управления финансовыми процессами предприятия. Поэтому аутсорсинг изначально сформировался в виде финансового аутсорсинга – суть которого в том, что компания заменяет собственные финансовые службы привлечёнными, через сотрудничество с аутсорсером, квалифицированным внешним консультантом (консалтинговой компанией) на основе договора. Российский рынок финансового аутсорсинга насчитывает около 15 лет и является молодым и динамично развивающимся в рамках мирового рынка аутсорсинга.

Выполнение финансовых функций в аутсорсинге занимает около 30 % от общей суммы заключаемых контрактов во всех сферах аутсорсинга [1]. Финансовый аутсорсинг может заменить определённый ряд финансовых функций предприятия:

- Стратегическое и оперативное планирование
- Бюджетирование
- Разработка бизнес - планов, проектов
- Ведение управленческого учета и документации
- Оптимизация налогообложения
- Управление движением денежных средств
- Взаимодействие с иными органами финансовой сферы (банки, аудиторы, налоговая инспекция и т.д.)
- Помощь в получении кредита, лизинга и инвестиций.

Любой вид аутсорсинга призван разгрузить основную деятельность компании, освободить её от вникание в суть функций не задействованных в производстве. Поэтому большое количество предприятий прибегает к аутсорсингу какой - либо своей сферы деятельности. Финансовый аутсорсинг так же широко распространён и имеет ряд преимуществ [2]:

- Экономия времени и штатных специалистов
- Отсутствие возможных проблем связанных с не квалифицированностью и не опытом штатных специалистов
- Экономия финансовых ресурсов
- Экономия на оборудовании и помещениях для работы финансового подразделения
- Отсутствие необходимости в дополнительном контроле финансовой службы внутри компании
- Отсутствие социальных проблем в случае ненадобности какого - либо рабочего звена
- Отсутствие необходимости открывать конфиденциальную информацию о предприятии большому количеству лиц

В России финансовым аутсорсингом пользуются малые и средние предприятия, новообразованные компании, а так же крупные предприятия в период реорганизации своей деятельности. Как и любой аутсорсинг финансовый вызывает в руководителях недоверие и страх, такие как ошибки аутсорсеров в работе, отсутствие у них опыта, нечеткие условия договора совместной работы и т.д. Страх при использовании финансового аутсорсинга можно сгруппировать в следующие [3]:

- Утечка конфиденциальной информации
- Недоверие к передаче информации за счет электронной почты, в связи с тем, что она может подвергнуться атаке хакеров
- Аутсорсинговая компания не сможет учесть специфику предприятия заказчика и будет работать по общему плану
- Недоверие к обезличенному исполнителю
- Не опытность в ведении деятельности и сотрудничестве с аутсорсинговыми компаниями

Переход к аутсорсинговому обслуживанию своих финансовых операций предприятие прибегает в случае когда стоимость услуг аутсорсеров минимум на 15 - 20 % меньше, чем

текущие затраты на обеспечение финансового подразделения предприятия - заказчика. Основные факторы выбора привлекательной аутсорсинговой компании представлены на рис.1.

В связи с процессом глобализации зародилось понятие международного финансового аутсорсинга. При данной форме аутсорсинга компания - исполнитель и заказчик находятся в разных странах. К сожалению, в международном аутсорсинге Российские компании не были замечены ни в роль заказчика, ни в роли исполнителя. На мировом рынке услуг финансового аутсорсинга Россия не занимает важного места и не проявляет желание подняться в данном рейтинге. Проблемы, которые мешают развитию России на международном рынке финансовых аутсорсинговых услуг, в основном заключаются в проблемах сдерживания роста экспорта и внутреннего рынка, законодательные и институциональные проблемы страны[4].

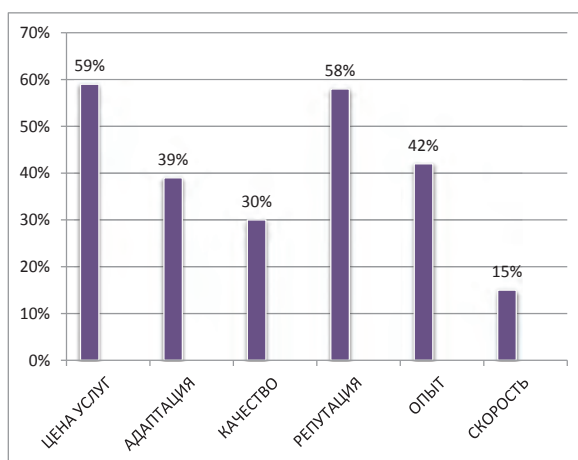


Рис.1 - Факторы выбора компании – аутсорсера

В России финансовый аутсорсинг находится в зачаточной стадии. Возможность его развить и усилить положение России на международном рынке будет можно только в случае появления достойной правовой базы для подобных аутсорсинговых сделок, высококвалифицированных компаний - аутсорсеров и т.д. При выполнении этих условий финансовый аутсорсинг будет востребован. Это и есть стратегия развития корпоративных отношений в развитых в плане аутсорсинга странах.

### Список использованной литературы

1. Аникин Б.А., Логистика. – М.: Проспект, 2008г. – 408с.
2. Аутсорсинг основных финансовых функций компании. – URL: [http:// atrisconsult.ru / services / support / finance - outsourcing /](http://atrisconsult.ru/services/support/finance-outsourcing/)
3. Джамалдинова М.Д. Исследование российского рынка финансового аутсорсинга. - URL: [http:// cyberleninka.ru / article / n / issledovanie - rossiyskogo - rynka - finansovogo - aoutsoringa](http://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-rossiyskogo-rynka-finansovogo-aoutsoringa)

4. Лактионова О.Е. Международный финансовый аутсорсинг // Российское предпринимательство – 2004г. - № 21(267).

5. Ткачева Е.Н., Болтава А.Л. ИТ - аутсорсинг / Социально - экономический ежегодник. – Краснодар: издательство Южного института менеджмента, 2010 – С. 134 - 140.

6. 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.

7. Ткачева Е.Н. Особенности управления знаниями в частично виртуальных организациях (аутсорсинговых компаниях) ЮФО / Управление социально - экономическими системами в условиях модернизации. Коллективная монография. – Ч. 2. – Саратов: изд - во ЦПМ «Академия бизнеса», 2010. – С. 222 - 255.

8. Ключко Е.Н., Попова Е.Д. Аутсорсинг как фактор развития сектора интеллектуальных услуг // Экономика и предпринимательство. – М., 2015. – №6. Часть 2. – С. 882 - 886

© Голуб А.Н., 2016

© Короткова А.Н., 2016

© Глухова В.С., 2016

**УДК33**

**З.Ш.Назарова** магистрантка I курса МГИК, г. Москва

## **ОРГАНИЗАЦИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

Туристская деятельность связана с разными сторонами жизни современного общества: социально - экономической, сервисной, рекреационно - оздоровительной, культурно - досуговой, воспитательной, образовательной, просветительной, социально - защитной, способствующими социализации и инкультурации разных социальных групп и развитию межкультурной коммуникации [6, с.1092]. Современные страны мира обладают неиссякаемыми природными культурными ресурсами, имеющими общенациональную и международную значимость. Уникальное географическое расположение Республики Таджикистан и значительный потенциал национальной культуры позволили развивающейся стране стать привлекательным регионом для организации туризма и за короткий срок занять лидирующие позиции на рынке туристских услуг.

В соответствии с Законом Республики Таджикистан о туризме №824от 3 сентября 1999 года [1]. Государство осуществляет туристическую деятельность по многим следующим направлениям:

- въездной туризм;
- выездной туризм;
- культурно - познавательный туризм;
- спортивный туризм;
- социальный туризм.

Это во многом обеспечивает экономическую стабильность страны, увеличение рабочих мест и товарооборота за счет притока инвестиций, вложенных в развитие туристического бизнеса, увеличения количества туристов, посещающих турбазы, оздоровительные комплексы и памятные места в различных регионах.

В последнее время на мировом рынке туристских услуг появился новый вид туризма – «событийный туризм». Это - уникальная возможность граждан любой страны быть гостем, участником значимого для Республики события, будь то традиционный национальный или международный праздник, крупное спортивное или творческое. «Туризм необходим всем и на всех уровнях. Для государства туризм — важная составляющая социально - экономической сферы, связанная с поступлением средств в бюджеты всех уровней, оздоровлением населения, обеспечением его занятости, решением проблем развития социальной инфраструктуры. Для широкой общественности туризм — важная область международного сотрудничества, культурных и деловых контактов, средство народной дипломатии, индикатор открытости, доверия и дружелюбия» [10].

Потенциал традиционной культуры позволяет определить широкий круг значимых событий, которые могли бы стать брендом туризма Таджикистана.

Ярким примером проекта в сфере событийного туризма является национальный праздник «Навруз», (в переводе с персидского языка означает «Новый день»). Это - праздник весны, первый день нового года, день весеннего равноденствия. Первые свидетельства празднования были обнаружены еще в священной книге зороастризма «Авеста» около 3000 лет до н. э.» [9, с.152]. В знаменитом литературно - историческом источнике «Шахнаме»Абулкасима Фирдауси происхождение праздника связано с персидским царем Джашедом.«Легенда гласит: по приказу царя Джамшеда его подданные возвели ему трон из чистого золота (считается, что это был первый трон в истории человечества ), он велел поднять его на высочайшую гору во время восхода солнца, для того что бы золото блестело при свете солнца и стало бы светить, как солнце. Этот день называли Наврузом и стали праздновать его как начало нового года»[10, с.86]. Выпадает этот день на 21 марта - день весеннего равноденствия, когда продолжительность дня и ночи равны.

С 30 сентября 2009 года ЮНЕСКО (Организация Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры) объявила Навруз международным праздником в ряде стран: Афганистан, Азербайджан, Индию, Иран, Ирак, Кыргызстан, Казахстан, Пакистан, Таджикистан, Турцию, Туркменистан и Узбекистан [10].

В Таджикистане этот праздник традиционно отмечается с большим размахом, и дни празднования официально объявлены выходными днями в Республике.

В каждом уголке страны на протяжении пяти дней проходят праздничные массовые мероприятия, всенародные гуляния, выставки концерты и соревнования по традиционным видам спорта: «гуштингирй» (с таджикского - национальный вид борьбы силачей), «бузкашй» (с таджикского - козлодрание), «бучилбози», (с таджикского - игра в кости ) и др. [7]. Символом Навруза является «Суманак» - лакомство, которое начинают готовить приблизительно за неделю до праздника. В посуде с неглубоким дном замачивают зерна пшеницы, к празднику зерна прорастают. Принято считать, что чем длиннее ростки проросшего зерна, тем больше и лучше будет урожай в новом году. Проросшие зерна толкут в металлической ступе, кладут в казан, заливают водой, добавляют муку и варят 10 - 12 часов, при этом все время помешивают.

Интересно, что на протяжении столетий и по настоящее время в Таджикистане следуют этой древней традиции

Такое уникальное по своей теплоте и духовности мероприятие не может не вызвать интерес у представителей разных культур. Отдых и развлечение нужны всем возрастным категориям населения, отличие лишь в формах и средствах их проведения [5, с.51]. И, если обеспечить достойную рекламу этому празднику как о мероприятии международного значения, если туроператорам во взаимодействии с авиакомпаниями, гостиничными и

музейными комплексами Таджикистана в дни празднования «Навруз» предусмотреть специальные акции по снижению стоимости пакета туристических услуг, то поток туристов желающих принять участие в этом культурном событии значительно увеличится.

На сегодняшний день Правительством Республики Таджикистан подготовлена «Государственная программа развития туризма в Республики Таджикистан на период 2015 - 2020 годы». Об этом в ходе национальной конференции по туризму «Гостеприимный Таджикистан – страна туризма» заявил председатель Комитета по делам молодежи, спорта и туризма при президенте Р. Таджикистан Ахтам Абдуллозода. К разработке данной программы были привлечены местные эксперты и представители международных организаций.

«В программе разработаны конкретные механизмы развития отрасли туризма в Таджикистане, источники ее финансирования и определены механизмы регулирования туристической деятельности со стороны правительства. Программа уже направлена в парламент для одобрения», - отметил Абдуллозода в своем выступлении [2].

Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан прогнозирует, что к 2020 году Таджикистан намерен привлекать ежегодно до одного миллиона зарубежных туристов. Такой прогноз сделан на основании высокого роста интереса к поездкам в эту страну. Если в 2010 году здесь побывало 160 тысяч иностранцев, то лишь за первые шесть месяцев 2011 года этот показатель достиг 110 тысяч человек. Из ни в 2010 году 36 процентов поступлений Таджикистан были из Китая. В 2015 году, после Китая был Афганистан с 111586 чел. туристов. Значительный увеличилось количество въезжающих туристов из Турции. Аналогичное повышение произошло в числе туристов из Ирана и Индии. Анализ полученных данных по статистике указывает на расширение географии въездного туризма [3]. Больше количество иностранных граждан посещают Таджикистан с частными, деловыми и профессиональными целями, остальная же часть въезжает по приглашениям знакомых и родственников, по коммерческим и туристическим целям.

С целью улучшения своих отношений с западными странами, Таджикистан пытается развивать свой туристический сектор, при этом богатые культурные достопримечательности являются основой для развития этого направления. Таджикистан, имея дипломатические отношения со странами Востока и Запада, планирует удвоить, в среднем, темпы роста в сфере туризма [4, с.297].

Во всем мире туристическая индустрия является одним из значимых направлений экономического развития государств. Таджикистан также намерен в будущем использовать опыт развитых стран в области туриндустрии.

Мы считает возможным проявить инициативу и внести предложение по включению в «Государственную программу развития туризма в Республики Таджикистан на период 2015 - 2020 годы» мероприятия, способствующие привлечению туристских потоков путем организации событийных проектов культурной, образовательной, спортивной направленности для всех возрастных категорий участников.

### **Список литературы**

1. Закон Республики Таджикистан о туризме (Ахбори Маджлиси Оли Республики Таджикистан 1999 год, №9, ст 228; 2005 год, №12, ст. 641; 2009 год, № 5, ст.337) // [base.spininform.ru / show \\_ doc.fwx?rgn=65937](http://base.spininform.ru/show_doc.fwx?rgn=65937) (дата обращения 01.03.2016).

2. Государственная программа развития туризма Республики Таджикистан на 2015 - 2020 годы. // [tadjhikistane - razrabotana - programma - razvitiya - turizma - na - 2015 - 2020 - gody. http://news.tj/](http://tadjhikistane - razrabotana - programma - razvitiya - turizma - na - 2015 - 2020 - gody. http://news.tj/) (дата обращения 22.02.2016 г.)

3. Агентство по статистике при президенте Республики Таджикистан. Статистика туризма // <http://www.stat.tj/> (дата обращения 22.02.2016 г.)
4. Бехешти, С. А. Разработка стратегии развития маркетинговой деятельности в туризме // Молодой ученый. — 2013. — №11. — С. 295 - 298.
5. Грибкова Г.И. Некоторые особенности типологии проектов в социально - культурной сфере // Путь науки. - 2015. № 4 (14). - С. 50 - 52.
6. Грибкова, Г.И., Зайцева, Т.А. Проектная деятельность в структуре профессиональной компетентности бакалавров туризма // Экономика и предпринимательство. 2015. — №10(63 - 2). — С.1091 - 1094.
7. Зайцева, Т.А. Проблемы взаимодействия традиции и новации в контексте изучения многообразия культурного опыта (региональные и локальные измерения) // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2011. — №1. — С. 11 - 13.
8. Музаффаров, Д. Таджикско - русский словарь // [lugat.tj](http://lugat.tj) <http://www.lugat.tj/news.php?tid=1&ln=ru> (дата обращения 01.03.2016)
9. Навруз: встреча Нового года на Великом шелковом пути <http://en.unesco.org/silkroad/node/8701> (дата обращения 01.03.2016)
10. Путрик, Ю.С., Караневский, П.И. Пути развития Российского туризма в эпоху глобализации. // Знание. Понимание. Умение. - 2007. №2. - С.178 - 184.
11. Рак, И. В. Авеста в русских переводах (1861 - 1996) // Журнал «Нева»; РХГИ - СПб., 1997. — С.370.
12. Фирдоуси, А. «Книга царей» Шах - нам // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона (82 т. и 4 доп.).— СПб., 1890—1907.— С. 86 .

© 3.Ш.Назарова, 2016

**УДК 338.43**

**Е.А.Гроздева**

к.э.н., доцент кафедры учета, анализа и аудита

**Д.Ю.Панченко**

магистрант 2 курса, группы Э2410з

Института экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

г.Симферополь,

Российская Федерация

## **АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ВИНОДЕЛЬЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

Республика Крым является одним из ведущих виноградарско - винодельческих районов страны. В Российской Федерации сегодня сосредоточено 61 тысяча гектаров виноградников, в Республике Крым - 31 тыс га.

Согласно анализу, проведенному в таблице 1, в 2015 г. лидером по экспорту вин является компания «Аэромар», доля которой в денежном выражении составила 79,6 % , а в физическом объеме экспорта - 16 % . Также можно отметить ООО «Алеф - Виналь - Крым», доля которой в физическом объеме экспорта составила 47,1 % .

Таблица 1. Основные компании - экспортеры тихих и игристых вин в 2015 г.

Наименование	Доля в % от суммы	Доля в % от объема
ЗАО «АЭРОМАР»	79,6	16
ООО «АЛЕФ - ВИНАЛЬ - КРЫМ»	3,5	47,1
ООО «РОСТШАМПАНОКОМБИНАТ»	2,9	7,4
ООО «КУБАНЬ - ВИНО»	2,6	5,6
ООО «АЭРО - ТРЕЙД»	1,3	0,3
ООО «КРЫМСКИЙ ВИННЫЙ ЗАВОД»	0,7	1,6
ЗАО «АБРАУ - ДЮРСО»	0,7	0,6
ОАО «МОСКОВСКИЙ КОМБИНАТ ШАМПАНСКИХ ВИН»	0,7	1,5
ОАО «АПФ «ФАНАГОРИЯ»	0,6	1
ООО «МАРИИНСКИЙ СПИРТЗАВОД»	0,5	1,9

В таблице 2 представлена разбивка розничных продаж столовых вин по федеральным округам. По результатам анализа можно сделать вывод, что наибольший объем продаж столовых вин приходится на Центральный федеральный округ 20977тыс.далл или 34,57 % . В Крымском федеральном округе в 2015 году продажи составили 322тыс.далл или 5,29 % . Данные изменения проиллюстрированы на рисунке 1.

Таблица 2. Разбивка розничных продаж столовых вин по федеральным округам в 2015 году

Федеральный округ	Продажи, тыс.дал	Уд.вес, %
Центральный федеральный округ	20977	34,57
Приволжский федеральный округ	9617	15,85
Северо - Западный федеральный округ	8574	14,13
Сибирский федеральный округ	5868	9,67
Уральский федеральный округ	4894	8,06
Южный федеральный округ	4329	7,13
Дальневосточный федеральный округ	2357	3,88
Северо - Кавказский федеральный округ	856	1,41
Крымский федеральный округ	3212	5,29
Российская Федерация	60684	100,00



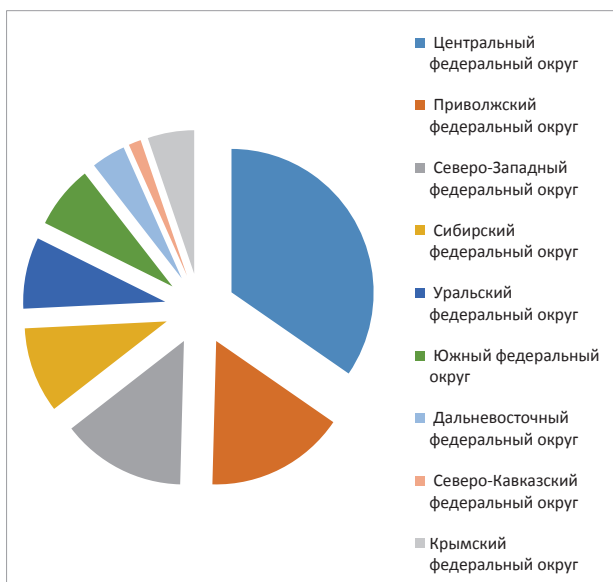


Рисунок 1 – Удельный вес продаж столовых вин по федеральным округам в 2015 году

Одной из главных причин ухудшения состояния предприятий отрасли является резкое снижение объемов выпуска продукции среди большинства производителей вин и другой алкогольной продукции. Из - за отсутствия фондов материально - техническая база производства в секторе устарела, особенно в первичном виноделии, а обеспечение машинами и оборудованием для ухода за виноградниками и производства посадочного материала находится на низком уровне. С точки зрения специфики отрасли следует отметить, что углубленная специализация предприятий в современных условиях может позитивно повлиять на концентрацию возможностей для совершенствования технологий и повышение качества вин.

Поскольку существует тесная зависимость между масштабами производства, затратами и экономическими результатами, с целью поддержания и повышения рентабельности винодельческих предприятий в качестве основного приоритета эффективности развития выдвигается экономия затрат во всех звеньях технологической цепочки.

### Список использованной литературы

1. Понкин И.В. Мониторинг и профилактика потребления алкогольных напитков в системе образования // Алкогольная катастрофа и возможности государственной политики в преодолении алкогольной сверхсмертности в России / Отв. ред. Д.А. Халтурина, А.В. Коротяев. – М.: Ленанд, 2008. – 376 с.

2. Феоктистов Д.Н. Перспективные пути эффективного использования производственных ресурсов винодельческой промышленности России // Экономика и предпринимательство (часть 1), 2013, № 12 с. 45 - 48.

© Гроздева Е.А., Панченко Д.Ю., 2016

## **ОРГАНИЗАЦИОННО - МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВРУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ВНУТРЕННЕГО ВОДНОГО ТРАНСПОРТА**

Эффективность управленческих решений зависит от достоверности бухгалтерской и управленческой отчетности. Одной из основных функций бухгалтерского учёта является его контрольная функция, заключающаяся в обеспечении охраны интересов собственника путём создания базы для осуществления финансового контроля. В первую очередь, это — внутренний контроль. Согласно ст. 19 ФЗ №402 «О бухгалтерском учете» все организации обязаны организовать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни. [1, с.25]

Решением вопросов связанных с внедрением системы внутреннего контроля уделяется внимание во всем мире. В 2006 году в США вступили в силу стандарты раскрытия информации публичными акционерными компаниями, провозглашенные Законом Сарбейнса - Оксли (Sarbanes - Oxley Act). Закон направлен на улучшение точности и достоверности финансовой отчетности, раскрытия информации и предусматривает заверение информации о полноте и эффективности существующих систем внутреннего контроля.

Система внутреннего контроля представляет собой совокупность организационной структуры, методик и процедур, принятых руководством экономического субъекта в качестве средств для упорядоченного и эффективного ведения хозяйственной деятельности.

Внутренний контроль в той или иной форме существуют на каждом предприятии. Тем не менее, практика его формирования в России только начинает складываться. Чем крупнее компания и чем сложнее ее организационная структура, тем масштабнее задачи и жестче требования к системам внутреннего контроля. К сожалению, во многих российских компаниях внутренний контроль носит неформализованный или номинальный характер. Оценка системы внутреннего контроля в организации является важной частью аудиторского заключения. Международный стандарт аудита МСА 400 «Оценка рисков и внутренний контроль» [2, с. 2] и российский стандарт аудита № 8 «Оценка аудиторских рисков и внутренний контроль, осуществляемый аудируемым лицом» определяют систему внутреннего контроля как политику и процедуры, принятые руководством аудируемой организации, для содействия и реализации целей руководства, для эффективного ведения бизнеса, обеспечения сохранности активов, предотвращение и обнаружение фактов мошенничества и ошибок, аккуратность и полноту бухгалтерских записей, а также своевременную подготовку достоверной финансовой информации. [3, с. 29]

На предприятиях водного транспорта контрольно - информационные системы не позволяют в полной мере обеспечить качественную информационную поддержку принимаемых управленческих решений. Искажение данных в отчетности может быть

связано с ошибками обработки первичных документов, неверно выстроенными бизнес - процессами судоходной компании, недобросовестным поведением персонала. Внедрение системы внутреннего контроля позволит обеспечить надежность финансовой информации, а также снизить риски принятия ошибочных решений. Построение системы внутреннего контроля (СВК) предполагает определение наиболее существенных рисков (которые могут повлечь за собой финансовые потери), разработку контрольных процедур, а также создание системы тестирования эффективности контрольных процедур. Управляющим требуются новые интегрированные системы, способные объединить финансовый, управленческий, налоговый учет, экономический анализ и контроль.

Под внутренним контролем необходимо понимать систему мер, организованных руководством предприятия и осуществляемых на предприятии с целью наиболее эффективного выполнения всеми работниками своих должностных обязанностей при совершении хозяйственных операций. [4, с. 15] При этом подразумевается не только и не столько функционирование контрольно - ревизионного подразделения организации, а создание системы всеобъемлющего контроля, когда он является делом не только ревизора, а всего аппарата управления предприятия. Внутренний контроль охватывает все сферы деятельности предприятия и направлен на повышение эффективности управления компаний.

Целями организации системы внутреннего контроля на предприятиях внутреннего водного транспорта являются:

- 1) осуществление эффективной деятельности;
- 2) обеспечение соблюдения политики руководства каждым работником предприятия;
- 3) обеспечение сохранности имущества предприятия.

Важнейшей функцией внутреннего контроля является обеспечение соблюдения работниками предприятия своих должностных обязанностей. Методы, используемые при осуществлении внутреннего контроля, весьма разнообразны и включают элементы таких методов, как:

- счета и двойная запись, инвентаризация и документация, балансовое обобщение (бухгалтерский финансовый учет);
- выделение центров ответственности, нормирование издержек (бухгалтерский управленческий учет);
- проверка документов, проверка арифметических расчетов, проверка соблюдения правил учета отдельных хозяйственных операций, инвентаризация, устный опрос персонала, подтверждение и прослеживание (ревизия, аудит).

Процедуры внутреннего контроля представляют собой действия, направленные на минимизацию рисков, влияющих на достижение целей экономического субъекта. [5, с. 6]

На состав процедур контроля влияют объем, степень сложности и особенности видов деятельности предприятия водного транспорта, а также специфика контрольной среды и системы бухгалтерского учета. Так, на предприятии водного транспорта необходимо подготовить:

- перечень контрагентов;
- информацию:
- пассажирских перевозках;
- грузовых перевозках;

- погрузочно - разгрузочных работах;
- комплексном обслуживании флота;
- данные о грузообороте, пассажирообороте;
- процедуры проверки качества защиты информационных данных.

Эффективность процедур внутреннего контроля увеличивается, если проводится их регулярная проверка и распределение функций способствует защите активов и исключению или обнаружению ошибок в финансовых документах. При наличии компьютерной обработки данных некоторые процедуры внутреннего контроля могут осуществляться с использованием компьютерных программ. Процедуры внутреннего контроля должны охватывать всю систему обработки данных, начиная с первоначальной регистрации информации по хозяйственным операциям и заканчивая последними записями по ее хранению, занесенными в бухгалтерские регистры или сведенными в файлы. Для обеспечения внутреннего контроля данные, занесенные в память компьютера и подлежащие обработке, должны быть полными, точными, законными; параметры, условия и программы, использующиеся для начала работы с такими хозяйственными операциями, должны оптимизироваться и поддерживаться на соответствующем уровне.

Предприятия водного транспорта должны разрабатывать и внедрять процедуры внутреннего контроля для того, чтобы быть уверенными в законности осуществляемых хозяйственных операций, в том, что информация по ним зарегистрирована полностью и точно, что все ошибки в процессе ведения дел и регистрации данных по ним обнаруживаются с максимальной скоростью (независимо от того, произошла ли ошибка при обработке данных по незаконным хозяйственным операциям, заключается ли она в невозможности провести обработку данных по законным операциям), что целостность зарегистрированных данных по ведению финансово - хозяйственной деятельности обеспечена файлами или бухгалтерскими регистрами и что доступ к активам и связанным с ними документам ограничен. Это значит, что процедуры внутреннего контроля дают уверенность в том, что цели контроля, заключающиеся в обеспечении полноты, точности, законности операций, в защите файлов и активов, были достигнуты и что системой бухгалтерского учета формируется надежная учетная информация.

#### **Список использованной литературы:**

1. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402 - ФЗ (ред. от 04.11.2014) "О бухгалтерском учете"
2. Международный стандарт аудита МСА 400 «Оценка рисков и внутренний контроль»
3. Постановление Правительства РФ от 04.07.2003 N 405 "О внесении дополнений в федеральные правила (стандарты) аудиторской деятельности"
4. Бурцев В. В. Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации / В. В. Бурцев. — М.: Экзамен, 2001.
5. Информация Минфина России N ПЗ - 11 / 2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности».

© И.Э. Гурп, 2016

## **РОЛЬ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ, КАК ИНСТРУМЕНТА СТАБИЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

Налоговая политика является важнейшим инструментом экономической политики государства, который определяет его способность по сбору доходов и эффективному управлению расходами. Любое государство регулирует рыночную экономику, используя налоговую политику.

Роль налогов, определяемая налоговой политикой, может быть как положительной, так и отрицательной для субъектов хозяйствования. Так как государству выгоднее взимать как можно больше налогов, что является отрицательным фактором для населения, и наоборот. Проблема налоговой политики состоит в том, чтобы установить сбалансированность в налогообложении, то есть, чтобы размер налогов устраивал как население, так и государство, поэтому для того, чтобы сбалансировать экономику страны, необходимо разработать эффективную налоговую политику.

Целью налоговой системы является стабилизация экономики государства и пополнение бюджета, то есть грамотно построенная налоговая система способствует увеличению налоговых поступлений, сокращению налоговых правонарушений. Следует отметить, что не систематизированная и плохо продуманная налоговая политика может привести к развалу финансовой системы государства.

На сегодняшний день налоговая система нашей страны обладает существенными пробелами. Существует проблема чрезмерной налоговой нагрузки, уклонение от уплаты налогов, не эффективность существующих льгот, превышение штрафных санкций и многое другое. Поэтому необходимо прибегнуть к совершенствованию существующей налоговой системы или создать принципиально новую. Таким образом, налоговая политика, разрабатываемая государством и обладающая огромным значением для всего государства, может эффективно воздействовать на бюджетные процессы и на все экономические проблемы. Под налоговой политикой подразумевается комплекс мер по налоговому регулированию, осуществляемых государством. Является инструментом регламентирования макроэкономических пропорций.

На формирование налоговой политики большое влияние оказывает банковская сфера, денежно - кредитная политика, система ценообразования и т.д.

Субъектами налоговой политики в зависимости от устройства государства является Федерация, субъекты Федерации и муниципалитеты.

Объектом служит налогообложение.

Цель налоговой политики формируется под воздействием различных факторов, главными из которых являются социальная и экономическая ситуации в стране.

Налоговая политика преследует следующие цели:

- Фискальные - удовлетворение потребностей в финансовых ресурсах всех уровней власти.
- Экономические - воздействие на экономику через налоговый механизм путем перераспределения ВВП и национального дохода, а также через регулирование спроса и предложения.
- Социальные - ликвидация неравенства между уровнями доходов различных слоев населения в результате перераспределения национального дохода между определенными социальными группами.
- Международные - укрепление экономических связей с иностранными государствами путем заключения различных соглашений и т.д.
- Экологические - охрана окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов за счет усиления роли экологических налогов и штрафных санкций;
- Контрольные - проведение выездных налоговых проверок. Информация, которую получает государство от налоговых органов используется для принятия решений в области планирования и регулирования налоговой системы.

Методы, с помощью которых осуществляют налоговую политику, связаны в полной мере с целями, которые преследует государство.

В первую очередь, следует изменить налоговую нагрузку на налогоплательщика, отменить налоговые льготы и преференции, ввести дифференцированную систему налоговых ставок.

Налоговая политика зависит не только от методов экономической и финансовой политики государства, но и от форм.

Различают следующие формы налоговой политики, во - первых: это политика максимальных налогов. Здесь государство устанавливает высокие налоговые ставки, чтобы получить от своих граждан как можно больше финансовых ресурсов.

Такой метод налоговой политики заставляет сомневаться каждого налогоплательщика и общество в целом в нормальном экономическом развитии. Поэтому такую политику целесообразно проводить в экстремальных случаях, таких как войны, кризисы и т.д.

Во - вторых: политика экономического развития. В этом случае государство максимально учитывает как фискальные интересы, так и интересы налогоплательщиков. Государство сокращает свои расходы, в первую очередь - на социальные программы. Цель этой политики состоит в том, чтобы обеспечить стимулирование инвестиций и расширение капитала.

Такая политика проводится в условиях стагнации экономики.

В - третьих: это политика разумных налогов, которая представляет собой что среднее между двумя предыдущими формами. Задача ее состоит в том, чтобы установить высокий уровень налогообложения как физических так и юридических лиц при реальной защите граждан.

Проводя налоговую политику государство регулирует экономику путем использования таких налоговых инструментов как: налоговая ставка, налоговая льгота, налоговая база, налоговые санкции и др.

При этом государство применяет как прямые, так и косвенные методы использования налоговых инструментов.

Главным среди инструментов является налоговая ставка, так как она может определить проценты налоговой базы, денежная оценка, которая является величина налога. Поэтому правительство может осуществлять налоговое регулирование, налоговую ставку, при этом не трогая налоговое законодательство.

При осуществлении налоговой политики путем применения налоговой ставки используется пропорциональное, прогрессивное и регрессивное. Важнейшее значение имеют прогрессивное и регрессивное, так как они регулируют как уровень доходов налогоплательщиков, так и формулирование бюджетов различных уровней.

Налоговая льгота также является эффективным средством, чтобы реализовать налоговую политику, представляет полное или частичное освобождение от уплаты налогов.

Чтобы провести активную налоговую политику необходимо установить налоговые льготы, которые связаны с видами и формами предпринимательской деятельности. Формы и способы предоставления различных льгот в государстве постоянно меняются.

К наиболее часто используемым формам относят:

- освобождение от налога в зависимости от видов деятельности или дохода от такой деятельности;

- полное или частичное освобождение от уплаты налогов;

- уменьшение налоговой ставки;

- перенесение убытков на доходы будущих периодов.

Инвестиционная деятельность служит важным звеном стимулирования налогов. В большинстве странах полностью или частично освобождается от налогообложения прибыль, которая направлена на эти цели.

Некоторые налоговые льготы смягчают экономические и финансовые кризисы. Налоговые льготы прямо воздействует на процессы стимулирования и регулирования экономики. Путем установления в законодательстве системы федеральных региональных и местных налогов достигается цель формирования финансовых ресурсов для органов власти всех уровней.

Налоговые санкции служат важнейшим элементом регулирования налогового механизма. Так как, во - первых: они в руках государства направлены на обеспечение выполнения налоговых обязательств налогоплательщиком, во - вторых: направляет налогоплательщика на использование более эффективных форм хозяйствования.

Налоговые санкции является косвенной формой использования налогового механизма, так как они не воздействуют на эффективность хозяйствования.

Налоговая база является важным инструментом налоговой политики государства, так как от нее зависит увеличение и уменьшение налоговых обязательств налогоплательщиков.

В зависимости от длительности периода реализации целей, стоящих перед ней, налоговая политика носит стратегический и тактический характер.

Налоговая стратегия решает крупномасштабные задачи, связанные с разработкой налоговой политики. Она связана с экономических, социальных, а также финансовой стратегией соответствующего государства. Стратегия рассчитана на длительный период, поэтому является долговременным курсом налоговой политики.

Налоговая тактика, в отличие от налоговой стратегии служит для достижения целей конкретного этапа в развития экономики, путем своевременного и эффективного изменения элементов налогового механизма.

Эти два аспекта тесно взаимодействуют друг с другом, так как тактика решает стратегические задачи, а стратегия создает условия для решения тактических задач.

Налоговая политика смягчает негативные явления, которые присущи рыночной экономике. Она является важнейшим инструментом регулирования государством рыночной экономики страны.

Налоговая политика России подлежит внесению больших изменений. Они должны быть последовательными и предсказуемыми. Они должны :

- снизить общий уровень взимаемых налогов при увеличении налоговой базы;
- сократить количество налогов и упростить систему налогообложения;
- усилить налоговую дисциплину;
- систематизировать налоговое законодательство.

Необходимость в этих изменениях осознают все. Правительство должно уметь найти выход, чтобы сбалансировать функции налогов, в особенности фискальную и стимулирующую.

Правительство также должно разработать среднесрочную(3 - 5 лет) программу налоговой реформы, которая будет способствовать стабильности налоговой системы, внесению в нее существенных изменений. Соответственно эту программу нужно будет внести в Налоговый кодекс.

К основным целям налоговой реформы можно отнести отмену всех налогов и ввод единого налога на доходы предприятий; существенно увеличение акцизов и отмена льготы на импорт; ввод налога на имущество, который переходит в качестве наследства ли дарения; отмена налогов, которые финансово малоэффективны; проведение “инвентаризации” налоговых льгот, снижение налога на доходы физических лиц и налога на добавленную стоимость; объединение налогов, имеющих одинаковые базы налогообложения.

Безусловно, для того, чтобы вывести Россию из кризиса, в котором она находится, нельзя надеяться только лишь на налоговую политику, так она не в состоянии решить все проблемы, стоящие перед государством. Нужна эффективная программа, которая, соответственно, затронет и саму налоговую политику и выведет экономику из кризиса.

### **Список использованной литературы**

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. М.: Юрайт, 2016.
2. Налоги и налоговая система РФ: Учебник и практикум для академического бакалавриата. Под научной ред. Л.И. Гончаренко. – М.: Юрайт, 2014
3. Пансков В.Г. Налоги и налогообложение: Учебник для бакалавров – 3 - е издание., перераб. и доп. – М: Юрайт, 2014
4. [www.nalog.ru](http://www.nalog.ru) – официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ.
5. [www.taxhelp.ru](http://www.taxhelp.ru) – «Налоговая помощь» - материалы по проблемам взаимодействия налогоплательщика и налоговых органов, налоговые споры.
6. [www.rg.ru](http://www.rg.ru) – российская газета.
7. [www.fiscali.ru](http://www.fiscali.ru) – форум налоговиков.
8. [www.nalogitax.ru](http://www.nalogitax.ru) – в помощь о налогах.
9. [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru) – официальный сайт Министерства экономического развития РФ.

© Л.Ю. Дажаева, 2016



**Д.К. Деревенец**

ассистент кафедры землеустройства и земельного кадастра КубГАУ  
г. Краснодар, Российская Федерация

**В.В. Бондарева**

студентка инженерно - землеустроительного факультета КубГАУ  
г. Краснодар, Российская Федерация

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СОСТАВЛЕНИЕ ТЕХНИЧЕСКИХ ПАСПОРТОВ И ТЕХНИЧЕСКИХ ПЛАНОВ: АКТУАЛЬНОСТЬ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

На сегодняшний день развитие земельных отношений является одной из основных тем, касающихся экономики страны. Увеличивается количество сделок купли - продажи недвижимости и аренда, денежные вложения в недвижимость стали наиболее популярны на сегодняшний день. Для любой сделки, связанной с недвижимостью необходимо, чтобы объект был поставлен на государственный кадастровый учет.

Для постановки объекта капитального строительства на государственный технический учет составляется технический паспорт, а для постановки на государственный кадастровый учет – технический план.

Согласно закону № 221 - ФЗ «О государственном кадастре недвижимости» технический план – это документ, который содержит определенную информацию, внесенную в государственный кадастр недвижимости о зданиях, сооружениях, помещениях или объектах незавершенного строительства, необходимую для постановки на учет таких объектов недвижимости, либо сведения о частях таких объектов недвижимости [1].

Технический план также необходим для внесения поправок в уже имеющийся кадастровый паспорт для исправления прежних ошибок или же после реконструкций и перепланировок объектов, а также в случаях, когда по каким - либо причинам объекты капитального строительства не были поставлены на кадастровый учет и право собственности на них не зарегистрированы.

В процессе разработки технических планов также используются кадастровые выписки о земельных участках, в границах которых находится соответствующий объект недвижимости, а при отсутствии в государственном кадастре недвижимости сведений о таком земельном участке – кадастровый план соответствующей территории. При работе с техническими планами очень часто у кадастровых инженеров возникают проблемы невозможности получения кадастрового паспорта из - за потери инвентаризационных данных на объекты в ФГБУ «Федеральная Кадастровая палата Росреестра». Из - за таких ситуаций людям приходится платить лишние деньги, а иногда и вовсе отказываться от сделок.

Достаточно непростые вопросы возникают при разработке технического плана линейного объекта, подземного сооружения, а также навесных сооружений, то есть не имеющих прямой связи с землей. Стоимость на составление данного документа

значительно выше, чем стоимость технического плана какого - либо другого объекта, она зависит от протяженности и степени сложности данного объекта [2,3,4].

Согласно Приказу Минэкономразвития РФ № 693 от 23.11. 2011 г. «Об утверждении формы технического плана и требований к его подготовке» при разработке технических планов подземных сооружений необходимо отображать его проекцию на земельный участок.

При составлении технического плана на объект капитального строительства (ОКС), кадастровый инженер может допустить следующие ошибки:

- не указать расшифровку подписи и занимаемой должности представителя юридического лица, органа государственной власти, органа местного самоуправления, иностранного юридического лица;

- не заверить подпись представителя юридического лица отгиском печати органа государственной власти, органа местного самоуправления, российского или иностранного юридического лица;

- в графической части отсутствует масштаб, в котором он выполнил графическую часть;

- с заявлением об учете изменений ОКС обращаются ненадлежащие лица;

Основные ошибки технических планов составленных в электронном виде в формате xml, совершаемые кадастровыми инженерами при создании ml - файлов:

- в тех случаях, когда у ОКС структурированный адрес, в техническом плане (XML - файле) заполнена графа «Адрес (местоположение) по документу» (Note);

- в графе «Способ образования» (Method) указывают способ образования «Иное», хотя объект не был образован из другого объекта;

- не соблюдается условие уникальности GUID;

- несоответствие имени приложенного плана и ссылки указанной в файле [2,10,11].

Нельзя не согласиться с тем, что вышеуказанные документы играют важную роль в эпоху развития рынка недвижимости, и допущение технических ошибок при составлении таких документов необходимо выявлять своевременно, для этого можно предложить несколько способов решения данных проблем:

- проводить работникам структурных подразделений организаций технической инвентаризации разъяснительные работы, по наиболее часто допускаемым кадастровым ошибкам при составлении технического плана;

- проводить повторные тестирования кадастровых инженеров, с целью проверки знаний по составлению таких документов;

- в приложение к техническим планам необходимо прикладывать те документы, в которых содержится достаточно информации для проведения государственного кадастрового учета ОКС;

- при составлении технического плана рекомендуется подробно заполнять графу «Заключение кадастрового инженера».

- подготавливать документы, которые соответствуют требованиям к составлению технических планов [3,11].

Экономическая эффективность проведения землеустроительных работ по составлению технических паспортов и технических планов на объекты недвижимости зависит от:

1. Качества выполнения землеустроительных работ, так как если не будет соблюдена необходимая точность измерений, работа специалистов будет считаться не качественной и

займет большее количество времени и сил, это может привести к отказу заказчика от услуг данной фирмы, либо сделка с недвижимостью может распасться, а это в свою очередь приведет к потере денег;

2. Времени на выполнение данной работы, за ускоренный режим работы заказчика вынуждены платить повышенную плату;

3. Денег полученных за пакет документов, цены рассчитываются исходя из установленных тарифов, на различные объекты цены исчисляются индивидуально. Чем сложнее конструкция, тем цена будет выше;

4. Установление сервитута при прокладке линейных объектов, требует взимания платы с заинтересованных лиц, так как при данных мероприятиях может пострадать урожайность частной с. - х. продукции, то заинтересованное лицо обязано возместить убытки и привести земельный участок в пригодное состояние.

5. Необходимость и значимость составления технических паспортов и технических планов, так как ни одна сделка с недвижимостью не будет совершена без данных документов, а рынок недвижимости является одним из основных компонентов макроэкономики страны.

Изготовление технических планов позволит наиболее полно и качественно провести техническую инвентаризацию, поставить большую часть объектов на кадастровый учет и получить кадастровые паспорта. Технический план поможет определить степень готовности объектов незавершенного строительства и возможность постановки их на кадастровый учет [6,7,8,9,12].

### **Список использованной литературы**

1. Барсукова, Г. Н. Оптимизация структуры посевных площадей при условии сохранения почвенного плодородия как фактор повышения эффективности аграрного производства / Г. Н. Барсукова, Л. А. Мироненко, К. А. Юрченко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2016. – № 115. – С. 1170–1180.

2. Барсукова, Г. Н. Арендные земельные отношения в развитии аграрного бизнеса / Г. Н. Барсукова, К. А. Юрченко // Проблемы, противоречия и перспективы развития России в современном мире: экономико - правовые аспекты Сборник статей Международной научно - практической конференции. Краснодарский университет МВД России и др.; Под общей редакцией: Э.В. Соболева, С.И. Берлина, В.В. Сорокожердьева. – 2014. – С. 38–42.

3. Барсукова, Г. Н. Проблемы реализации земельных отношений при использовании земельных долей в Краснодарском крае / Г. Н. Барсукова, Н. Н. Забугин, К. А. Юрченко // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2009. – № 19. – С. 17–22.

4. Барсукова, Г. Н. Повышение эффективности орошаемого земледелия (на материалах сельхозпредприятий Краснодарского края) Г. Н. Барсукова // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Краснодар, 1992.

5. Барсукова, Г. Н. Аграрная крестьянская реформа 1861 г.: Невостребованный исторический опыт / Г. Н. Барсукова // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2011. – № 31. – С. 42–46.

6. Барсукова, Г. Н. Эколого - ландшафтный подход к организации сельскохозяйственного производства как условие решения проблемы продовольственной безопасности / Г. Н. Барсукова, Д. К. Деревенец // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета [Электронный ресурс]. – Краснодар:

КубГАУ, 2016. – № 1 (115). – С. 1155–1169. – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2016/01/pdf/73.pdf>

7. Деревенец, Д. К. Экологические и экономические факторы, влияющие на использование земельных ресурсов / Д. К. Деревенец, Б. Р. Ачмиз // Результаты научных исследований Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа. – 2016. – С. 41–44.

8. Деревенец, Д. К. Экономическая эффективность землеустроительных и кадастровых работ при постановке на государственный кадастровый учет земельных участков / Д. К. Деревенец, А. С. Сороколетова // Результаты научных исследований Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа. – 2016. – С. 44–46.

9. Деревенец, Д. К. Экономическая эффективность использования земельного фонда муниципального образования город Краснодар на перспективу / Д. К. Деревенец, А. Н. Шутова // Региональные аспекты развития науки и образования в области архитектуры, строительства, землеустройства и кадастров в начале III тысячелетия: материалы Междунар. науч. - практ. Конф. / КНАГТУ. – Комсомольск - на - Амуре, 2015. – С. 358–362.

10. Приказ Минэкономразвития РФ от 23.11.2011 N 693 «Об утверждении формы технического плана сооружения и требований к его подготовке» // Программный центр [Электронный ресурс]. URL: <http://pbprog.ru/documents/> (дата обращения 15.11.2015).

11. Федеральный закон от 24.07.2007 № 221 - ФЗ «О государственном кадастре недвижимости» // Правовая система «Консультант плюс» [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_70088/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_70088/) (дата обращения 15.11.2015)

12. Хлевная, А. В. Проблемы и ошибки, возникающие при составлении технических паспортов и технических планов на объекты капитального строительства / А. В. Хлевная, В. В. Бондарева // Региональные аспекты развития науки и образования в области архитектуры, строительства, землеустройства и кадастров в начале III тысячелетия: материалы Междунар. науч. - практ. Конф. / КНАГТУ. – Комсомольск - на - Амуре, 2015. – С. 339–342.

© Д.К. Деревенец, 2016

© В.В. Бондарева, 2016

**УДК 332**

**Д.К. Деревенец**

ассистент кафедры землеустройства и земельного кадастра КубГАУ  
г. Краснодар, Российская Федерация

**А.А. Игумнова**

студентка инженерно - землеустроительного факультета КубГАУ  
г. Краснодар, Российская Федерация

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ**

Земля обладает ценностью, которая отличает ее от иного материального объекта. Значимость, которую она играет в экономике каждой страны, имеет большую роль. Эффективное и рациональное использование земли является актуальной проблемой нашего времени. К особому виду регулирования землепользования относится управление

земельными ресурсами, которые принадлежат на определенном вещном праве Российской Федерации (РФ), субъектам РФ или же муниципальным образованиям.

Управление земельными ресурсами (УЗР) – это систематическое, целенаправленное, сознательное, воздействие государства и общества на земельные ресурсы. Включает целый диапазон общественных отношений – от социального до экономического, экологического, правового и других видов управления [2].

Изменения, осуществляемые в экономической жизни Российской Федерации, вызвали создание нового организационно - экономического механизма управления земельными ресурсами не только страны, регионов, а и муниципальных образований (МО). Сегодня местные органы власти отдают большое значение эффективному УЗР. Наделенные определенными полномочиями в области земельных отношений, они организуют проведение работ по землеустройству, планируют использование земли, оформляют права собственности и осуществляют контроль, а также взимают плату за землю. Все эти работы должны осуществляться в ходе таких действий, как землеустройство, кадастр, мониторинг земель, которые обеспечивают получение, обработку, хранение, и выдачу данных, определяющих динамику экономического развития МО, включая эффективность управления земельными ресурсами. Помимо этого, на экономическую составляющую УЗР муниципального образования воздействует финансовая обеспеченность ресурсами, оптимизация структуры доходов местного бюджета за счет доходов от земельной собственности и создание цивилизованного рынка недвижимости [1,3,6,7].

Для достижения отмеченных действий и осуществления экономически эффективного управления земельными ресурсами МО определяют наиболее эффективное направление и форму использования земельных участков, а именно продажу земли под приватизированными предприятиями, передачу земельных участков в аренду, приватизацию объектов незавершенного строительства и иные мероприятия [4,5].

Экономический механизм управления включает в себя: земельный налог, рыночную цену земли, арендную цену земли, залоговую цену земли арендную плату, компенсационные платежи при изъятии и консервации земельных участков, плату за право аренды, штрафные платежи за экологический ущерб, и т. д.

Одним из более значимых экономических инструментов регулирования земельными ресурсами является платность пользования землей. Законодательством Российской Федерации предусмотрены такие формы платы за землю, как земельный налог и арендная плата, взимаемые исходя из размера государственной кадастровой оценки земель. Однако местные бюджеты столкнулись с такой проблемой, что земельный налог должным образом не поступает в распоряжение муниципальных образований и не используется с целью обустройства территории, повышения плодородия почв, выполнения землеустроительных и земельно - кадастровых работ.

Еще немаловажная проблема – это низкая собираемость земельного налога. Контроль за этим позволит эффективно решить вопросы, связанные с наполнением бюджетов местного самоуправления, что будет способствовать снижению экономической и социальной напряженности в обществе.

Деятельность органов местного самоуправления по увеличению доходной части бюджетов различных уровней всегда имеет одно из главных значений. Если учитывать, что доходы от арендной платы и земельного налога за использование земли составляют

значительную часть доходов местных бюджетов, то органы местного самоуправления должны активно работать над увеличением доходного и инвестиционного потенциала территорий путем создания межведомственных комиссий по увеличению доходной части бюджета [3,8,9].

Так же для экономической эффективности управления земельными ресурсами муниципального образования необходимо создать, согласно действующему земельному и градостроительному законодательству принципиально новую систему планирования и управления пространственным развитием территории. Разработать методику массовой экономической оценки нерационально используемых и неиспользуемых земельных участков разных категорий земель. С целью дальнейшего максимально эффективного распоряжения ими (аренды и продажи права собственности, определения размеров залога и арендной платы, а также нефинансовых условий использования земельных участков, привлеченных в хозяйственный оборот) на основе анализа инвестиционной привлекательности и доходности объектов. Которые определяются на основе устанавливаемых по итогам разработки документов территориального планирования и видов разрешенного использования.

Делая вывод можно сказать что, эффективное экономическое управление земельными ресурсами муниципальных образований зависит, в первую очередь, от личной заинтересованности местных властей в решении актуальных проблем, так как именно от их действий, управленческих решений зависит состояние земельных ресурсов, эффективное и рациональное использование, а также их экономический потенциал. Земля - основной базис всех процессов жизнедеятельности общества, который обладает стоимостью. Качественная оценка, которой представляет собой одно из главных условий развития экономики, как в целом страны, так и в отдельности муниципальных образований, что в современности является проблемой. Поэтому необходимо усовершенствовать как методические, так и теоретические положения УЗР, которые позволят повысить сбор бюджетных доходов. Привлечь инвестиции в развитие муниципальных образований, а также сформировать эффективную систему обеспечения прав гарантий для субъектов земельных отношений [2,10,11].

### **Список использованной литературы**

1. Барсукова, Г. Н. Оптимизация структуры посевных площадей при условии сохранения почвенного плодородия как фактор повышения эффективности аграрного производства / Г. Н. Барсукова, Л. А. Мироненко, К. А. Юрченко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2016. – № 115. – С. 1170–1180.
2. Барсукова, Г. Н. Арендные земельные отношения в развитии аграрного бизнеса / Г. Н. Барсукова, К. А. Юрченко // Проблемы, противоречия и перспективы развития России в современном мире: экономика - правовые аспекты Сборник статей Международной научно - практической конференции. Краснодарский университет МВД России и др.; Под общей редакцией: Э.В. Соболева, С.И. Берлина, В.В. Сорокожердьева. – 2014. – С. 38–42.
3. Барсукова, Г. Н. Проблемы реализации земельных отношений при использовании земельных долей в Краснодарском крае / Г. Н. Барсукова, Н. Н. Забугин, К. А. Юрченко // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2009. – № 19. – С. 17–22.

4. Барсукова, Г. Н. Повышение эффективности орошаемого земледелия (на материалах сельхозпредприятий Краснодарского края) Г. Н. Барсукова // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Краснодар, 1992.

5. Барсукова, Г. Н. Аграрная крестьянская реформа 1861 г.: Невостребованный исторический опыт / Г. Н. Барсукова // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2011. – № 31. – С. 42–46.

6. Барсукова, Г. Н. Эколого - ландшафтный подход к организации сельскохозяйственного производства как условие решения проблемы продовольственной безопасности / Г. Н. Барсукова, Д. К. Деревенец // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – Краснодар: КубГАУ, 2016. – № 1 (115). – С. 1155–1169.

7. Виднов А. С. Управление земельными ресурсами: учебное пособие / А. С. Виднов, Н. В. Гагаринова, М. В. Сидоренко, А. В. Хлевная. – Краснодар: КубГАУ, 2014. – 101 с.

8. Деревенец, Д. К. Экологические и экономические факторы, влияющие на использование земельных ресурсов / Д. К. Деревенец, Б. Р. Ачмиз // Результаты научных исследований Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа. – 2016. – С. 41–44.

9. Деревенец, Д. К. Экономическая эффективность землеустроительных и кадастровых работ при постановке на государственный кадастровый учет земельных участков / Д. К. Деревенец, А. С. Сороколетова // Результаты научных исследований Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа. – 2016. – С. 44–46.

10. Деревенец, Д. К. Экономическая эффективность использования земельного фонда муниципального образования город Краснодар на перспективу / Д. К. Деревенец, А. Н. Шутова // Региональные аспекты развития науки и образования в области архитектуры, строительства, землеустройства и кадастров в начале III тысячелетия: материалы Междунар. науч. - практ. Конф. / КНАГТУ. – Комсомольск - на - Амуре, 2015. – С. 358–362.

11. Тананушко В. С. Земельный налог как механизм эффективного управления земельными ресурсами муниципальных образований / В. С. Тананушко // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2013. – № 6 / 141. – С. 66–83.

© Д.К. Деревенец, 2016

© А.А. Игумнова, 2016

**УДК 332**

**Д.К. Деревенец**

ассистент кафедры землеустройства и земельного кадастра КубГАУ  
г. Краснодар, Российская Федерация

**Е.А. Шейкина**

студентка инженерно - землеустроительного факультета КубГАУ  
г. Краснодар, Российская Федерация

## **ПРАВОВОЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЗЕМЕЛЬНОГО НАДЗОРА**

В настоящее время актуальными являются проблемы связанные с использованием земли, так как, согласно Конституции Российской Федерации, земля является основой всего

живого на нашей планете. В ходе своей различной деятельности люди зачастую допускают нерациональное использование сельскохозяйственных земель, несоблюдение требований об охране земли, либо вовсе не используют имеющиеся у них земельные участки. Для пресечения неправильного использования земли был создан государственный земельный надзор. Его основной задачей является обеспечение соблюдения гражданами, юридическими или должностными лицами земельного законодательства.

Свою деятельность государственный земельный надзор осуществляет в форме проведения проверок. Все проверки оформляются в план, который утверждается на основании предписания руководителя органа, осуществляющего государственный земельный надзор.

Проверки могут быть плановыми и внеплановыми. К плановым проверкам относятся те, которые вносятся в начале отчетного года в план проверок на этот год. Внеплановые же проводятся по жалобе граждан; при получении от органов государственной власти или органов местного самоуправления соответствующих документов, в которых зафиксирован факт нарушения; при проверке исполнения ранее выданного предписания на устранение нарушений, а также на усмотрение государственного земельного инспектора.

Результаты обо всех выявленных нарушениях в ходе проверок фиксируются годовом отчете «Контроль за соблюдением земельного законодательства» по форме № 10 - К. В данном отчете по г. Краснодару за 2015 год говорится, что всего было проведено 248 проверок по соблюдению земельного законодательства, из них выявлено 118 нарушений. Таким образом, из всей проделанной работы результативная составила менее 50 % . Возможно это связано с тем, что есть определенный минимум обязательных проведенных проверок для каждого из инспекторов, но нет определенного минимума в количестве проведенных проверок с именно выявленными нарушениями земельного законодательства. Так, к примеру, каждый из государственных инспекторов должен в течение года провести 25 проверок и при этом, неважно будут ли все из этих проверок содержать нарушение земельного законодательства. Из - за этого некоторые из государственных земельных инспекторов могут проявлять халатность при совершении своей деятельности, проверяя земельные участки, на которых возможное нарушение, скорее всего, отсутствует. По итогам получается, что количество необходимых проверок было совершенно, но пресечений нарушений земельного законодательства очень мало. В большинстве случаев это происходит, потому что по итогу проверок без нарушений составляется лишь акт о проведении проверки, в то время как если нарушение все же выявлено составляется предписание, если предусмотрена административная ответственность, то в соответствии с КоАП принимаются нужные меры. Далее идет проверка исполнения предписания, если оно не было устранено то вручается еще раз предписание, а также принимаются меры за неисполнение предписания и необходимые материалы передаются в судебные органы для взыскания наложенного штрафа. Соответственно чем меньше найдет нарушений государственный земельный инспектор, тем меньше ему необходимо провести работы.

Исходя из этого, качество земли все так же будет становиться ниже, земли будут истощаться и приходить в негодность, тем самым выводясь из сельскохозяйственного оборота.

Для устранения данной проблемы необходимо внести дополнительные изменения в существующее земельное законодательство, установив минимальное количество проверок,



в результате проведения которых, будут выявлены правонарушения. Например, из тех же 25 проверок, которые приходится на каждого из инспекторов, минимум 50 % должны содержать элементы нарушения земельного законодательства. После принятия данных нововведений должна повыситься эффективность деятельности государственного земельного надзора, и как следствие уменьшится количество правонарушений, совершенных гражданами, юридическими и должностными лицами, в сфере земельного законодательства. Увеличение количества лиц, привлеченных к административной ответственности, одновременно будет являться мерой наказания, для тех, кто нарушил земельное законодательство, так и стимулом для рационального использования земельных участков для лиц, которые не совершали правонарушений.

### **Список используемой литературы:**

1. Барсукова, Г. Н. Оптимизация структуры посевных площадей при условии сохранения почвенной плодородия как фактор повышения эффективности аграрного производства / Г. Н. Барсукова, Л. А. Мироненко, К. А. Юрченко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2016. – № 115. – С. 1170–1180.
2. Барсукова, Г. Н. Арендные земельные отношения в развитии аграрного бизнеса / Г. Н. Барсукова, К. А. Юрченко // Проблемы, противоречия и перспективы развития России в современном мире: экономико - правовые аспекты Сборник статей Международной научно - практической конференции. Краснодарский университет МВД России и др.; Под общей редакцией: Э.В. Соболева, С.И. Берлина, В.В. Сорокожердьева. – 2014. – С. 38–42.
3. Барсукова, Г. Н. Проблемы реализации земельных отношений при использовании земельных долей в Краснодарском крае / Г. Н. Барсукова, Н. Н. Забугин, К. А. Юрченко // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2009. – № 19. – С. 17–22.
4. Барсукова, Г. Н. Аграрная крестьянская реформа 1861 г.: Невостребованный исторический опыт / Г. Н. Барсукова // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2011. – № 31. – С. 42–46.
5. Барсукова, Г. Н. Эколого - ландшафтный подход к организации сельскохозяйственного производства как условие решения проблемы продовольственной безопасности / Г. Н. Барсукова, Д. К. Деревенец // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2016. – № 1 (115). – С. 1155–1169. – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2016/01/pdf/73.pdf>
6. Деревенец, Д. К. Экологические и экономические факторы, влияющие на использование земельных ресурсов / Д. К. Деревенец, Б. Р. Ачмиз // Результаты научных исследований Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа. – 2016. – С. 41–44.
7. Деревенец, Д. К. Экономическая эффективность землеустроительных и кадастровых работ при постановке на государственный кадастровый учет земельных участков / Д. К. Деревенец, А. С. Сороколетова // Результаты научных исследований Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа. – 2016. – С. 44–46.
8. Деревенец, Д. К. Экономическая эффективность использования земельного фонда муниципального образования город Краснодар на перспективу / Д. К. Деревенец, А. Н.

Шутова // Региональные аспекты развития науки и образования в области архитектуры, строительства, землеустройства и кадастров в начале III тысячелетия: материалы Междунар. науч. - практ. Конф. / КНАГТУ. – Комсомольск - на - Амуре, 2015. – С. 358–362.

© Е.А. Шейкина, 2016

© Д.К. Деревенец, 2016

УДК 330.341.13

**М.В.Егорова**

студентка 3 курса группы Ф - 13 - 2

Физико - технического института, СВФУ им. М.К. Аммосова

г. Якутск, РФ

e - mail: mr.vadmir@mail.ru

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ САХА ЯКУТИЯ**

Вопросы развития предпринимательства и создания благоприятных условий для малого и среднего бизнеса являются приоритетом в деятельности Правительства Российской Федерации. В долгосрочной стратегии социально - экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года малое предпринимательство, а особенно наукоемкий, высокотехнологичный его сектор, рассматривается как важнейший ресурс ускоренного перехода экономики субъектов федерации на инновационный путь развития.

На пленарном заседании X Всероссийской Конференции представителей малых и средних предприятий «Роль малого и среднего бизнеса в модернизации экономики», были озвучены позиции государства по увеличению к 2012 году на треть таких основных показателей развития малого и среднего бизнеса, как вклад малого и среднего бизнеса в ВВП, доля занятых в малом и среднем бизнесе, доля оборота субъектов малого и среднего предпринимательства, занятых в неторговой сфере. Учитывая инновационный путь развития экономики России, планируется шестикратное увеличение доли инновационных компаний. При этом локомотивом инновационной экономики в процессе модернизации, выступает малый и средний бизнес. [1]

Целью Стратегии является: определение стратегических направлений, приоритетов и сбалансированных сценариев развития малого и среднего предпринимательства в Республике Саха (Якутия), как важнейшей структурной составляющей в ее социально - экономическом развитии.

Основные задачи Стратегии:

- определение вариантов и сценариев развития малого и среднего предпринимательства в Республике Саха (Якутия);
- обоснование и разработка эффективных методов стимулирования граждан к осуществлению самостоятельной предпринимательской деятельности;
- улучшение инвестиционного климата и развитие инновационного предпринимательства;

- внедрение новых, в том числе энергосберегающих технологий;
- совершенствование механизмов и инфраструктуры поддержки предпринимательства;
- повышение образовательного уровня и снижение кадрового дефицита в предпринимательской среде.

Реализация Стратегии предполагается в два этапа (I этап – 2011 год, II этап – 2012 - 2020 годы), основные положения которой будут заложены в Республиканскую целевую программу «Развитие предпринимательства и туризма в Республике Саха (Якутия) на 2012 - 2016 годы».

Итоговыми индикаторами реализации Стратегии к 2020 году определены: рост количества субъектов малого и среднего предпринимательства до 105300; увеличение доли малого и среднего бизнеса в общем обороте организаций до 47 % ; обеспечение вклада малого и среднего предпринимательства в ВРП в размере 17 % ; увеличение доли занятых в малом и среднем бизнесе до 59 % ; рост оборота организаций малого и среднего бизнеса в 3,6 раза; обеспечение поступлений налогов в бюджеты всех уровней ежегодно до 11600 млн. руб.; повышение среднемесячной заработной платы до 57 тыс. руб.; увеличение инвестиций в основной капитал к 2020 году в 5 раз; увеличение доли производственных и инновационных компаний в 2,5 раза; увеличение доли объема реализации инновационных товаров (работ, услуг) в общем объеме реализации в 10 раз. [1]

Доминирующей отраслью по видам экономической деятельности в Якутии остается оптовая и розничная торговля, которая в малых и средних формах предпринимательства занимает 25,6 % согласно статистическим данным за 2011 г.

До 2011 г. темпы их развития были наибольшие, чем в текущем году, поскольку в Якутии не было предусмотрено достаточных ресурсов, направляемых на развитие и расширение других видов экономической деятельности. Также темпы развития иных отраслей сдерживаются документационными номенклатурными заслонами (лицензии, сертификаты и прочие), получение которых нужно добиваться годами. [3]

Социальная значимость МП определяется массовостью группы мелких собственников - владельцев малых предприятий и их наёмных работников, общая численность которых является одной из наиболее существенных качественных характеристик любой страны с развитой рыночной экономикой. Именно эта группа деятельного населения обслуживает основную массу потребителей, производя комплекс продуктов и услуг в соответствии с быстро изменяющимися требованиями рынка. При этом необходимо учитывать следующие важнейшие социальные факторы:

- развитие МП способствует постепенному созданию широкого слоя мелких собственников (среднего класса), самостоятельно обеспечивающих собственное благосостояние и достойный уровень жизни, являющихся основой социально - экономических реформ, гарантом политической стабильности и демократического развития общества;
- занятие малым бизнесом является не только источником средств к существованию, но и способом раскрытия внутреннего потенциала личности;
- объективно неизбежная реструктуризация экономики вынуждает все большее число граждан заниматься самостоятельной предпринимательской деятельностью;
- сектор МП способен создавать новые рабочие места, а, следовательно, может обеспечить снижение уровня безработицы и социальной напряженности в стране;

- массовое развитие МП способствует изменению общественной психологии и жизненных ориентиров основной массы населения, является единственной альтернативой люмпенской психологии и социальному иждивенчеству. [2]

Финансовая поддержка малого бизнеса в республике реализуется по следующим направлениям:

- долгосрочные кредиты банков;
- краткосрочные займы банков и кредитных кооперативов;
- бюджетные кредиты муниципальных образований республики;
- кредиты из реинвестированных средств угольного транша;
- гарантии Правительства республики и администраций муниципальных образований;
- субсидирование процентной ставки по привлеченным кредитам и займам;
- субсидии на компенсацию части затрат приобретенных основных средств субъектам малого бизнеса приоритетных отраслей экономики;
- субсидии на организацию собственного дела;
- лизинг оборудования.

Активно развивается программа микрофинансирования через систему фондов поддержки малого предпринимательства. [2]

#### **Список использованной литературы:**

1. <http://www.sakha.gov.ru> – «Министерство по делам предпринимательства и развития туризма».
2. <http://otherreferats.allbest.ru> – «Allbest».
3. <http://www.m-economy.ru> – «Проблемы современной экономики».

© М.В. Егорова.

**УДК 330**

автор: **К.А.Ермолаева**

студент 4 курса

института экономики управления и социальных технологий

КНИТУ - КАИ им. Туполева,

г. Казань, Российская Федерация

научный руководитель: **Б.В.Бакеев**

к. э. н., доцент кафедры экономики и управления на предприятии,

КНИТУ - КАИ им. Туполева,

г. Казань, Российская Федерация

#### **РИСКИ ПРИ СОТРУДНИЧЕСТВЕ С ФИРМАМИ ОДНОДНЕВКАМИ**

Фирма - однодневка — жаргонный термин для обозначения организаций, которые не обладают фактической самостоятельностью, создаются без цели ведения предпринимательской деятельности и не представляют налоговую отчетность.

Однодневки часто регистрируются на имя людей, которые потеряли свои паспорта и даже не подозревают, что являются формальными владельцами компаний. Регистрируются такие фирмы чаще всего по адресу массовой регистрации.

Цели намеренного сотрудничества с фирмами - однодневками могут быть различны: начиная от помощи в уклонении от налогообложения и заканчивая получением кредита с последующей ликвидацией заемщика. Это может быть и возмещение НДС, и отмывание крупных сумм денег, и хищение денежных средств из бюджета. [4]

Живут данные фирмы не один день, их существование в среднем, от 8 месяцев, до 1.5 лет, примерно столько можно безнаказанно осуществлять коммерческую деятельность без сдачи налоговой отчетности. Потом их либо «продают», либо закрывают, либо просто оставляют как есть, в надежде, что пройдет 3 года и за сроком давности про них «забудут».

Заключение сделки с фирмой - однодневкой, может повлечь для организации, осуществляющей предпринимательскую деятельность массу неблагоприятных последствий.

#### Встречные проверки

Сотрудничая с такими компаниями, вы автоматически помогаете им накапливать прибыль и «оптимизировать налоги». Если подобная организация попала под прицел правоохранительных органов и межрайонных банковских инспекций, то ваш бизнес тоже может «накрыть волной» проверок.

#### Отсутствие гарантий

Любая фирма, начинающая сотрудничать с однодневкой, рискует быть обманутой. Результатом недобросовестности может быть неполучение товара даже после полной оплаты, получение бракованного товара, отсутствие гарантии на изделие, невозможность обменять или вернуть товар при необходимости и прочее. Впоследствии взыскать денежные средства на основании полученного исполнительного листа невозможно, поскольку счета фирмы обнулены. К сожалению, доказать вину такой компании и добиться справедливости будет тяжело, так как органы милиции не очень желают возбуждать уголовное дело по данной категории мошенничества. Потому как дело возбуждается против генерального директора, а он бомж, или инвалид - алкоголик, который является «директором» еще около 300 фирм.

#### Ничтожность сделок

Все сделки, заключенные с фирмой - однодневкой могут быть признаны судом недействительными, в том числе при ликвидации однодневки по иску налоговой инспекции. При этом каждая из сторон обязана вернуть другой стороне все полученное по сделке. Понятно, что добиться исполнения решения суда со стороны фирмы, существующей «на бумаге» невозможно и нести убытки от признания сделки недействительной будет добросовестно работающее предприятие.

#### Испорченная репутация

Можно попасть под волну судебного разбирательства по вопросу сотрудничества с недобросовестными компаниями, что способно нанести урон репутации компании, показав ее как ненадежную в плане финансовой и юридической безопасности. [2, с. 63]

Кроме этих неблагоприятных последствий сотрудничества с фирмой - однодневкой существует угроза привлечения к административной, налоговой, уголовной ответственности.

## **Административная ответственность**

**Административной ответственности** подлежит лицо, осуществляющее функции представителя власти, руководитель, в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Самой популярной санкцией за административные правонарушения является наложение штрафа за любой проступок руководителя до 5 млн. рублей, либо – взыскание до 25 процентов дохода в течение двух лет или пр.

Как разновидность административного наказания существует дисквалификация должностных лиц организации, которая назначается только судом на срок от шести месяцев до трех лет. Этот вид наказания заключается в лишении физического лица права занимать руководящие должности, осуществлять предпринимательскую деятельность и т.д.

Кроме того, на организацию, сотрудничавшую с однодневкой, в судебном порядке может быть наложено административное приостановление деятельности сроком до 90 суток в целях противодействия легализации (отмыванию доходов, полученных преступным путем).

### **Налоговая ответственность**

В процессе проверки налоговые инспекторы, самостоятельно или с привлечением сил МВД, выявляют круг подозрительных компаний, у которых предприятие закупало на значительные суммы товар или списывало на них деньги по затратным схемам. Налоговый орган признает такие расходы неправомерными. Далее инспекция доначисляет НДС и налог на прибыль, штрафы и пени за весь период работы с однодневками, попавшими в поле зрения проверяющих. Инспекторы выставляют на расчетный счет предприятия - штрафника инкассовое требование о списании доначисленных сумм налогов, пеней и штрафов. Предприятие может затем обжаловать эти действия в судебном порядке. Обычно такие дела решаются в пользу фирм, работавших с однодневками.

Тем не менее, предприятие может серьезно пострадать, лишившись на значительное время части оборотных средств, списанных в бюджет по инкассовому требованию налоговой инспекции. [1, с. 94]

### **Уголовная ответственность.**

Предприниматели, пользующиеся «обналичкой» для вывода из - под налогообложения выручки путем создания фиктивных расходов либо для завышения покупной стоимости реализуемых активов, подлежат уголовной ответственности за уклонение от уплаты налогов. Если лицо, обналичивающее денежные средства в целях уклонения от уплаты налогов, осуществляет также подделку официальных документов организации, предоставляющих права или освобождающих от обязанностей, или штампов, печатей, бланков, содеянное им может повлечь уголовную ответственность по ст. 198 (199) и ст. 327 «Подделка, изготовление или сбыт поддельных документов, государственных наград, штампов, печатей, бланков» УК РФ.

Привлечены к уголовной ответственности, могут быть руководитель организации - налогоплательщика, главный бухгалтер, иные служащие организации - налогоплательщика, могут быть привлечены к уголовной ответственности как пособники.

Даже если руководители компаний лишь однажды воспользовались услугами однодневок, то они могут быть привлечены в качестве обвиняемых к расследованию

уголовных дел. В этом случае предстоит объяснения со следствием о том, как предприятие сотрудничало с такой фирмой.

Лицам, совершившим преступления в сфере экономической деятельности, мера пресечения не связана с реальным отбыванием лишения свободы. Однако, сам факт наличия судимости, сведения о которой сохраняются в информационном центре, может в будущем негативно сказаться в какой-либо сфере жизни человека. [3]

Для того чтобы избежать описанных выше проблем, необходимо соблюдать правила безопасности:

- Отказ от сотрудничества с банками, предоставляющими услуги фирм - однодневок.
- Разработка структуры движения товарных и денежных потоков предприятия, которая бы исключала необходимость использования однодневок.
- Необходимо учитывать критерии, по которым налоговые органы определяют «подозрительные» организации (денежный оборот, объемы поставок, затраты, количество персонала, количество недвижимости в собственности и в аренде, количество заемных средств и т.д.). В схеме движения товара фирма - однодневка не должна выступать в качестве поставщика.

#### Список использованной литературы

1. Сасов К.А. Солидарная ответственность в налоговом праве. - М.: Альпина Паблишер, 2011. — 208 с
2. Соловьев И.Н. Опасные финансовые схемы: фирмы - однодневки. - М.: Проспект, 2014. – 88 с
3. Риски заключения сделок с фирмами - однодневками [Электронный ресурс] // Юридические услуги по гражданским и уголовным делам: [сайт]. [2016]. URL: <http://www.pravo-zakon-advokat.ru/node/3222> (дата обращения: 24.03.16).
4. Фирма - однодневка [Электронный ресурс] // [сайт]. [2016]. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B8%D1%80%D0%BC%D0%B0-%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B5%D0%B2%D0%BA%D0%B0#cite\\_ref-8](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B8%D1%80%D0%BC%D0%B0-%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B5%D0%B2%D0%BA%D0%B0#cite_ref-8) (дата обращения: 24.03.16).

© Ермолаева К.А., 2016

УДК 338.45

**Н.В. Жеглова**  
аспирант

ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный университет»  
г. Иваново, Российская Федерация

#### **ФОРМИРОВАНИЕ ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНОГО ВЫВОДА ПО РЕЗУЛЬТАТАМ КОМПЛЕКСНОЙ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАДЕЖНОСТИ МАЛЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В условиях рыночной экономики одной из важнейших задач любого малого промышленного предприятия является формирование гибкой и малозатратной системы контроля над всеми основными производственными и непроизводственными процессами

его хозяйственной деятельности, что невозможно без осуществления комплексной оценки его экономической надежности.

Конечно, выбор показателей, утверждение нормативов, определение источников информации для анализа и сами расчеты важны, однако без правильно разработанных шкал оценивания построить верные заключительных выводы достаточно трудно. При этом необходимо отметить, что хотя сам процесс разделения относительных значений по уровням сильно зависит от исходных массивов данных и их качества, однако позволяет обобщить результаты всех трех этапов комплексной методики оценки экономической надежности – общего, специального и частного [3].

Именно такой подход позволяет руководству и собственникам изучить малое промышленное предприятие как производственную систему, учитывающую влияние внешних и внутренних факторов и связей, материальные и нематериальные ее составляющие, которые отражены в учетных и внеучетных источниках информации с разной степенью их детализации.

Конечно, для выражения мнения об экономической надежности могут быть использованы различные шкалы, как и при проведении анализа финансового состояния. Каждая существующая авторская точка зрения [1 - 2,4 - 14] на способы решения данной проблемы верна и применима, что подтверждает актуальность исследований в данной области.

На наш взгляд, для описания экономической надежности малых промышленных предприятий недостаточно только единой количественной шкалы оценки, необходимо также присвоить качественную (словесную) характеристику каждому выделяемому уровню - максимальный, высокий, средний, минимальный и критичный.

Отметим, что в самом общем виде наилучшим для малого промышленного предприятия является «максимальный» уровень, когда по всем критериям в ходе исследования получены высокие значения, а самым худшим – «критический», который свидетельствует о наличии большой массы проблем в различных аспектах хозяйственной деятельности. Для оценки уровня итоговой экономической надежности воспользуемся шкалой, отраженной в таблице 1.

Таблица 1 - Шкала оценки уровня итоговой экономической надежности малого промышленного предприятия

Итоговая экономическая надежность			
количественное значение общей экономической надежности	количественное значение специальной экономической надежности	количественное значение частной экономической надежности	качественная оценка
[0,80 – 1,00]	[0,80 – 1,00]	[0,75 – 1,00)	максимальная
[0,60 – 0,80)	[0,60 – 0,80)	[0,55 – 0,75)	высокая
[0,40 – 0,60)	[0,40 - 0,60)	[0,35 - 0,55)	средняя
[0,20 – 0,40)	[0,20 – 0,40)	[0,15 – 0,35)	минимальная
(0 – 0,20)	(0 – 0,20)	(0 – 0,15)	критичная



Именно на основании таблицы 1 необходимо сделать выводы об уровне экономической надежности по анализируемому малому промышленному предприятию. Однако нередко полученные в ходе расчетов промежуточные значения не совпадают друг с другом, что затрудняет процесс формирования итоговой качественной характеристики.

По нашему мнению, для решения данной проблемы важно установить ряд закономерностей:

1. Если все три полученных количественных значения общей, специальной и частной экономической надежности относятся к одному качественному уровню, то такова будет и ее итоговая характеристика;

2. Если все три полученных значения общей, специальной и частной экономической надежности малого промышленного предприятия находятся на разных уровнях, но все они имеют положительный (максимальный, высокий или средний уровень) или отрицательный знак (минимальный или критичный уровень), то итоговая характеристика будет их средней величиной.

Например, при следующей цепочке «высокая – максимальная – средняя» итоговая экономическая надежность будет «высокой», а при «минимальная – минимальная – критичная», она станет «минимальной».

3. Если все три полученных значения общей, специальной и частной экономической надежности малого промышленного предприятия различны и по уровням, и по их знаку, то необходимо подробнее рассмотреть такие оценки:

3.1. Если различие между промежуточными значениями и их уровнями невелико, а также ни одно из них не является критическим, то итоговая характеристика будет их средней величиной.

Например, при следующей цепочке «средняя – высокая – минимальная», итоговая экономическая надежность будет «средней».

3.2. Если различие между промежуточными значениями и их уровнями велико, а также ни одно из них не является критическим, то итоговая характеристика будет их средней величиной с примечанием.

Например, при следующей цепочке «высокая – высокая – минимальная», итоговая экономическая надежность будет «средней», а в примечании необходимо сделать соответствующую отметку и подставить под сомнение качество информации, предоставляемой малым промышленным предприятием.

3.3. Если хотя бы одно из полученных промежуточных значений является критическим, особенно по общей и специальной надежности, то итоговая характеристика не может быть больше минимальной. При наличии сильного различия между полученными значениями также должна быть сделана дополнительная отметка о качестве предоставляемой информации.

Таким образом, с учетом указанных закономерностей может быть сделан общий вывод об итоговом уровне экономической надежности малого промышленного предприятия. Лишь слаженное развитие всех подсистем может гарантировать высокую эффективность его хозяйственной деятельности.

### Список использованной литературы:

1. Винокурова, С.А. Резервы повышения экономической надежности промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук.: 08.00.05 / Винокурова Светлана Александровна. Саратов, 2004. 16 с.
2. Гостяев, Д.В. Механизм управления экономическим состоянием промышленных предприятий: дис. ... канд. экон. наук.: 08.00.05 / Гостяев Дмитрий Викторович. Москва, 2010. 151 с.
3. Жеглова Н.В. Алгоритм оценки экономической надежности промышленного предприятия на основе системно - функционального подхода // Проблемы современной экономики: сборник материалов XXVIII Международной научно - практической конференции: в 2 - х частях. Часть 2 / Под общ. ред. Ж.А. Мингалева, С.С. Чернова. Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2015. С.115 - 121
4. Кабанов В.Н. Методология оценки надежности промышленной организации // Эффективное антикризисное управление. 2011. №6. С. 68 - 77.
5. Кабанов В.Н., Стерхова Н.Г. Экономический анализ надежности инновационного развития регионов // Аудит и финансовый анализ. 2008. №3. С.225 - 244.
6. Колокин, А.Л. Оценка надежности экономической деятельности теплоэнергетического предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Колокин Андрей Леонидович. Нижний Новгород, 2004. 26 с.
7. Куликов, А.Л. Управление экономической надежностью хозяйственных систем: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Куликов Александр Леонидович. Нижний Новгород, 1998. 214 с.
8. Маринцев Д.А. Экономическая надежность промышленных предприятий (управленческий аспект) // Личность. Культура. Общество. 2012. Т. XIV. Вып. 3. №73 - 74. С. 238 - 241.
9. Маринцев Д.А. Управление экономической надёжностью производственных систем // Казанская наука. 2014. №1. С. 74 - 76.
10. Маринцев Д.А. Актуальные проблемы теории фирмы в экономико - управленческой среде. М: Креативная экономика, 2013. 112 с.
11. Маринцев Д.А. Управление экономической надёжностью производственных систем // Казанская наука. 2014. №1. С. 74 - 76.
12. Меркулова Е.Ю. Проблемы обеспечения надежности функционирования производственных систем // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2006. Том 11. №3. С. 376 - 380
13. Михайлов С.Н. Методологические механизмы мониторинга функционирования и устойчивого развития хозяйственных образований в промышленности // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2011. №9. С.56 - 64.
14. Тимофеев Р.А. Методический подход к оценке экономической эффективности предприятия с учетом интегрального показателя экономической надежности производственно - экономической системы // Экономические науки. 2008. №44. С. 213 - 216

**А.И. Жердева, А.С. Немирова**  
Студентки 3 курса факультета бизнеса  
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова  
**Научный руководитель: В.А. Строков**  
Доктор технических наук, профессор кафедры экономики  
Промышленности РЭУ имени Г.В. Плеханова  
г. Москва, Российская Федерация

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРОИЗВОДСТВА ФИРМЫ - ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТОНЦИАЛА ФИРМЫ И ЕЕ ВНУТРЕННИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ РЫНКА**

Эффективность работы любого предприятия зависит от наличия точных, достоверных и надежных данных о фирме. Для успешного ведения предприятия важно учитывать такие показатели как:

- колебание рыночного спроса;
- окупаемость инвестиций;
- возможные варианты сокращения времени на производство продукции при увеличении спроса на данную продукцию.

Результатом эффективности работы предприятия является экономический эффект, отражающийся на росте прибыли, снижении издержек, повышении качества продукции и т.д.

Эффективность производства находит конкретное количественное выражение во взаимосвязанной системе показателей, характеризующих эффективность использования основных элементов производственного процесса. Система показателей экономической эффективности производства должна соответствовать следующим принципам:

- обеспечивать взаимосвязь критерия и системы конкретных показателей эффективности производства;
- определять уровень эффективности использования всех видов, применяемых в производстве ресурсов;
- обеспечивать измерение эффективности производства на разных уровнях управления;
- стимулировать мобилизацию внутрипроизводственных резервов повышения эффективности производства.

Для точного прогнозирования предприятия важно учитывать такие показатели, как спрос за период и тренд. Тренд – это долговременная тенденция изменения спроса во временном ряду.

Для расчета используем следующие показатели:

- показатель вычисления прогноза предыдущего периода, содержащего тренд предыдущего периода;
- показатель прогноза спроса на текущий период без учета тренда;
- показатель расчета тренда для текущего периода;
- показатель прогноза спроса, содержащий тренд.

Для решения данной задачи примем:

$\alpha = 0,1$  (константа сглаживающая, отражающая уровень сглаживания и оценку скорости различий между текущим и прогнозируемым спросом)

$\delta = 0,2$  (константа, сглаживающая тренда, которая уменьшает ошибку прогнозирования, учитывая разницу между фактическим и прогнозируемым значениями предшествующего периода)

Тренд в 1 месяце = 150.

Таблица 1. Исследование спроса

Месяц	1	2	3	4	5	6
<i>Факт</i>	2500	2800	3300	3800	4050	4200
<i>Прогноз</i>	2200	2518	2839,48	3187,22	3555,69	3918,98
<i>Тренд</i>	150	153	155,58	161,67	161,69	168,34

$$2. C_{\text{пр-1}}^T = 2200 + 150 = 2350;$$

$$C_{\text{пр}} = 2350 + 0,1(2500 - 2350) = 2365;$$

$$T_{\text{пр}} = 150 + 0,1 * 0,2(2500 - 2350) = 153;$$

$$C_{\text{пр}}^T = 2365 + 153 = 2518.$$

$$3. C_{\text{пр-1}}^T = 2518 + 153 = 2671;$$

$$C_{\text{пр}} = 2671 + 0,1(2800 - 2671) = 2683,9;$$

$$T_{\text{пр}} = 153 + 0,1 * 0,2(2800 - 2671) = 155,58;$$

$$C_{\text{пр}}^T = 2683,9 + 155,58 = 2839,48.$$

$$4. C_{\text{пр-1}}^T = 2839,48 + 155,58 = 2995,06;$$

$$C_{\text{пр}} = 2995,06 + 0,1(3300 - 2995,06) = 3025,55;$$

$$T_{\text{пр}} = 155,58 + 0,1 * 0,2(3300 - 2995,06) = 161,67;$$

$$C_{\text{пр}}^T = 3025,55 + 161,67 = 3187,22.$$

$$5. C_{\text{пр-1}}^T = 3187,22 + 161,67 = 3348,89;$$

$$C_{\text{пр}} = 3348,89 + 0,1(3800 - 3348,89) = 3394,001;$$

$$T_{\text{пр}} = 161,67 + 0,1 * 0,2(3800 - 3348,89) = 161,69;$$

$$C_{\text{пр}}^T = 3394,001 + 161,69 = 3555,69.$$

$$6. C_{\text{пр-1}}^T = 3555,69 + 161,69 = 3717,38;$$

$$C_{\text{пр}} = 3717,38 + 0,1(4050 - 3717,38) = 3750,64;$$

$$T_{\text{пр}} = 161,69 + 0,1 * 0,2(4050 - 3717,38) = 168,34;$$

$$C_{\text{пр}}^T = 3750,64 + 168,34 = 3918,98.$$

Таким образом, мы вычислили изменения спроса на рынке, что поможет в дальнейшем составить эффективный план выпуска продукции, который будет в лучшей мере удовлетворять потребности потребителей и приносить большую выгоду.

В целях расширения производства и клиентской базы руководством фирмы было принято решение о расширении ассортимента продукции - выпуске тортов. Такое решение даст фирме более широкий круг клиентов, что принесет дополнительную прибыль предприятию.

Важным моментом в выяснении целесообразности производства нового вида продукции является создание сетевой модели организации единичного производства. В ней указаны стоимость каждой операции, которая входит в разработку и производство продукта, а также время, которое на них затрачивается.

Запуск новой продуктовой линии сопряжен с риском, поэтому было принято решение о создании тортов с собственным дизайном. Данный подход поможет более точно понять потребности покупателей, соответственно, при дальнейшем запуске серийного производства будут учтены все неточности в качестве, дизайне изделия и в методах его продвижения на рынок.

Процесс приготовления тортов будет состоять из всех надлежащих стадий:

Операция А – замес теста;

Операция Б – выпечка коржей;

Операция В – приготовление крема;

Операция Г – нарезка фруктов;

Операция Д – украшение торта фруктами.

Таблица 2. Расчет прироста стоимости по технологическим операциям

Операция	ПС	НС	ПС - НС	НВ	СВ	НВ - СВ	Прирост стоимости
А	73	58	15	6	5	1	15
Б	74	68	6	8	6	2	3
В	87	77	10	12	10	2	5
Г	120	115	5	11	10	1	5
Д	170	150	20	17	16	1	20

В таблице 2 указаны данные по каждой технологической операции:

НВ – нормальное время;

СВ – сокращенное время;

НС – нормальная стоимость;

ПС – повышенная стоимость.

Здесь мы выясняем какое время тратится на выполнение операций и насколько его можно снизить, а также стоимость этих операций и размеры ее изменения при уменьшении времени. Итоговое значение – прирост стоимости, показывает увеличение затрат на выполнение операции при уменьшении времени.

Построим временной график. Временной график отображает распределение времени по операциям.

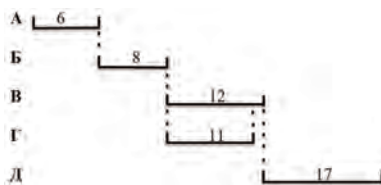
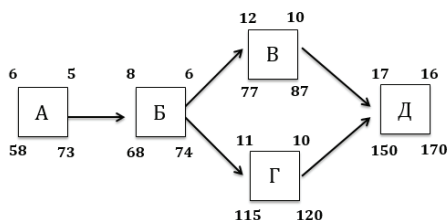


Схема 1. Временной график

Сетевой график отражает логическую взаимосвязь и взаимообусловленность всех организационных, технических и производственных операций по осуществлению проекта, а также определенную последовательность их выполнения.

Основными параметрами сетевого графика являются работа и событие, а производными — сеть, критический путь и резервы времени.

Под работой подразумевается любой процесс, требующий затраты времени. В сетевых графиках строительства этот термин обуславливает не только те или иные производственные процессы, требующие затраты материальных ресурсов, но и ожидаемые процессы, связанные с соблюдением технологических перерывов.



Критический путь: АБВД

Схема 2. Сетевой график

Таблица 3. Определение параметров критического пути

№ п/п	Критический путь	ОП(НВ - СВ)	ОП(ПС - НС)	Опт мин	Ст-ть пр-ва	Прод-ть
0	АБВД	-	-	-	468	43
1	АБВД	А - 1 Б - 2 В - 2 Д - 1	А - 15 Б - 6 В - 10 Д - 20	Б	474	42
2	АБВД	А - 1 Б - 1 В - 2 Д - 1	А - 15 Б - 6 В - 10 Д - 20	Б	480	41
3	АБВД	А - 1 В - 2 Д - 1	А - 15 В - 10 Д - 20	В	490	40
4	АБВД АБГД	А - 1 В - 1 Д - 1 Г - 1	А - 15 В - 10 Д - 20 Г - 5	А	505	39
5	АБВД	В - 1 Д - 1	В - 10 Д - 20	В; Г	520	38

	АБГД	Г - 1	Г - 5			
6	АБВД АБГД	Д - 1	Д - 20	Д	540	37

Таким образом, при сокращении продолжительности выполнения операций на 6 дней произойдет повышение стоимости производства на 72 тысячи.

Далее нужно проанализировать существующие проблемы и спланировать дальнейшие действия по эффективному развитию предприятия. Составим «Дерево решений».

«Дерево решений» – это модель, которая представлена в виде схемы последовательности этапов решения задачи, состоящей из узлов решений и узлов случайных событий. Используется для выбора наилучшего направления действий из имеющихся вариантов. В модели присутствует два варианта поведения руководства организации:

1. Ожидается увеличение спроса на продукцию с некой долей вероятности и вследствие этого принимается решение об изменении мощности производства и инвестировании средств в него;
2. Характеризуется бездействием со стороны руководства.

Таблица 4. Модель «Дерево решений»

Решения - события	Выручка(тыс.руб)	Инвестиционные расходы(тыс.руб)	Доход(тыс.руб)
<i>Инвестиции, рост спроса</i>	$240*6=1440$	105	$1440 - 105=1335$
<i>Инвестиции, нет роста спроса</i>	$120*6=720$	105	$720 - 105=615$
<i>Нет инвестиций, есть спрос</i>	$180*6=1080$	-	1080
<i>Нет инвестиций, нет спроса</i>	$130*6=780$	-	780

В таблице 4 указаны данные о возможном доходе при выбранном решении, принятом руководством предприятия.

На следующих схемах представлены расчёты по вкладыванию инвестиций и бездействию в первый и второй годы деятельности фирмы с учётом изменения спроса на рынке.

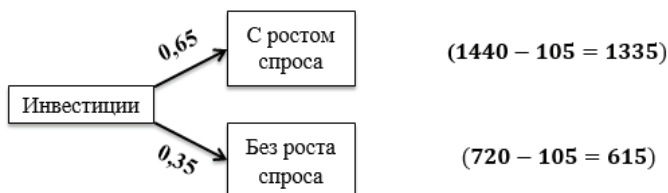


Схема 3

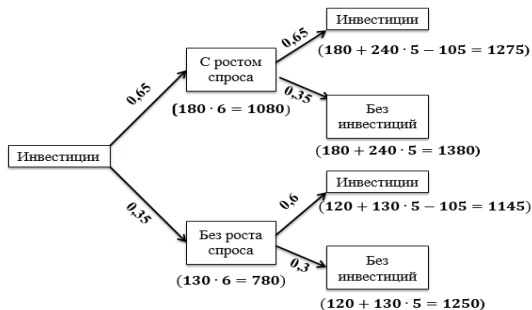


Схема 4

В заключении можно отметить, что все проделанные выше операции и расчеты необходимы для дальнейшего устойчивого развития фирмы. Все решения руководства организации основываются на достоверных текущих и прогнозируемых данных с учетом всех факторов, влияющих всевозможные последствия фирмы.

#### Список использованной литературы:

1. Строков В.А. Операционный подход в теории производства. Вестник РЭУ. 2014, № 1.
2. Строков В.А. STR - система промышленного производства. М., «ХОРС», 2014. С. 138 - 142.
3. Поздняков В.Я., Производственный менеджмент, М.: НИЦ ИНФРА - М, 2014.
4. Беляев А.М., Производственный менеджмент: Учебник для бакалавров; под ред. И.Н. Иванов. - М.: Юрайт, 2013.
5. Стерлигова А. Н., Фель А. В. Операционный (производственный) менеджмент: Учеб. пособие. М.: ИНФРА - М, 2013.
6. Строков В.А. Производственный менеджмент (временной подход). М., «ХОРС», 2010.

© А.И. Жердева, А.С. Немирова, 2016

УДК 336.02

**С. С. Загонская**  
студентка 3 курса учетно - финансового факультета  
Кубанский государственный аграрный университет  
г. Краснодар, Российская федерация

### БУХГАЛТЕРСКИЙ И НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ В ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Бухгалтерский учет и налоговый учет - разные подсистемы, которые взаимосвязаны друг с другом и являются единым целым в структуре управления предприятием [7, с. 220].



Бухгалтерский учет охватывает все аспекты деятельности организации, представляет собой систему сбора, регистрации и обобщения информации в стоимостном выражении, документально отражает все хозяйственные операции, является источником информации для налогового учета [1, с. 1699].

Главное назначение бухгалтерского учета обеспечить необходимой информацией: руководителей разных уровней, ответственных за достижение конкретных производственных результатов; внешних пользователей (инвесторов, кредиторов и т.д.) [4, с.51].

Налоговый учет - система обобщения информации для определения объективной налоговой базы, расчета налогов и составления налоговой отчетности [8, с.134].

Оптимальное взаимодействие бухгалтерского и налогового учета на предприятии возможно при выполнении следующих условий:

- единства систем бухгалтерского учета и налогообложения;
- методики расчета налогов, документальное оформление налоговых отношений должны основываться на данных бухгалтерского учета;
- системность накопления и обработки данных учета. На счетах бухгалтерского учета должна быть схема отражения данных, которая приведет к формированию информации, необходимой для налогообложения [6, с.186].

Однако полное сближение этих двух систем невозможно из-за существенных расхождений в методологии учета [2, с.257]. Значительные отличия бухгалтерского учета от налогового связаны с применением разных правил формирования информации о доходах и расходах, которые учитываются при налогообложении прибыли и отражаются в системе бухгалтерского учета [5, с.47].

Важным инструментом управления организацией является учетная политика, которая существенно влияет на основные показатели деятельности предприятия, позволяет построить налоговое планирование и ценовую политику, устанавливает правила ведения на предприятии бухгалтерского и налогового учета [3, с.103].

Разработка учетной политики для целей налогообложения и бухгалтерского учета позволит:

- эффективно использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы;
- ускорить оборот элементов капитала;
- улучшить дивидендную политику.
- привлечь дополнительные ресурсы для расширения производства.

#### **Список использованной литературы:**

1. Затонская И. В. Проблемы перехода на МСФО в аграрном секторе экономики: теория и практика / А. А. Краскова, С. С. Затонская, И.В. Затонская // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 112. С. 1697 - 1710.

2. Затонская И. В. Организационно - экономические проблемы формирования инновационной политики АПК / И. С. Хорев, И. В. Затонская // В сборнике: Роль инноваций в трансформации современной науки Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. Уфа, 2015. С. 255 - 258.

3. Затонская И. В. Оценка финансовых рисков аграрного предприятия по данным отчетности / А. А. Краскова, С. С. Затонская, И.В. Затонская // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 113. С. 90 - 104.

4. Затонская И.В. Интерактивные задания по дисциплинам «Методы оптимальных решений», «Теория принятия решений» Франциско О., Затонская И.В. методические указания к проведению учебных занятий в интерактивной форме для бакалавров направления «Экономика», «Бизнес информатика», «Прикладная информатика», «Информационные системы и технологии» / Краснодар, 2016.

5. Затонская И. В. Информационные технологии в системе стратегического управления предприятиями АПК / С.С. Затонская, И. В. Затонская // Экономика и социум. 2015. Т. 3. № 3 (16). С. 47 - 50.

6. Затонская И. В. Монополизация рынка и антимонопольная политика государства / А. С. Троянович, И. В. Затонская // В сборнике: Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2015. С. 185 - 187.

7. Затонская С.С. Роль информационной системы стратегического управления на предприятиях АПК / С.С. Затонская // В сборнике: НИРС - первая ступень в науку Сборник научных трудов по материалам XXXVIII Международной научно - практической студенческой конференции. Ярославская государственная сельскохозяйственная академия. 2015. С. 220 - 224.

8. Затонская С.С. Экономические аспекты управления рынком зерна / С.С. Затонская // В сборнике: Современные концепции развития науки Сборник трудов Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2015. С. 133 - 135.

© С. С. Затонская, 2016

**УДК 330**

**И.М.Захарова**

Старший преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии нефтяной и газовой промышленности  
Уфимский государственный нефтяной технический университет  
г. Уфа, Российская Федерация

## **УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ИННОВАЦИОННО - ОРИЕНТИРОВАННОЙ КОМПАНИИ**

### **Аннотация**

В статье рассматриваются вопросы управления персоналом в инновационно - ориентированной компании. Даны рекомендации по управлению персоналом на различных этапах инновационного процесса.

### **Ключевые слова**

Персонал, инновационно - ориентированная компания, инновационный процесс, управление персоналом.

Инновационно - ориентированные компании характеризуются активной инновационной деятельностью, постоянной разработкой и реализацией инновационных проектов. Работа с персоналом в таких компаниях основана на принципах работы самообучающихся организаций, таких как всеобщее стремление к знаниям и саморазвитию, командное обучение, развитие системного мышления и личного мастерства сотрудников.

Для успешной разработки и производства инновационной продукции компания должна обладать необходимыми ресурсами и способностями [1; 3; 4], в том числе персоналом с необходимой для реализации инновационных проектов квалификацией. Обеспечение организации кадрами необходимой квалификации предполагает создание комплексной системы оценки, обучения и стимулирования персонала.

Персонал в инновационно - ориентированных компаниях помимо высокой квалификации, развитых профессиональных навыков и профессиональных компетенций [5, с. 46] должен также обладать определенной психологической готовностью к постоянному поиску возможностей преобразований в своей деятельности и внедрению инноваций [6, с. 79].

Различные этапы инновационного процесса в компании характеризуются разными требованиями к персоналу [7, с. 43] и соответственно разными методами управления сотрудниками (таблица 1).

Таблица 1 – Рекомендации по управлению персоналом в инновационно - ориентированных компаниях

Этап инновационного процесса	Требования к персоналу	Рекомендации по управлению персоналом
Этап разработки инновационного проекта (от появления идеи, концепции до опытных образцов)	Способность к эффективному творческому поиску, созданию новых знаний; максимальная готовность к инновационным преобразованиям	Управление в свободном режиме, обеспечение циркуляции информации, формирование креативных коллективов (команд)
Этап организации и производства инновационного продукта	Наличие необходимой квалификации, организованность и дисциплинированность в решении поставленных задач	Управление в напряженном режиме, работа строго регламентирована и контролируется
Этап коммерциализации новшества (последующая диффузия инноваций)	Наличие навыков продвижения на рынке инновационных продуктов, разработки маркетинговой и ценовой политик, трансфера новых технологий и др.	Управление в свободном режиме, стимулирование персонала к развитию новых навыков

Как правило, в инновационно - ориентированных компаниях различные этапы инновационного процесса реализуются в различных подразделениях, следовательно, целесообразно применять дифференцированную систему управления персоналом, позволяющую для различных категорий персонала использовать разные методы подбора,

оценки, стимулирования и развития. Если в компании используется проектный тип управления, то методы управления персоналом инновационного проекта должны изменяться при переходе инновационного проекта с этапа разработки на этап реализации.

Сотрудники, отвечающие за коммерциализацию новшеств, должны привлекаться к работе, как на этапе разработки, так и в процессе организации производства инновационного продукта. Для российских компаний характерны трудности в реализации этапа коммерциализации новшеств, связанные с отсутствием в стране как эффективной системы подготовки соответствующих кадров [2, с. 29], так и развитой инфраструктуры поддержки. В настоящее время, развитие у сотрудников навыков коммерциализации инноваций, является задачей самих инновационных компаний.

#### **Список использованной литературы:**

1. Гайфуллина М.М., Низамова Г.З., Зац А.С. Основы управления инновациями на предприятии / Учебное пособие, Уфа: Изд - во УГНТУ, 2013.
2. Евтушенко Е.В. Экономическое образование и экономическая наука на пороге радикальных реформ / Евтушенко Е.В. // Экономика и управление: научно - практический журнал. – 2008. - №1. – С. 28 - 35.
3. Котов Д.В. Методология и концепции инновационного развития современной экономики / Монография. - М., 2008.
4. Котов Д.В. Управление инновационным развитием: теория и практика / Монография. - М., 2009.
5. Нургалева А.Ф., Ибрагимова Н.В. Факторы, влияющие на производительность труда персонала // NovalInfo.Ru. – 2014. - №23. – С. 46 - 48.
6. Сайфуллина С.Ф. Методика оценки инновационных возможностей предприятия / С.Ф. Сайфуллина // Экономика и управление: научно - практический журнал. – 2013. - №6 (116). – С. 76 - 81
7. Сайфуллина С.Ф. На пути к эффективности управления. Управление инновационным процессом как основа инновационного развития предприятия // Креативная экономика. – 2010. - №10. – С.40 - 44.

© И.М.Захарова, 2016

**УДК 338**

**Л.Е.Зернова**

Канд.экон.наук, доцент, Институт экономики и менеджмента  
Московский государственный университет дизайна и технологий  
г. Москва, Российская Федерация

**Григорян Нарек**

Магистрант, Институт экономики и менеджмента  
Московский государственный университет дизайна и технологий  
г. Москва, Российская Федерация

### **ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ НА РЫНКЕ РОЗНИЧНЫХ УСЛУГ**

Резкое обострение конкуренции на рынке банковских услуг, введенные по отношению к банковскому сектору страны финансовые санкции и экономическая нестабильность в

экономике приводят к необходимости постоянного анализа и повышения конкурентоспособности коммерческих банков, особенно в сегменте розничных услуг [1, с. 98].

Анализ показывает, что конкурентная среда рынка банковских услуг весьма специфична и оказывает непосредственное влияние на конкурентоспособность коммерческих банков [2, с. 19]. Рассчитанные на основе данных ЦБ РФ и материалов сайтов коммерческих банков индексы Херфиндаля - Хиршмана по вкладам физических лиц составляют 0,2 - 0,25 % , что свидетельствует о высоком уровне концентрации на рынке розничных услуг по привлечению вкладов. При этом доля крупнейшего банка страны - ПАО «Сбербанк России» в области концентрации вкладов физических лиц составляет в среднем за последние годы около 45 % . Доля же пяти крупнейших банков по привлечению вкладов физических лиц за эти же периоды времени составляет в среднем 58 - 60 % . Эти тенденции характеризуют определенное поведение и реакцию физических лиц из - за угрозы нестабильности в экономике, ожидания финансового кризиса и других негативных тенденций. Крупнейшие же банки будут поддержаны Правительством страны и Банком России в случае усиления негативных тенденций в экономике, что снизит риск физических лиц из - за потери денежных средств.

Ряд банков, в том числе ВТБ - 24, Сбербанк, Росбанк, Райффайзенбанк и др. оказывают розничные банковские услуги по автокредитованию населения, занимая около 55 % доли данного рынка. На рынке розничных банковских услуг активно работают и небанковские кредитные организации. Они чаще всего выполняют денежные и электронные платежи физических лиц, в том числе без открытия счета. Развитие современных технологий в розничном банковском секторе позволяет этим организациям удобно для потребителей и оперативно осуществлять эти операции, развивая даже собственные платежные сети и системы.

Средние и мелкие розничные банки достаточно успешно конкурируют с крупными и универсальными банками на рынке потребительского кредитования, сегменте банковских кредитных карт, расширяя предложение розничных банковских услуг. Однако анализ показывает, что розничные банки часто недостаточно объективно оценивают кредитоспособность заемщиков – физических лиц, или вовсе ее не оценивают, выдавая желаемый кредит на незначительные суммы. Это часто приводит к невозвратам кредитов и росту просроченной задолженности по потребительским кредитам, то есть в итоге – к снижению финансовых результатов деятельности и потере прибыли, устойчивости и надежности розничных банков и лишению их лицензий [3, с. 216].

Проведенный анализ влияния конкурентной среды на конкурентоспособность розничных банков позволил выявить ряд проблем. Одна из них связана непосредственно с развитием рынка розничных банковских услуг как системы. При этом выявлено, что средние и мелкие розничные банки уступают в конкурентоспособности крупным универсальным банкам, которые часто имеют поддержку со стороны государства и Банка России. Другая проблема связана с тем, что политика Банка России по ужесточению в банковском секторе страны приводит к установлению неравных конкурентных условий функционирования различных банков. В этих условиях розничные банки могут повышать свою конкурентоспособность за счет эффективного использования внутренних резервов,

снижения издержек, внедрения новых банковских продуктов, разработки четких стратегических планов.

### **Список используемой литературы:**

1. Зернова Л.Е., Фарзаниан М. Классификация санкций и рисков из - за введения санкций. Научный рецензируемый журнал «Инновационные технологии управления и права» - №3(10), Йошкар - Ола, 2014 – с.98 - 101.

2. Зернова Л.Е., Папенкова К.Э., Ильина С.И. Формирование конкурентной среды рынка и определение конкурентных позиций его участников. Хроники объединенного фонда электронных ресурсов «Наука и образование - №6, т.1, 2009 – с.19

3. Зернова Л.Е., Ильина С.И. Проблемы развития банковской системы страны на современном этапе. Сборник статей Международной научно - практической конференции «Инновационное развитие современной науки», г.Уфа, 2014 – с.215 - 217.

© Л.Е. Зернова, Н. Григорян, 2016

**УДК 338**

**Л.Е.Зернова**

Канд.экон.наук, доцент

Институт экономики и менеджмента

Московский государственный университет

дизайна и технологий

г. Москва, Российская Федерация

**А.А.Агузова**

магистрант

Институт экономики и менеджмента

Московский государственный университет

дизайна и технологий

г. Москва, Российская Федерация

### **АНАЛИЗ СИСТЕМ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ**

В настоящее время большинство клиентов коммерческих банков активно используют дистанционное банковское обслуживание для выполнения разнообразных банковских услуг [1, с. 215]. По данным банка России 97 % коммерческих банков оказывают клиентам (юридическим и физическим лицам) подобные услуги. Клиенты банка могут в режиме реального времени получать от банка информацию о движении денежных средств, остаткам средств на счетах и банковских картах, погашению кредитов, удаленно управляя своими активами. Однако дистанционное банковское обслуживание помимо несомненных преимуществ для клиентов приносит банкам дополнительные риски сохранности средств клиентов и коммерческой тайны, дополнительные затраты на создание и поддержание этих систем [2, с. 60], [3, с. 65].

Анализ показывает, что дистанционное банковское обслуживание в российских банках включает пять основных элементов: систему «Клиент - банк», систему «Интернет - банк», компьютерную телефонию, мобильный банк, а также внешние сервисы – банкоматы, платежные терминалы и др. При этом данные технологии могут использоваться как в отдельности, так и системно, в различных комбинациях, с работой в онлайн и офлайн режимах. Во всех случаях преимуществами для клиентов будет экономия времени, средств, а также удобство работы во времени и пространстве. Для кредитной организация также сокращается время на прием клиентов, обработку документов по выполняемым услугам. Например, оформление одной банковской операции в офисе банка при использовании только печатного носителя в среднем составляет около одного часа. В случае осуществления операции дистанционно, или через сеть Интернет, для ее проведения и оформления будет достаточно 10 – 15 минут. При использовании любой из систем дистанционного банковского обслуживания себестоимость розничной банковской услуги может сократиться до 10 раз. Также дистанционное обслуживание позволяет привлекать территориально удаленных клиентов.

Разработчиками технологий дистанционного банковского обслуживания уже в течение нескольких лет являются три компании - лидера: BSS (58 % рынка), «Бифит» (15 % рынка), собственные технологии и разработки банков (11 % рынка услуг). Развитие рынка дистанционного обслуживания связано с ростом числа мобильных приложений и дополнительных сервисов. При этом более чем в два раза выросло число таких технологий и сервисов для юридических лиц (сдача электронной отчетности, электронный документооборот, доступ к государственным услугам и др.).

Проведенный анализ структуры и организации выполнения дистанционных услуг в нескольких коммерческих банках показал, что первое место среди них занимают услуги «Клиент - банк». Это вызвано удобством и простотой использования, достаточно высокой безопасностью.

На втором месте по объемам и широте использования находится система «Интернет - банк». Это связано и с тем, что сама система Интернет постоянно развивается и совершенствуется, увеличивая широту распространения по территории страны. Это – более удобная для пользователя среда распространения и обработки информации, которой клиенты банка пользуются постоянно в повседневной жизни. В связи с этим банковские операции им удобнее выполнять таким же образом.

Помимо технологий «Интернет - банка» в практику банковской деятельности для физических лиц в последние годы активно внедряется мобильный банкинг, что соответствует тенденциям европейской банковской практики. К сожалению, на территории нашей страны еще имеются районы, где отсутствует доступ к системе Интернет, но имеется мобильная связь. На основании результатов проведенных опросов можно сделать вывод, что более трети пользователей системы Интернет готовы воспользоваться и услугами системы «Интернет - банк», и это не вызывает у них тревоги и опасений.

#### **Список используемой литературы:**

1.Зернова Л.Е., Ильина С.И. Проблемы развития банковской системы страны на современном этапе. Сборник статей Международной научно - практической конференции «Инновационное развитие современной науки», г.Уфа, 2014 – с.215 – 217.

2. Зернова Л.Е., Караман А.И. Регулирование банковских рисков в условиях экономической нестабильности. Сборник статей Международной научно - практической конференции «Современные концепции развития науки», г.Курган, 2016 – с.59 - 62.

3. Зернова Л.Е., Вешкина Е.Н. Управление операционными рисками коммерческого банка. Сборник статей Международной научно - практической конференции «Приоритетные научные исследования и разработки», г. Саратов, 2016 – с. 64 - 67.

© Л.Е. Зернова, А.А. Агузова, 2016

**UDK 338**

**Zernova Ludmila Evgenievna**

Cand. of Econ.Sciences, associate Professor MGUDT

Moscow, Russia

E - mail: dekfem@mail.ru

**Ilyina Svetlana Ivanovna**

Cand. of tech. Sciences, associate Professor MGUDT

Moscow, Russia

E - mail: dekfem@mail.ru

## **SOCIAL COMPONENT TO THE ACTIVITIES OF COMMERCIAL BANKS**

Banks – this is a specific organization with specific functions and play an important role in the financial system of the country. In their activities operate primarily financial and economic aspects [1, p. 215]. But modern trends in the socialization of the economy contribute to the transformation of the role of the bank in the economic system, by identifying some social components in its activities. From socially - oriented Bank activities aimed at solving social problems of the society development, not only benefit the management and shareholders, but also their counterparties and borrowers, citizens and enterprises of that region, where there are banks. In this case the public importance of the Bank is reflected not only in the combination of criteria of profitability, liquidity, reliability and sustainability, but also in the ability in exercising mediation functions and operations to influence social processes that is of particular relevance in the modern trends of development of the country. Social aspects in the activities of banks historically based on their ability to meet the needs of society and individual clients in the areas of lending, saving money and their translations, etc. It should be noted that social component to the activities of commercial banks in the scientific literature insufficiently represented.

In practice, the social component is manifested in the external environment and the internal sphere of the Bank. In the first case speech can go, for example, about the regional distribution of commercial banks throughout the country. Banks are necessary in the first instance in those localities where legal entities and individuals have a need for banking services and a high demand for banking services. Also in these settlements it is necessary to have uninterrupted customer service and the banks perform all of its obligations.

The concept of "social" is interpreted in modern literature as "associated with the lives of people in society, their relations in society or to society, the public" [2]. Based on this definition, any Bank



must act in the public interest, not only in their own, and to respond to specific client needs. Based on the analysis of literary sources can reveal the social role of banks, manifested in the following: implementation of social investment programmes, ensuring the safety, security and enhancement of clients' funds, educational, mortgage and consumer lending, participation in charity events, cultural events. Such a Bank product, Bank card also has a social component in its functioning: it is connected not only with interest, but also bonuses, participation in various loyalty programs, etc. Table 1 presents the social components in the work of banks and reflected their manifestation.

Table 1 – Social components to the activities of commercial banks

№	Service (operation) of commercial bank	Social consequences
1	2	3
1.	Accumulation of temporarily free funds of legal entities and individuals	Ensuring safety and security of funds, the increase in cash resulting from the accrual of interest, partial protection from inflation, the system of mandatory insurance of deposits of physical persons and individual entrepreneurs, the satisfaction of needs for goods and services, maintain or increase consumer demand. If all of these conditions will not be fulfilled, it will lead to social discontent and crisis situations [4, p. 117], [5, p. 60].
2.	Mortgage lending	The solution of the housing problem and improving the living conditions of the population. The increase in mortgage lending leads to growth of the market for construction services and employment.
3.	Student loans	Improving social protection, provision of opportunities for the successful career and improving the living conditions of the increase in the educational level and implementation of career preferences. The increase in income due to change in career and get a prestigious job. The development of the market of educational services.
4.	Consumer lending	Meeting the needs of clients in the acquisition of various goods and services with a shortage of own funds. The growth of markets for goods and services, expanding the range of goods and services. The increase in employment.
5.	Loans for treatment	Maintaining the health of the population. The employability and productivity.
6.	Crediting of investment projects and programmes	Employment growth in selected industries and fields. Improving conditions and safety. Changing infrastructure and living conditions.
7.	Lending to large and ambitious projects at the expense of long - term loans	Creation, update and conversion of production capacities for output of Russian industrial enterprises to the world market with competitive products. The creation of new enterprises for the production of new innovative products. Access to debt financing allows us to accelerate the expansion, reconstruction, technical re - equipment and modernization. Intensification and increased efficiency of social production on the basis of introduction of

		achievements of scientific and technical progress. The growth of the material welfare and cultural level [3, p. 398].
8.	The involvement of public funds in term deposits	The increase in national income, investing in social investment projects.

Thus, the development of ideas about banks showed certain changes in their nature and functions. We identified the objective bases of a partial transformation of commercial banks in social institutions, economic in addition to performing a wide range of social functions. Updated social features in the activities of commercial banks and revealed the consequences of their actions. Performing the social function of banks, on the one hand, can contribute to economic growth and social stability of the state. However, on the other hand, their actions can lead to resentment in society, crisis and social instability in society.

#### References:

1. Zernova L. E., Ilyina S. I. Problems of development of Bank system of Russia at the present stage. // Collection of articles of International scientific - practical conference "Innovative development of modern science". 2014. P. 215 – 217.
2. Baburina N. A. International banking business. Tyumen: Tyumen state University, 2008.
3. Zernova L. E., Ilyina S. I. Analysis of the sources and forms of financing innovation. // Materials 9 International scientific - practical conference "Russia and Europe: the relationship of culture and economy." Prague. 2014. S. 397 - 401
4. Zernova L. E., Skachkova M. O., Gizatulin R. A. Classification of risks in banking theory and practice // Materials of International scientific conference "Youth and science: the prospect of Free". 2015. S. 117 - 119
5. Zernova L. E., Karaman A. I. Regulation of Bank risks in the conditions of economic instability. // Collection of articles of International scientific - practical conference "Modern concepts of development of science". 2016. S. 59 – 62.

© L.E. Zernova, S.I. Ilyina, 2016

УДК 339

**С.Б. Ильяшенко**

К.э.н., доцент кафедры торговой политики  
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова  
г. Москва, Российская Федерация

### СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ

Развитие электронных сетей не стоит на месте и постепенно внедряется во все сферы жизни общества [1]. В настоящее время все больше торговых компаний стало уделять внимание интернет - продажам, а для кого - то интернет магазин является единственной

платформой продаж [7]. Однако, потребители все еще сомнительно относятся к интернет - покупкам и предпочитают привычные им магазины, где товар можно «потрогать» [2, 3]. Для того, чтобы привлечь и удержать интернет - покупателей, а также подтолкнуть их к совершению покупки, необходимы свои особенные методы по стимулированию сбыта, которые должны отличаться от привычных потребителю в традиционной торговле.

На сегодняшний день Интернет является глобальным ресурсом, с огромным количеством информации, которым пользуется 70 % процентов населения нашей страны [6].

Интернет является эффективным способом стимулирования продаж, потому что в нем возможно предоставить максимум информации о рекламируемом объекте, с помощью интернета можно использовать все виды доведения информации до потребителя: звук, графику, текст, видео, также с помощью Интернета можно фокусировано воздействовать на целевую аудиторию, а также с помощью интернет - технологий можно быстро провести анализ результатов проведения рекламных кампаний.

Главными целями стимулирования продаж в Интернет среде являются увеличение количества потребителей и увеличение числа товаров, которые приобретаются одним и тем же потребителем. Одной из основных задач стимулирования продаж в этом случае является увеличение конверсии сайта конкретного интернет - магазина, т.е. отношения числа посетивших сайт и одновременно с этим сделавших покупку к общему числу тех, кто посетил сайт без какой - либо активности [5]. Для того чтобы потребитель приобрел товар в интернет - магазине, необходимо предоставить ему все условия [4], исходя из которых он сможет сделать нужный ему заказ как можно быстрее и удобнее для него. В таком случае поможет грамотный мерчандайзинг. В первую очередь нужно обратить внимание на расположение товаров на интернет - витрине, например, группировать их по размеру, по торговой марке, по цене, по цвету, по габаритам и другим свойствам, для того, чтобы клиент смог быстро ориентироваться на странице. Важными моментами остаются: правильное представление товара на витрине, т.к. отсутствует возможность тактильного контакта с ним, и наличие нужного размера запасов на складе. Очевидно, что клиент будет возвращаться снова и снова на сайт и приобретать продукт, если у сайта будет простой и понятный интерфейс. На нем также можно размещать кнопки популярных социальных сетей, которые позволят посетителям делиться ссылками на этот сайт, увеличивая поток клиентов. Для электронной торговли характерны такие традиционные методы стимулирования, как проведение различных акций, в которых потребитель может поучаствовать и получить призы. Например, покупка товара на определенную сумму и возможность при этом какого - либо выигрыша. Зачастую, потребитель делится этой информацией с другими, и в игру включается так называемый вирусный маркетинг. Многие социальные сети использует «вирусное» продвижение, предлагая клиенту сделать «репост записи» с информацией о реализуемых товарах или услугах, при этом информация достаточно быстро распространяется по сети, увеличивая число потенциальных потребителей. Из уже ставших традиционными методами стимулирования можно отметить: контекстную рекламу, SEO, медийную (баннерную) рекламу в Интернет. Контекстная реклама показывается на Интернет странице в соответствии с запросом потребителя, введённым в поисковую систему. Она является более популярной, так как

кажется посетителям не столь навязчивой в отличие от баннерной рекламы. Это позволяет увеличивать количество потенциальных потребителей, которые переходят на сайт.

SEO – мероприятия по внешней и внутренней оптимизации сайта для поднятия его позиций в результатах выдачи поисковых систем по запросам пользователей. Этот способ продвижения позволяет посещать сайт торговой Интернет площадки большому количеству клиентов целевой аудитории Интернет - магазина. Использование E - mail маркетинга также остается одним из методов стимулирования для того, чтобы клиент мог получать рассылки о новинках, акциях, предстоящих скидках и ассортименте Интернет - магазина, совершая как можно больше повторных покупок. На сегодняшний день SMM стал одним из основных методов стимулирования продаж в Интернет. Его суть в том, чтобы привлекать на основной сайт интернет - магазина пользователей из социальных сетей путём обмена и предоставления целевой аудитории нужной информации о продукте, создания форумов и блогов с соответствующими ссылками на разделы сайта и т.д. Относительно новым очередным методом стимулирования является динамический ремаркетинг. Он позволяет увеличивать процент продаж, мотивируя клиента совершить целевое действие на сайте, а также помогает решить проблему «брошенных корзин» интернет - магазинам. При изучении конкурентов, клиент будет видеть рекламное объявление от только что покинутого им сайта интернет - магазина, и это, соответственно, в идеальном случае, подтолкнет его завершить оформление заказа. Список вышеприведенных методов не исчерпывает всех возможных способов стимулирования продаж через сеть Интернет, но при этом стоит отметить, что появляющиеся с каждым годом новые тенденции характерные для глобальной сети отражаются на появлении новых соответствующих данным тенденциям способов продвижения, которые должны быть ориентированы, в первую очередь, на целевого клиента.

### **Список использованной литературы:**

1. Ильяшенко С.Б. Особенности и тенденции развития дистанционной торговли в России. В книге: Современные тенденции и перспективы развития торговой отрасли Российской Федерации. Уфа, 2016. С. 167 - 185.
2. Ильяшенко С.Б. Социальные сети Internet как инструмент повышения эффективности электронной торговли. В сборнике: Закономерности и тенденции формирования системы финансово - кредитных отношений. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. Уфа, 2016. С. 105 - 107.
3. Ильяшенко С.Б. Особенности продвижения товаров и услуг в социальных сетях. В сборнике: Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С.147 - 150.
4. Ильяшенко С.Б. Дополнительные услуги как фактор увеличения продаж в электронной торговле. В сборнике: Взаимодействие науки и общества: проблемы и перспективы. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. Уфа, 2016. С. 60 - 62.
5. Ильяшенко С.Б. Актуальные вопросы оценки эффективности рекламных каналов в электронной торговле. В сборнике: Интеграционные процессы в науке в современных

условиях. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. Уфа, 2016. С. 38 - 41.

6. Ильяшенко С.Б. Актуальные проблемы развития электронной торговли в России. В сборнике: Закономерности и тенденции развития науки в современном обществе. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. Уфа, 2016. С.70 - 73.

7. Никишин А.Ф., Панкина Т.В. Пути повышения конкурентоспособности интернет магазинов. Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. № 11. С. 1625 - 1636.

© С.Б. Ильяшенко, 2016

## УДК 33

**А.А. Астахов**

студент 4 курса финансового факультета  
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

**А.А. Мельникова**

студентка 4 курса финансового факультета  
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

Научный руководитель: Е.А. Исаева

к. э. н., доцент кафедры «Банковское дело»

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова  
г. Москва, Российская Федерация

## ДИСТАНЦИОННОЕ БАНКОВСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В РОССИИ

**Аннотация:** В данной статье рассмотрены вопросы, связанные с дистанционным банковским обслуживанием. Определены типы информационных систем, используемых для осуществления банковских операций, а также преимущества дистанционного банковского обслуживания в России.

**Ключевые слова:** дистанционное банковское обслуживание, клиент - банк, интернет - банкинг, телефон - банк, инновационные технологии, менеджмент.

В настоящее время дистанционное банковское обслуживание (ДБО) стало неотъемлемой частью нашей современной жизни. ДБО представляет собой комплекс услуг удаленного доступа к различным банковским операциям, которые банки предлагают своим клиентам (как юридическим, так и физическим лицам).

ДБО является удобной и выгодной формой взаимодействия, как для клиента, так и для банка. Используя данные возможности, клиенты могут, производить платежи и переводы при помощи разных технических средств, каналов связи и с применением специализированных программных продуктов, совершать удаленный доступ к своим счетам в банке. Такая форма взаимодействия между клиентом и банком дает возможность клиентам принимать актуальную информацию или отдавать команды в нужное время без посещения банка.

Благодаря своим преимуществам дистанционные банковские услуги нашли воплощение в современной жизни, и постоянно развиваются. Среди преимуществ ДБО можно выделить следующие:

1. Оперативность – оплата услуг ДБО происходит мгновенно;
2. Удобство – клиенту можно воспользоваться услугами из любой точки земного шара;
3. Доступность – в большинстве случаев использование ДБО предоставляется банками бесплатно;
4. Разнообразие – в большинстве своем банки предлагают разнообразные каналы связи при пользовании ДБО.

Под дистанционным банковским обслуживанием понимаются разные электронные услуги, позволяющие обслуживать клиентов с применением всех каналов доступа: Интернет (on - line и off - line доступ), телефон, карманный компьютер, платежные терминалы и другие.

Технологии удаленного дистанционного банковского обслуживания можно классифицировать по типам информационных систем (программно - аппаратных средств), используемых для осуществления банковских операций.

1. Система «Клиент - Банк» - предоставляет клиенту техническую и методическую поддержку при установке системы, начальное обучение клиента, обновление программного обеспечения и сопровождение клиента в процессе дальнейшей работы, создание и отправление в банк платёжных документов любых типов, а также получение из банка информации о движении средств и выписок по счетам.

2. Системы «Телефон - Банк» - имеют ограниченный набор следующих функций по сравнению с системами «Клиент - Банк»:

- Информация об остатках на счетах;
- Информация о суммах поступлений в пользу клиента;
- Ввод заявок на предоставление факсимильной копии выписки по счету;
- Ввод заявок о проведении платежей, заказ наличности;
- Ввод заявок на передачу факсимильной копии платежного поручения;
- Ввод заявки на исполнение подготовленного по шаблону поручения на перевод средств.

Передача информации от клиента в банк может производиться различными способами в зависимости от реализации системы: с использованием кнопочного телефона и голосового меню; посредством передачи SMS сообщений; обслуживание с использованием банкоматов и устройств банковского самообслуживания.

3. Внешние сервисы - технологии дистанционного банковского обслуживания с использованием устройств самообслуживания (банкоматов, платежных терминалов, информационных киосков).

По ежегодному исследованию пользователей электронных финансовых и платежных сервисов в России, проведенному аналитическим агентством MarkswbbRank&Report в конце 2015 года в возрасте от 18 до 64 лет пользуются интернет - банком и мобильным банковским приложением 89 % аудитории и совсем не пользуются интернет банком 11 % .



Рис. 1. Пересечение аудиторий интернет - банкинга и мобильных банковских приложений.

Наиболее популярным дистанционным каналом банковского обслуживания является интернет - банк. 97 % интернет - пользователей имеют счет, вклад, банковскую карту, кредит. 75 % клиентов банков, пользующихся интернетом, используют хотя бы один канал дистанционного доступа к своим картам, счетам и другим банковским продуктам.

Самыми популярными интернет - банками среди российских пользователей являются Сбербанк Онлайн, Альфа - Клик Альфа - Банка, Телебанк ВТБ24, интернет - банки Тинькофф Банка и Банка Русский Стандарт.

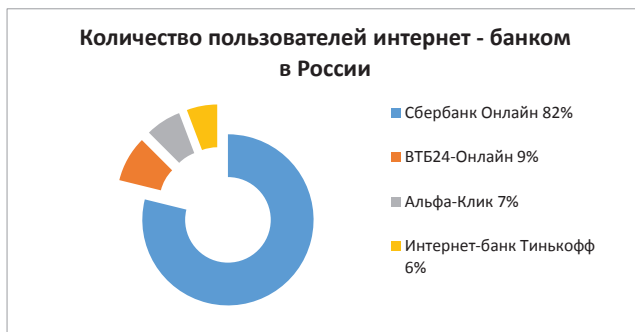


Рис. 2. Количество пользователей интернет - банком в России.

Наибольшее количество пользователей имеет интернет - банк Сбербанк Онлайн (28 млн. человек или около 82 % ) от всех пользователей интернет - банкинга в России. Второе по количеству пользователей занимают ВТБ24 - Онлайн (9 % ) , третье Альфа - Клик (7 % ) и четвертое интернет - банк Тинькофф (6 % ). Около 41 % пользователей интернет - банкинга имеют доступ и пользуются интернет - банкингом в двух и более российских банках.

Пользователей интернет - банкинга в России по сравнению с развитыми странами крайне мало. Основными причинами являются недостаточно развитая инфраструктура и невысокая интернет - грамотность населения.

Среди услуг, связанных с удаленной работой со счетами, самая высокая доля использования приходится на два крупнейших российских города - Москву и Санкт -

Петербург. В остальных регионах этот показатель остается невысоким. Адаптация интернет - банков к потребностям частных клиентов для банков сложная задача, поэтому лучшие онлайн - банки сегодня на 81 % соответствуют современным потребностям клиентов. Интернет - банк никогда не будет удовлетворять потребностям пользователей на 100 % , так как каждый клиент это индивидуальность.

### **Список использованной литературы**

1. Исаева Е.А. Инновационные технологии менеджмента в банковской сфере // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2013. № 19. С. 116 - 122.

2. [http:// markswebb.ru/](http://markswebb.ru/) / (Аналитическое агенство MarkswebbRank&Report)

3. [http:// dic.academic.ru/](http://dic.academic.ru/) / (Словари и энциклопедии)

4. [http:// expert.ru/](http://expert.ru/) / (Общенациональный деловой журнал «Эксперт»)

© Е.А. Исаева, А.А. Астахов, А.А. Мельникова, 2016

### **УДК 33**

**Ю.А. Калининчева**

Магистрант, 2 - й курс, Кафедра Финансы и кредит

Южный Федеральный Университет

г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

**А.А. Калининчев**

Магистрант, 2 - й курс, Кафедра Финансы и кредит

Южный Федеральный Университет

г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

## **ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ РИСК МЕНЕДЖМЕНТА**

Процесс управления рисками существенно зависит от специфики финансовых рынков. Обычно он включает набор следующих процедур:

Планирование управления рисками – выбор подходов и планирование деятельности по управлению рисками проекта.

Идентификация рисков – определение рисков, способных повлиять на проект, и документирование их характеристик.

Качественная оценка рисков – качественный анализ рисков и условий их возникновения с целью определения их влияния на успех проекта.

Количественная оценка – количественный анализ вероятности возникновения и влияния последствий рисков на проект.

Планирование реагирования на возникающие риски – определение процедур и методов по ослаблению отрицательных последствий рисков событий и использованию возможных преимуществ.

Мониторинг и контроль рисков – определение фактических рисков, выполнение плана управления рисками проекта и оценка эффективности действий по минимизации рисков.



Все эти процедуры взаимодействуют друг с другом, а также с другими процедурами. Каждая процедура выполняется, по крайней мере, один раз в каждом проекте. Представленные процедуры являются дискретными элементами системы управления с четко определенными характеристиками. Однако на практике они могут частично совпадать и взаимодействовать.

Наиболее перспективным можно считать интегрированный подход к управлению риском, в котором средства и методы совместно используются во всех сферах и на всех этапах финансовой деятельности, а в управлении компанией или проектом есть хорошо продуманная стратегия. Интегрированный подход – это активная позиция, так как подразумевает предвидение, а не пассивную реакцию на риск. Такой подход предоставляет больше возможностей в ограничении опасностей.

Риск - менеджмент как система управления состоит из двух подсистем: управляемой подсистемы (объекта управления) и управляющей подсистемы (субъекта управления). Объектом управления в риск - менеджменте являются риск, рискованные вложения капитала и экономические отношения между хозяйствующими субъектами в процессе реализации риска. К этим экономическим отношениям относятся отношения между страхователем и страховщиком, заемщиком и кредитором, между предпринимателями (партнерами, конкурентами) и т. п. Субъект управления в риск - менеджменте – это специальная группа людей (финансовый менеджер, специалист по страхованию, аквизитор, актуарий, андеррайтер и др.), которая посредством различных приемов и способов управленческого воздействия осуществляет целенаправленное функционирование объекта управления.

Процесс воздействия субъекта на объект управления, т.е. сам процесс управления, может осуществляться только при условии циркулирования определенной информации между управляющей и управляемой подсистемами. Процесс управления независимо от его конкретного содержания всегда предполагает получение, передачу, переработку и использование информации. В риск - менеджменте получение надежной и достаточной в данных условиях информации играет главную роль, так как оно позволяет принять конкретное решение по действиям в условиях риска.

Информационное обеспечение функционирования риск - менеджмента состоит из разного рода и вида информации: статистической, экономической, коммерческой, финансовой и т.п. Эта информация включает осведомленность о вероятности того или иного страхового случая, страхового события, наличии и величине спроса на товары, на капитал, финансовой устойчивости и платежеспособности своих клиентов, партнеров, конкурентов, ценах, курсах и тарифах, в том числе на услуги страховщиков, об условиях страхования, о дивидендах и процентах и т.п. Важное значение имеет качество информации. Чем более расплывчата информация, тем неопределеннее решение. Качество информации должно оцениваться при ее получении, а не при передаче. Информация стареет быстро, поэтому ее следует использовать оперативно.

При выборе конкретного метода управления рисками риск - менеджер должен исходить из следующих принципов:

- нельзя рисковать больше, чем это может позволить собственный капитал;
- нельзя рисковать многим ради малого; следует предугадывать последствия риска.

© Ю.А. Калиничева, 2016

© А.А. Калиничев, 2016

**Ю.А. Калинин**

Магистрант, 2 - й курс, Кафедра Финансы и кредит  
Южный Федеральный Университет  
г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

**А.А. Калинин**

Магистрант, 2 - й курс, Кафедра Финансы и кредит  
Южный Федеральный Университет  
г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

## **МЕТОДЫ РИСК - МЕНЕДЖМЕНТА, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ**

В условиях действия разнообразных внешних и внутренних факторов риска могут использоваться различные методы снижения финансового риска, воздействующие на те или иные стороны финансовой деятельности.

При выборе конкретного метода управления рисками риск - менеджер должен исходить из следующих принципов:

- нельзя рисковать больше, чем это может позволить собственный капитал;
- нельзя рисковать многим ради малого; следует предугадывать последствия риска.

Методы уклонения от риска наиболее распространены в хозяйственной практике, ими пользуются предприниматели, предпочитающие действовать наверняка. Методы уклонения от риска включают:

- отказ от ненадежных партнеров, т.е. стремление работать только с надежными, проверенными партнерами; отказ от участия в проектах, связанных с необходимостью расширения круга партнеров, отказ от инвестиционных и инновационных проектов, уверенность в выполнимости или эффективности которых вызывает сомнения;

- отказ от рискованных проектов, т.е. отказ от инновационных и иных проектов, реализуемость или эффективность, которых вызывает сомнение;

- страхование рисков, страхование вероятных потерь служит не только надежной защитой от неудачных решений, но и повышает ответственность лиц, принимающих решения, принуждая их серьезнее относиться к разработке и принятию решений, регулярно проводить защитные мероприятия в соответствии со страховыми контрактами;

- поиск гарантов с целью переноса части риска на какое - либо третье лицо. Функции гаранта могут выполнять различные субъекты (различные фонды, государственные органы, предприятия) при этом необходимо соблюдать принцип равной взаимной полезности, т.е. желаемого гаранта можно заинтересовать уникальной услугой, совместной реализацией проекта.

Методы локализации рисков используются в тех редких случаях, когда удастся довольно четко идентифицировать риски и источники их возникновения. Выделив экономически наиболее опасные этапы финансового проекта или участки финансовой деятельности в обособленные структуры, можно сделать их более контролируруемыми и снизить уровень риска. К методам локализации относятся:

- создание венчурных предприятий, предполагающих создание небольшого дочернего предприятия как самостоятельного юридического лица для высокотехнологических (рискованных) проектов. Рискованная часть проекта локализуется в дочернем предприятии, при этом сохраняется возможность использования научного и технического потенциала материнской компании;

- создание специальных структурных подразделений (с обособленным балансом) для выполнения рискованных проектов;
- заключение договоров о совместной деятельности для реализации рискованных проектов.

Методы диверсификации рисков включают:

- распределение ответственности между участниками финансовой деятельности или проекта, разграничение сферы деятельности и ответственности каждого участника, а так же условия перехода работ и ответственности от одного участника к другому и их юридическое оформление;

- диверсификацию видов деятельности и зон хозяйствования – увеличение числа применяемых технологий, расширение ассортимента выпускаемой продукции или оказываемых услуг, ориентация на различные социальные группы потребителей, на предприятия различных регионов, на финансовые услуги и инструменты;

- диверсификацию сбыта и поставок, т.е. работа одновременно на нескольких рынках, когда убытки на одном рынке, могут быть компенсированы успехами на других рынках, распределение поставок между многими потребителями, стремясь к равномерному распределению долей каждого контрагента. Может диверсифицироваться закупка сырья и материалов, что предполагает взаимодействие со многими поставщиками, позволяя ослабить зависимость предприятия от его "окружения";

- диверсификацию инвестиций – предпочтение реализации нескольких относительно небольших по вложениям проектов, реализации одного крупного инвестиционного проекта, требующего задействования всех ресурсов и резервов, не оставляя возможностей для маневра.

- распределение риска во времени (по этапам работы), т.е. распределение и фиксирование риска во времени при реализации проекта. Это улучшает наблюдаемость и контролируемость этапов проекта и позволяет при необходимости сравнительно легко их корректировать.

© Ю.А. Калиничева, 2016

© А.А. Калиничев, 2016

## УДК 33

**Ю.А. Калиничева**

Магистрант, 2 - й курс, Кафедра Финансы и кредит  
Южный Федеральный Университет  
г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

**А.А. Калиничев**

Магистрант, 2 - й курс, Кафедра Финансы и кредит  
Южный Федеральный Университет  
г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

## ЦЕЛИ И ФУНКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ

Необходимость управления рисками определяется парадигмой финансовой деятельности – получением гарантированного финансового результата в условиях неопределенности ситуации. Конечная цель риск - менеджмента заключается в получении наибольшей

прибыли при оптимальном, приемлемом для предпринимателя соотношении прибыли и риска.

Риск - менеджмент представляет собой систему управления риском и экономическими, точнее, финансовыми отношениями, возникающими в процессе этого управления. Риск - менеджмент включает в себя стратегию и тактику управления. Под стратегией управления понимаются направление и способ использования средств для достижения поставленной цели. Этому способу соответствует определенный набор правил и ограничений для принятия решения. Стратегия позволяет сконцентрировать усилия на вариантах решения, не противоречащих принятой стратегии, отбросив все другие варианты. После достижения поставленной цели стратегия как направление и средство ее достижения прекращает свое существование. Новые цели ставят задачу разработки новой стратегии.

Тактика – это конкретные методы и приемы для достижения поставленной цели в конкретных условиях. Задачей тактики управления является выбор оптимального решения и наиболее приемлемых в данной хозяйственной ситуации методов и приемов управления.

Риск - менеджмент выполняет две функции: функции объекта управления; функции субъекта управления.

К функциям объекта управления относятся: организация разрешения риска; организация рискованных вложений капитала; организация работы по снижению величины риска; организация процесса страхования рисков; организация экономических отношений и связей между субъектами хозяйственного процесса.

К функциям субъекта управления относятся: прогнозирование; организация; регулирование; координация; стимулирование; контроль.

Прогнозирование в риск - менеджменте представляет собой разработку перспективного плана изменений финансового состояния объекта в целом и его различных частей. Прогнозирование – это предвидение определенного события. Оно не ставит задачу непосредственно осуществить на практике разработанные прогнозы. Особенностью прогнозирования является альтернативность финансовых показателей и параметров, определяющая разные варианты развития финансового состояния объекта управления на основе выявленных тенденций. Прогнозирование может осуществляться как на основе экстраполяции прошлого в будущее с учетом экспертной оценки тенденции изменения, так и на основе прямого предвидения изменений. Управление на основе предвидения этих изменений требует выработки у менеджера определенного чутья рыночного механизма и интуиции, а также применения гибких экстренных решений.

Организация в риск - менеджменте представляет собой объединение людей, совместно реализующих программу рискованного вложения капитала на основе определенных правил и процедур. К этим правилам и процедурам относятся: создание органов управления, построение структуры аппарата управления, установление взаимосвязи между управленческими подразделениями, разработка норм, нормативов, методик и т.п.

Регулирование в риск - менеджменте представляет собой воздействие на объект управления, посредством которого достигается состояние устойчивости этого объекта в случае возникновения отклонения от заданных параметров. Регулирование охватывает главным образом текущие мероприятия по устранению возникших отклонений.

Координация в риск - менеджменте представляет собой согласованность работы всех звеньев системы управления риском, аппарата управления и специалистов. Координация

обеспечивает единство отношений объекта управления, субъекта управления, аппарата управления и отдельного работника.

Стимулирование в риск - менеджменте представляет собой побуждение финансовых менеджеров и других специалистов к заинтересованности в результате своего труда.

Контроль в риск - менеджменте представляет собой проверку организации работы по снижению степени риска. Посредством контроля собирается информация о выполнении намеченной программы действия, доходности рискованных вложений капитала, соотношении прибыли и риска, на основании которой вносятся изменения в финансовые программы и организацию риск - менеджмента. Контроль предполагает анализ результатов мероприятий по снижению степени риска.

© Ю.А. Калиничева, 2016

© А.А. Калининцев, 2016

**УДК 338.1**

**Ю.В.Калиниченко**

магистрант

кафедры государственного и муниципального управления

Вятский Государственный Университет

Научный руководитель:

М.А.Санович

к.э.н. доцент

кафедры государственного и муниципального управления

Вятский Государственный Университет

г. Киров, РФ

E - mail: yuriy - kirov@yandex.ru

## **АНАЛИЗ РЫНКА ИНТЕРНЕТ ПЛОЩАДОК**

Любой клиент есть результат столкновения рынка с предложением. Нам необходимо, чтобы рынок и предложение столкнулись. Представим рынок, как скопление попыток решить определенную проблему. Предложение это своего рода площадка, которая предлагает решение проблемы. Задачей площадки может быть получение контактных данных клиента, или прямая продажа. Все зависит от тематики бизнеса. Приведем примеры различных рынков и площадок. К примеру, 1й канал – это площадка, на которой мы можем разместить наш рекламный ролик. Рынком является аудитория, которая смотрит 1й канал. Газета Из Рук в Руки это площадка, где мы можем разместить свое объявление. Рынок в данном случае – покупатели газеты из рук в руки. Один из наиболее быстрорастущих рынков – пользователи сети интернет. Интернет можно рассматривать как тысячи различных площадок, которые в свою очередь посещают миллионы человек.

Одна из самых крупных площадок в рунете является поисковая система Яндекс, следом за ней идет Google.

По данным LiveInternet на начало 2015 года доля Яндекса среди поисковой выдачи в России составляет 58,9 %, Google – 32,8 %. [4] По данным исследования ФОМ за 2014 год, 72,3 миллиона россиян (62 % совершеннолетнего населения страны) пользовались интернетом хотя бы раз в месяц, а около 60 миллионов человек выходили в сеть ежедневно. [2] Таким образом, примерная аудитория Яндекса составляет 42,58 миллионов человек (а это 29,1 % от всего населения России), аудитория Google составляет 23,7 миллионов человек (19,9 % от всего населения России).

Что касается возраста аудитории, то пользователи Google более молодые:

Таблица 1 - Аудитория Яндекс и Google [1]

Возраст	Аудитория Яндекс	Аудитория Google
25 - 35	44 %	49 %
35 - 45	20 %	9 %
18 - 25	16 %	28 %
от 45	16 %	7 %

Далее рассмотрим соотношение мужчин и женщин:

Таблица 2 - Соотношение мужчин и женщин [1]

	Яндекс	Google
Женщины	64 %	57 %
Мужчины	36 %	43 %

Можно отметить, что в Яндексе больше женской половины населения, в Google доля мужчин чуть больше.

Интересное исследование провели сотрудники Ingate Digital Agency по поводу доли коммерческих и некоммерческих запросов в поисковых системах:

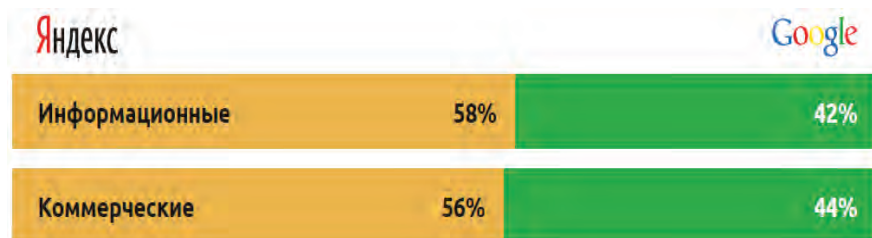


Рисунок 1. Количество переходов на коммерческие и информационные ресурсы из Google и Яндекса [1]

Можно заметить, что информационные и коммерческие запросы в равной степени вводят пользователи обеих поисковых систем.

Одну из самых интересных закономерностей эксперты Ingate предоставил по числу переходов на сайты определенных тематик:



Рисунок 2. Доля переходов на сайты коммерческих тематик [1]

Можно сделать очень важные выводы для продвижения определенных продуктов. К примеру: тематики «Медицина», «Производство и поставки», а так же «Авто» доли посещаемости поисковой система почти равны, следовательно, необходимо активно продвигать свой продукт в обеих поисковых системах.

Доля посещаемости Яндекса в тематиках «Недвижимость», «Туризм и отдых», «Строительство», «Деловые услуги» намного выше, чем у Google. Это значит, что основные усилия необходимо прикладывать в продвижении в Яндексе, а канал Google использовать как дополнительный трафик.

Иначе обстоят дела в тематиках «Медицина» и «Финансы». В данном случае начинать рекламную кампанию лучше с Google.

Анализируя бизнес - потенциал интернет площадок Яндекс и Google необходимо учитывать специфическую тематику бизнеса и четко определить целевую аудиторию. Для привлечения наиболее лояльных клиентов необходимо создать типовых персонажей, с подробным описанием их специфических особенностей и характеристик. В свою очередь, зная своего клиента, площадки Яндекс и Google представляют широкий спектр возможности для рекламы своего инновационного продукта. Наиболее популярные из них – Яндекс Директ с возможностью контекстной рекламы и рекламы на тематических сайтах - партнерах Яндекса, а так же Google Adwords с контекстной рекламой и баннерной рекламой на тематических сайтах – партнерах Google.

#### **Вовлеченность населения в Социальные сети**

С точки зрения продвижения инновационного продукта, необходимо воспринимать социальные сети как большой структурированный рынок потенциальных клиентов. Наличие у пользователей контактной информации позволяет найти людей определенного возраста, пола и территориальной принадлежности. Наличие информации об интересах и большого количества тематических групп позволяет нам точно привлечь на нашу

площадку заинтересованных людей. Опять же, предварительно нужно четко составить персонаж нашего будущего клиента. Привлечение клиентов из социальных сетей происходит в основном за счет таргетированной рекламы.

Если перед инновационной организацией первоначально поставлена задача развиваться в отдельно взятом регионе, то необходимо проанализировать количество пользователей отдельно взятого региона. Для примера возьмем рынок Кировской области.

Численность населения Кировской области по данным Росстата составляет 1 304 348 человек на 2015 год. Проанализируем, какое количество населения является пользователями социальных сетей:

Таблица 3 - Количество пользователей социальных сетей в Кировской области [3]

Социальная сеть	% от населения	Пользователей
ВКонтакте	26	339 130
Одноклассники	1.5	19 565
Мой Мир	2.1	27 391
Facebook	2.4	31 304
LiveJournal	2.8	36 521

Лидером рейтинга социальных сетей по проникновению является социальная сеть ВКонтакте (26 % населения). Все остальные социальные сети примерно одинаково распространены по области. Следовательно, в первую очередь необходимо сделать упор на продвижении продукта в социальной сети ВКонтакте.

Если смотреть в целом по России, то социальная сеть ВКонтакте наиболее популярна в Москве (26 % населения, 3 142 917 чел) и в Санкт - Петербурге (36 % населения, 1 809 586 чел). [3]

Социальная сеть Одноклассники является региональной сетью. На первом месте стоит Сахалинская область (2.38 % населения, 11 764 человек), далее идет Еврейская автономная область (1.97 % , 3 404 человек). [3]

Социальная сеть Мой Мир наиболее распространена в Челябинской области (3.12 % населения, 108 672 человек), следом идет Севастополь (2.47 % населения, 9 467 человек). [3]

Социальная сеть Facebook лидирует в Москве (4,95 % населения, 593 547 человек). В остальных регионах она распространена примерно равномерно – 1 - 2 % от населения. [3]

Анализируя вовлеченность населения в социальные сети необходимо отметить, что наиболее быструю отдачу можно получить, запуская продвижение по всей России. В первую очередь имеет смысл рассматривать площадку социальной сети ВКонтакте.

### Список литературы

1. Светлана Овсянкина. Продвижение сайтов в Google. ООО «Ингейт Реклама» - 2015, 33 с.
2. Фонд Общественного Мнения. Интернет в России: динамика проникновения. Лето 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru> (дата обращения 05.12.2015)
3. Brand Analytics. Социальные сети в России, весна 2015. Цифры, тренды, прогнозы. [Электронный ресурс]. URL: <http://br-analytics.ru> (дата обращения 05.12.2015)



4. LiveInternet. Переходы из поисковых систем за 2015 год. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.liveinternet.ru> (дата обращения 03.12.2015)

5. Mail.Ru Group. Социальные сети в России. [Электронный ресурс]. URL: <http://corp.mail.ru> (Дата обращения 02.12.2015)

© Калиниченко Ю.В. 2016

УДК33

К. п. н. **Карасева Саяд Акиф Кызы.**,  
доцент кафедры ЭУФП и ИТ СФ МПГУ. г. Ставрополь.

## ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕГИОНЫ РОССИИ

В кризисный период наиболее остро внешние макроэкономические факторы повлияли на показатели привлечения в субъекты РФ прямых иностранных инвестиций, отток которых был неминуем как в части планируемых инвестиционных проектов, так и в отношении уже действующих проектных соглашений [3]. Но ряду регионов даже в такой сложнейшей ситуации удалось убедить иностранных инвесторов сохранить свое участие в реализуемых проектах, а также продемонстрировать уверенный инвестиционный потенциал на ближайшую перспективу. Об этом свидетельствует соответствующее исследование Международной Организации Кредиторов (WOC), основанное на региональных экономических показателях по итогам переломного 2009 года.

Если еще в начале прошлого десятилетия в числе субъектов РФ, интересующих иностранных инвесторов, сложно было найти несырьевой регион, то за последние годы ситуация существенно изменилась. На условной инвестиционной карте России появился целый ряд регионов, в экономике которых преобладает производство с иностранным участием в капитале и при этом нередко даже отсутствуют какие - либо природные ресурсы. Особого внимания заслуживает так называемый калужский феномен. Руководство Калужской области за сравнительно небольшой период сумело реализовать сразу несколько крупных промышленных проектов на средства зарубежных инвесторов. В частности, именно с Калугой принято связывать приход в Россию таких всемирно известных машиностроительных брэндов как Volkswagen, Volvo, Peugeot, Citroen и Mitsubishi. Вслед за именитыми автоконцернами в Калужскую область также подтянулись иностранные производители различных сопутствующих компонентов машиностроения. Впрочем, автопромом дело далеко не ограничилось, и уже сегодня Калуга уверенно рапортует о первых результатах интеграции зарубежного капитала даже в объективно проблемный агропромышленный комплекс и демографическая политика [5].

Если же говорить о сугубо сырьевых регионах, то наиболее положительные показатели по иностранным инвестициям в 2009 году продемонстрировал специализирующийся на добыче углеводородов Ненецкий автономный округ (НАО). И поскольку НАО также является и частью другого субъекта РФ - Архангельской области, то и показатели последней выглядят довольно уверенно по сравнению с другими регионами. Впрочем, руководство округа не ограничивается привлечением иностранных инвестиций только в

нефтедобычу и довольно интенсивно работает над диверсификацией экономики региона. В качестве альтернативных направлений развития округа фигурируют энергетика, строительство и даже столь трудное в условиях Крайнего Севера сельское хозяйство [1].

Другой сырьевой регион, вышедший на лидирующие позиции по привлечению иностранных инвестиций, - Амурская область, традиционно специализирующийся на золотодобыче и лесной промышленности. Не смотря на очевидную сырьевую доминанту в экономике данного субъекта РФ, территориальная близость Амурской области к Китаю делает вполне перспективной и отраслевую диверсификацию. Китайские партнеры активно выражают готовность финансировать не только собственно добычу леса, но и предприятия по его глубокой переработке. И именно это направление является ключевым в процессе дальнейшего развития региона.

технология управления инвестиционной привлекательностью, построенная на учете этих объективных интересов, будет работать на любом уровне и в любом месте. И дело не в том, чтобы только угодить инвесторам. Управление инвестиционной привлекательностью тождественно управлению развитием региона, то есть помимо объективного интереса инвесторов, здесь явно присутствует объективный интерес общества. На этапе формирования механизмов, обеспечивающих прозрачность деятельности, управление инвестиционной привлекательностью сводится к регулированию доступа инвестора, как к созданию этих механизмов, так и к участию в контроле за их функционированием: чем шире доступ, тем выше инвестиционная привлекательность объекта для инвестора. Когда механизмы сформированы и отлажены, управление инвестиционной привлекательностью сводится к регулированию включенности инвестора в принятие стратегических решений и формирование финансовой политики [2].

Таким образом, совпадение интересов общества с интересами инвесторов выводит задачу управления инвестиционной привлекательностью из разряда частных в разряд общественно значимых, а специфика текущего момента делает ее не просто ключевой, но сверхприоритетной [4].

### **Список литературы:**

1. Гладилин В.А. Если знаешь, то и соломку не стели...управление эффективностью предпринимательской деятельности сельскохозяйственных предприятий. Российское предпринимательство. 2006. № 9. С. 87 - 91.
2. Гладилин В.А., Юрина В.П., Грицай С.Е.. Некоторые проблемы и приоритетные направления развития туризма и рекреации КМВ // Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. - 2015. - № 2 - (34). С. 13.
3. Гладилин В.А. Исследование информационной базы статистического анализа рынка туристско - рекреационных услуг региона // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12 - 1 (65 - 1). С. 1099 - 1102.
4. Гладилин В.А. Совершенствование инструментально - технической базы управления в современной организации в сборнике: Модернизация экономики и управления II Международная научно - практическая конференция. под общей редакцией В.И. Бережного; Северо - Кавказский федеральный университет. Ставрополь, 2014. С. 57 - 58.

5. Гладилин В.А. Демографическая ситуация в российской федерации и ее регионах: факторы формирования и траектории развития // Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2015. № 2 (34). С. 12.

© Карасева Саяд Акиф Кызы, 2016

УДК 33

К. п. н. **Карасева Саяд Акиф Кызы.**,  
доцент кафедры ЭУФП и ИТ СФ МПГУ. г. Ставрополь.

### **ТУРИСТСКО - РЕКРЕАЦИОННЫЙ КЛАСТЕР, ИННОВАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА. (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ)**

Для Крыма это понятие еще новое и до конца не освоенное. Хотя очень и очень перспективное. Его развитию способствуют уникальная природа, экологически чистые места и развитая туристическая инфраструктура [2]. Проблемой остается лишь то, что многие туристы, едущие в Крым, все - таки стремятся попасть на пляж. Однако тишина и спокойствие, которых нам так не хватает в больших городах, все реже встречаются и на берегу моря. Как правило, крымские пляжи в курортный сезон забиты до отказа. По - настоящему отдохнуть на море можно лишь в первые осенние месяцы. А вот у сельского туризма практически нет рамок. Отдохнуть в неурбанизированной местности можно зимой и летом, весной и осенью. Впрочем, отдых в сельской местности не подразумевает традиционное ничегонеделание. «Сельские» туристы принимают активное участие в хозяйственной деятельности. Они помогают владельцам ферм и усадеб ухаживать за животными и наводить порядок во дворе, учатся народным ремеслам и азам национальной кухни. Одним словом, живут полноценной сельской жизнью [7]. Занимаясь такой деятельностью на чистом воздухе, под звуки природы, вы наберете столько сил, сколько не дадут ни одни морские процедуры или городские SPA - салоны.

В Крыму сельский туризм развивается практически в каждом регионе. В основном он представлен отдельными частными гостевыми домами, турбазами и сельскими подворьями. Они могут быть расположены как в степной местности, так и в горах, у рек или озер. К примеру, в селах Соколиное и Куйбышево под Бахчисараем вам предложат разнообразный отдых в лоне природы. Только здесь вы сможете заказать себе свежую говядину или горное молоко, отведать домашнюю брынзу или экзотическое варенье, приготовленное из лепестков роз, кизила, сосновых шишек и много другого. Вам представится уникальная возможность собственноручно собрать все эти дары природы и уже у себя дома радовать гостей необычными яствами. Скучать не придется и в степных зонах. Тут отдыхающие могут отправиться на рыбалку, колоть дрова, топить баню или чистить снег. Все эти занятия обычно приходятся по душе городским жителям, особенно тем, которые всю жизнь прожили в крохотной квартире.

Впрочем, специалисты туристического бизнеса отмечают, что заметный спрос на сельский туризм в Крыму появится лишь тогда, когда у фермеров и садоводов будет

поддержка со стороны государства. Ведь в наше время все привыкли отдыхать с комфортом. Конечно, сельские жители могут предложить своим гостям уютное жилье, чистый ухоженный двор и вкусную натуральную пищу. Но проблемой останется отсутствие хороших дорог в регионе, недостаточное количество пунктов медицинской помощи и прочее. Поэтому пока государство традиционно остается в стороне от развития нового туристического направления, крымчане объединяются в так называемые туристические кластеры. Всей громадой они работают на благо родной деревни, для того чтобы предоставить своим гостям услуги европейского качества [5]. Первые кластеры появились на территории полуострова еще в 2014 году. Сельский туризм в своем регионе активно начали развивать в селах Славное (Раздольненский район), Межводное (Черноморский район), Береговое и Холмовка (Бахчисарайский район). Новый туристический кластер совсем недавно появился и в Симферопольском районе. Его развивают на базе агрофирмы в поселке Ключи [4].

И все же, пожалуй, наибольших результатов в этом вопросе добились жители села Дачное под Судакком. Их кластер называется «Таракташская волость» (Таракташ - историческое название деревни). Над благополучием и процветанием местности работают все: местные власти, владельцы усадеб, предприниматели, мастера и даже школьники. Ведь одни могут предоставить фантазию и идеи, другие - деньги, на их воплощение, а третьи - собственные силы и умения. Именно поэтому в Дачном все организовано на высшем уровне. Отдыхающие могут ознакомиться со всеми предложениями тут же, в единственном в Крыму сельском туристическо - информационном центре [3]. Владельцы усадеб рассказывают, что их услуги рассчитаны на людей со средним достатком. К примеру, плата за проживание здесь берется в среднем по 400 - 700 руб. с человека в сутки. В курортном Судакке за жилье попросят в два - три раза больше, а ведь до моря можно добраться и с самого Дачного, потратив на это 20 минут дороги по живописной местности. Туристов в «Таракташской волости» ждут даже тогда, когда заканчивается пляжный сезон. В другие времена года здесь можно выращивать натуральные овощи или изучать местную историю (все археологические памятники поселка приведены в надлежащий вид). А может вам захочется поближе познакомиться с бытом крымских татар, изведать, а позже и научиться готовить их национальные блюда. Кроме того, участники кластера организуют эксклюзивные пешеходные экскурсии и походы из цикла «Семь чудес Дачного». Также они могут провести для вас массу мастер - классов: по ткачеству, лепке, кузнечному делу и т.д. На всех этих достижениях жители Дачного не останавливаются и разрабатывают новые экскурсионные маршруты [6]. Один из них - восстановление исторических колодцев. Некоторым из них уже более 200 лет, однако, на дне колодцев до сих пор лежат можжевеловые бруски, которые обеззараживают воду.

Специалисты считают, что такие направления можно успешно развивать практически в каждом регионе РФ. Ведь у иностранных туристов наша страна ассоциируется, прежде всего, с богатой историей [1].

### **Список литературы:**

1. Гладилин В.А. Системы факторов регулирования устойчивого экономического развития рекреационных территорий. В сборнике: Научные исследования и разработки в

эпоху глобализации. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С. 73 - 75.

2. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Обоснование системы факторов регулирования устойчивого развития рекреационных территорий. В сборнике: Современные концепции развития науки. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С. 37 - 39.

3. Гладилин В.А. Исследование информационной базы статистического анализа рынка туристско - рекреационных услуг региона // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12 - 1 (65 - 1). С. 1099 - 1102.

4. Александров А.В., Гладилин А.В., Бинатов Ю.Г. Предпринимательские структуры апк в условиях рынка . Ставрополь, 2005.

5. Гладилин В.А. Демографическая ситуация в российской федерации и ее регионах: факторы формирования и траектории развития Вестник Института дружбы народов Кавказа . Теория экономики и управления народным хозяйством. 2015. № 2 (34). С. 12.

6. Гладилин В.А., Юрина В.П., Грицай С.Е.. Некоторые проблемы и приоритетные направления развития туризма и рекреации КМВ // Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. - 2015. - № 2 - (34). С. 13.

7. Гладилин В.А. Оценка и прогнозирование эффективности предпринимательской деятельности в аграрном производстве.(на материалах растениеводства Ставропольского края) диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ставрополь , 2006

© Карасева Саяд Акиф Кызы, 2016

**УДК 338.45**

**Т.Н. Карлина** к.х.н., доцент кафедры  
«Оценка и управление собственностью»

**С.В.Зайцев**, 2 курс магистратуры  
Финансовый университет при Правительстве РФ  
Г. Москва, РФ

## **ПУТИ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО АВИА РЫНКА**

В современных условиях, характеризующихся низкой стоимостью энергоресурсов, особую значимость для экономики России приобретают виды деятельности, характеризующиеся инновациями и научно - техническим прогрессом. Аэрокосмическая промышленность, опирающаяся на традиционную русскую инженерную школу, имеет все возможности занять достойное место на международной арене и стать привлекательной для инвесторов. Сопоставительный анализ организации деятельности российских и зарубежных производителей лайнеров выявил отличительные особенности, позволяющие повысить устойчивость сложного производства. В российской практике участвующие поставщики комплектующих делятся на 4 уровня (от 4 до 1 - го по мере приближения к конечному продукту). Сбор и всю ответственность за готовое изделие осуществляют

компании - интеграторы. В зарубежной практике интеграторами выступают производители авиаагрегатов такие как: Honeywell, B / Aerospace, Zodiac, Goodrich, UTC и др. В такой модели происходит более равномерное распределение добавленной стоимости, рисков и ответственности за качество изделий, с другой стороны в силу возникающей зависимости, рынок самолетостроения становится более устойчивым. Данной модели придерживаются известные мировые производители воздушных судов: Boeing, Airbus, Embracer, Bombardier и др.

В результате исторически сложившейся практики производители агрегатов (поставщики 2 - го уровня) имели недостаточную связь с непосредственным производством лайнеров. В результате не было уверенности в спросе на продукцию комплектующих, соответственно - недоверие инвесторов, отсутствие капитала на развитие и НИОКР и частая замена российской продукции на зарубежную. Действительно, в новых перспективных лайнерах Сухой Супер Джет 100 (налажено серийное производство в небольших объемах) и МС - 21 (находится в стадии разработки) доля агрегатов иностранного производства составляет 70 % и 55 % соответственно [1].

Рассмотрим зависимость российского рынка ВС от иностранных компаний. Рынок ВС включает в себя 4 основных сегментов: пассажирские лайнеры, военные самолеты, грузовые самолеты и вертолеты. Парк военных ВС полностью состоит из ВС российского производства, в силу специфики сегмента – ведущие мировые лидеры не заинтересованы в усилении вооружения своих прямых конкурентов и не продают самолеты своим прямым конкурентам. Распределение ВС в оставшихся трех сегментах показано на рисунке1. Как можно видеть, в парке грузовых ВС и вертолетов преобладают ВС российского производства, а в парке гражданских ВС – ВС зарубежного производства. Парк гражданских ВС является самым многочисленным, при этом основную долю в 67 % занимают зарубежные производители, которые закупают комплектующие у зарубежных производителей агрегатов (ни один из российских производителей агрегатов не поставляет продукцию на экспорт). Более того, как уже было упомянуто выше, более половины стоимости агрегатов в ВС российского производства занимают агрегаты иностранного производства. Таким образом, Доля агрегатов иностранного производства в российском парке пассажирских ВС больше 67 % и составляет порядка 85 % .



Рисунок 1. Распределение парка ВС РФ по производителям [2].

В сложившихся условиях макроэкономической нестабильности российской экономики (падение цен на нефть, санкций, рост ставки центрального банка, снижением стоимости рубля) финансирование производства с использованием иностранных комплектующих

становится проблематичным. В мировой практике производители агрегатов - интеграторы создают свои собственные центры по послепродажному обслуживанию, что приводит к универсализации, достигается соответствующее качество услуг, уменьшаются затраты на них и открываются новые каналы для дистрибуции комплектующих самолета. У российских агрегатов появляется существенное ценовое преимущество за счет падения рубля. Предположив, что существенно структура российского парка ВС не изменится, можно утверждать, что, не учитывая прочие драйверы, влияющие на цену, у российских производителей ценовое преимущество может достигать порядка 70 %. Кроме того у российских производителей агрегатов есть возможность потенциального роста за счет соответствующего роста ремонтных работ. Отказ от западных комплектующих позволит отказаться и от ремонтных услуг, составляющий 75 % .

Для достижения потенциальных возможностей роста производителям агрегатов потребуется решить целый ряд накопившихся проблем: технологическая отсталость; отсутствие необходимых компетенций по разработке и производству интегрированных бортовых систем; отсутствие единой системы проектирования и управления проектом; разорванные технологические цепочки поставщиков и субподрядчиков; неспособность нести финансовые гарантии исполнения обязательств; отсутствие качественной послепродажной поддержки производимой продукции. В условиях приоритета импортозамещения существует реальная возможность решения всех названных проблем и достижения конкурентных преимуществ на рынке на рынке поставки комплектующих и услуг по ремонту и обслуживанию российских и иностранных воздушных судов (ВС). Стоимость самолета складывается из четырех основных составляющих: планер – 40 % , двигатель и реверс – 30 % , авионика – 12 % (приборы и электроника) и 18 % - агрегаты[3]. Таким образом, доля рынка агрегаторостроения в РФ составляет 18 % от рынка производства ВС. Прогноз рынка производства ВС в РФ в результате последних изменений в геополитической ситуации, и данных о производстве новых российских перспективных лайнеров SSJ - 100 и MC - 21, представлен на рисунке 2.



Предложенные мероприятия позволят увеличить долю российских агрегатов на ВС российского производства до 70 % в стоимостном выражении и решать вопрос внедрения агрегатов российского производства на иностранные ВС.

### Список использованных источников

1. «Сухой» SuperJet не боится японского конкурента. – Режим доступа: <http://dfnc.ru/c106-technika/suhoy-superjet-ne-boitsya-yaponskogo-konkurenta/> (дата обращения – 11 ноября 2015 г.)
2. ГосНИИГА: «Состояние и перспективы развития парка воздушных судов гражданской авиации России», январь 2014. - Режим доступа: [http://www.atminst.ru/up\\_files/doklad\\_stradomski\\_28-01-2014.pdf](http://www.atminst.ru/up_files/doklad_stradomski_28-01-2014.pdf) (дата обращения: 13 ноября 2015 г.)
3. Оценка концерна «Авиационное оборудование», 2013 г. (ноябрь 2015 – АО «Технодинамика)

© Т.Н. Карлина, С.В. Зайцев, 2016

УДК 336.7

**Т.Н. Карлина** к.х.н., доцент кафедры  
«Оценка и управление собственностью»

**А.С.Аксёнова**, 1 курс магистратуры  
Финансовый университет при Правительстве РФ  
Г. Москва, РФ

### РЕФОРМИРОВАНИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В РОССИИ

В существующем положении и развитии национальной экономики особая роль принадлежит коммерческим банкам. Основная направленность деятельности банков связана с выполнением посреднических функций, сущность коммерческого банка состоит в перераспределении денежных средств между участниками финансового рынка и организации кредитного процесса. Банки не вовлечены в традиционную операционную деятельность, не приобретают запасы, не ведут производство, не несут капитальных затрат в традиционном их понимании. Их деятельность специфична и достаточно разнообразна: помимо основных функций (привлечение средств, кредитование, ведение счетов) они задействованы в инвестиционном бизнесе, в торговле ценными бумагами, валютами и деривативами, в аналитической деятельности и многом другом.

Во всем мире банковская деятельность подлежит жесткой регламентации и надзору со стороны государственных регулирующих органов. В нашей стране ими являются Центральный банк Российской Федерации (Банк России), и служба по финансовым рынкам в составе Банка России (ранее ФСФР).

В работе А. Дамодарана банковское регулирование делится на три направления[1]:

- от банков требуется поддерживать на необходимом уровне коэффициенты достаточности собственного капитала для обеспечения гарантий, что они не выходят за пределы своих средств и не подвергают риску держателей требований и вкладчиков;
- в некоторых странах банки ограничены в направлениях, куда они могут вкладывать свои средства (в частности, в США по закону Гласса - Стиголла коммерческие банки не могут вкладывать средства в собственный капитал других компаний, так как это специфика инвестиционной банковской деятельности);



- государственные органы регулируют появление новых банков (через лицензирование их деятельности), а также слияния и поглощения среди уже существующих банков (в антимонопольных целях).

В последние два десятилетия наблюдается тенденция к консолидации в секторе финансовых услуг. Это связано с технологическим прогрессом: появление Интернет - банкинга, внедрение IT в банках, изменения в финансовых системах стран, законодательные изменения и влияние процессов глобализации и международной интеграции. Однако в результате финансового кризиса 2007 наблюдалось повсеместное снижение доходности операций в финансовом секторе, центральные банки многих стран ужесточили политику, что привело к консолидации банков как к борьбе с возможным банкротством.

В этот же период наблюдается ужесточение политики и со стороны центрально банка России, которая отражается на уменьшении количества коммерческих банков (таблица 1).

Таблица 1. Динамика общего количества действующих банков России[2]

Количество действующих банков и не банковских КО России	На 01.01 2008г.	На 01.01 2009г.	На 01.01 2010г.	На 01.01 2011г.	На 01.01 2012г.	На 01.01 2013г.	На 01.01 2014г.	На 01.01 2015г.	На 01.01 2016г.
По РФ	1 136	1 108	1 058	1 012	978	956	923	834	733

В соответствии с ЦБ РФ по состоянию на 01.01.2016 года количество коммерческих банков и не банковских организаций в России составляет – 733, данных Банка России по величине зарегистрированного уставного капитала пока ещё нет. А по состоянию на 01.01.2015 года количество коммерческих банков и не банковских организаций в России составляло – 834, из них только - 419 (50,24 % ) можно твердо отнести к крупным и соответствующим требованиям по величине уставного капитала.

Санация банков осуществляется Агентством по страхованию вкладов (АСВ) в отношении банков, являющихся участниками системы страхования вкладов. Согласно закону 127 - ФЗ от 26.10.2002 г. меры по предупреждению банкротства банков осуществляются путем: оказания финансовой помощи инвесторам, приобретения не менее 75 % - й доли в уставном капитале, оказания финансовой помощи банку, при условии, что АСВ и / или инвестор приобрели доли в уставном капитале банка.

Например, Банк Уралсиб - контроль над Банком перешел к Когану В.И. (Банк БФА) путем приобретения им не менее 75 % обыкновенных акций Банка. Также план мер предусматривает предоставление Банку средств в объеме, достаточном для обеспечения бесперебойной работы и соблюдения обязательных нормативов, в виде займов на сумму 14 млрд. руб. сроком на 6 лет и на сумму 67 млрд. руб. сроком на 10 лет.

Во Внешпромбанке 18 декабря 2015 года была введена временная администрация. 22 декабря ЦБ РФ установил мораторий на удовлетворение требований кредиторов на три месяца. Выплаты вкладчикам и ИП начнутся не позднее 14 дней со дня введения моратория. 21 января 2016 года отозвана лицензия банка, снят мораторий на удовлетворение требований кредиторов[3].

Важно отметить, что санация в конце 2015 года – основной способ перехода прав собственности на банки. В целом за 2015 год на санацию пришлось 25 % всех транзакций в финансовом секторе и 38 % сделок с банками.

Наиболее распространенная форма реструктуризации и достижения стратегических целей компаний во всем мире – это слияния и поглощения. Слияния и поглощения (M&A) активно используются как инструмент улучшения деятельности компании, достижение конкурентных преимуществ и роста стоимости, получения синергетического эффекта.

Объем сделок в натуральном и денежном выражении стал одним из индикаторов положения национальных экономик и отдельных секторов. В период кризиса (2008 - 2009 гг.) наблюдалось значительное падением сделок M&A (до 30 %), и только 2015 год показал восстановление предкризисных данных в мире. На мировом рынке по итогам 2015 года, сумма сделок возросла на 30 % до 4,3 трлн. долл. при уменьшении количества сделок на 3 % [4]. Что касается российского рынка M&A, то он показывал рост вплоть до 2014 года, но в 2015 году были осуществлены 452 сделки. Это на 10,7 % меньше, чем в 2014 году (506 транзакций), и самый низкий показатель за последние шесть лет[5].

Наблюдается уход иностранных акционеров из российской банковской системы, что связано с низкой доходностью работы на российском рынке в условиях девальвации рубля и сокращения кредитования. За последние шесть лет свои российские дочерние компании продали Santander Consumer Finance, Barclays, Straumborg, Societe Generale, WestLB, группа KBC, GE Money, Приватбанк, группа DNB, DFE, ICICI Bank, Royal Bank of Scotland. Основной причиной являются санкции со стороны США и Европейских стран.

На фоне роста мировых сделок по слияниям и поглощениям и начала «седьмой волны M&A», в российском секторе финансовых услуг, напротив, наблюдается снижение количества сделок (рисунок 1).



Финансовый сектор в России все годы занимал существенную долю в сумме сделок M&A, по данным 2015 года он составляет 11 %, второе место после строительства и девелопмента (15 %), торговля - 10 %, услуги – 9 %, сельское хозяйство – 8 %, ИТ - 7 %, транспорт – 7 %, другие отрасли в сумме занимают 33 %.

В Рейтинге «Топ - 30 сделок M&A с участием российских компаний в 2015 году», можно выделить наиболее крупные сделки в секторе финансов.

Таблица 2. Крупнейшие по стоимости сделки М&А финансового сектора с участием российских компаний в 2015 году[3]

	Объект сделки	Продавцы	Покупатели	Пакет	Стоим, млн. долл.	Формат	Дата
1	Часть активов и обязательств ОАО АКБ «Пробизнесбанк»	Передано в рамках процедуры санации	ПАО «Бинбанк»	Имущ комплекс	376,0	Внутр.	август, 2015
2	ОАО «МДМ Банк»	Сергей Попов	Группа «Бин»	58,33 %	306,6 (оц.)	Внутр.	июнь, 2015
3	ПАО «Банк Уралсиб»	Николай Цветков	Владимир Коган	82 %	302,0 (оц.)	Внутр.	ноябрь, 2015
4	Sberbank Slovensko a.s. (Словакия)	Sberbank Europe AG (ПАО «Сбербанк России»)	Penta Investment Ltd (Словакия)	99,5 %	296,5 (оц.)	Out - in	декабрь, 2015

Таким образом, помимо повышенного контроля со стороны государства, ужесточения требований со стороны центрального банка, активно используется инструмент слияний и поглощений для реструктуризации коммерческих банков.

#### Список использованных источников

1. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2010. – 1338 с.
2. <http://bankirsha.com/kolichestvo-bankov-v-rossii-na-konec-goda-finansovyj-krizis-ustavnoi-kapital-i-chislenost-bankov.html>.
3. Агентство страхования вкладов: <https://faraz.ru/analysis/sanation>
4. Исследования KPMG: <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=8659638>
5. <http://www.akm.ru/rus/ma/stat/2015/12.htm>

© Т.Н. Карлина, А.С.Аксёнова, 2016

#### УДК 33

**А.В. Карцева, Н.А. Чуваткина,**

Студенты 2 - го курса, Экономический факультет

Поволжский государственный университет сервиса Г. Тольятти, Российская Федерация

**Т. Н. Гуськова,**

к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Поволжский государственный университет сервиса, Г. Тольятти, Российская Федерация

#### ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЭКОНОМИКЕ

Современное общество все больше ориентируется на инновационный путь развития, однако инновационность предполагает не только создание ультрасовременных научно - технологических комплексов и наукоградов, призванных стать «точками прорыва», но и

переход на качественно новый уровень менеджмент - технологий, которые в свою очередь требуют наличия адекватной информационной базы.

Специфика статистики как науки и сферы деятельности состоит в том, что она, являясь инструментом и составной частью экономической системы, одновременно с этим находится «в центре» этой системы, в значительной мере определяя ее функционирование.

Зачастую органы власти довольствуются тем, что статистика им может предложить, а не тем, что необходимо для решения поставленных перед ними стратегических и тактических задач экономического развития. Как гениально заметили И. Ильф и Е. Петров: «Статистика знает все... И одного И одного она не знает. Она не знает, сколько в СССР стульев...». Спустя 80 лет по - прежнему при всем обилии и разнообразии статистической информации, разрабатываемой статистическим ведомством, информационные потребности общества удовлетворены не в полной мере.

Герой романа хотел узнать, сколько в стране стульев и где находятся его конкретные двенадцать, а органам власти необходима комплексная информация обо всех социально - экономических процессах, происходящих в сфере компетенции, на конкретной территории. Так, например, в условиях кризиса большой интерес для органов власти в любом регионе представляет информация о его самообеспеченности основными продовольственными товарами (прежде всего, составляющими основу минимального и рационального потребительских бюджетов). Однако оценить состояние сфер производства и обращения (в том числе экспорт - импорт продовольствия) и корректно соотнести их на региональном уровне в настоящее время не представляется возможным, так как номенклатура товаров и единицы измерения (стоимостные или натуральные показатели) в статических наблюдениях, затрагивающих переработку, торговлю и ценообразование, различны.

Безусловно, российская статистика развивается весьма интенсивно и успешно. Однако часто отрасли статистики развиваются несколько обособленно, не учитывая в полной мере общеэкономические задачи, стоящие перед системой статистического учета.

Балансы продовольственных ресурсов (годовые, и особенно квартальные) – типичный тому пример. Аналитики сталкиваются с целым рядом проблем. Все статьи балансов оцениваются в натуральных показателях, и если с производством и производственным потреблением все более или менее понятно, то ежеквартальная разработка сведений об объемах реализации в натуральном выражении не предусмотрена Федеральным планом статистических работ. Произвести оценку «натуры» расчетно, поделив стоимостной объем на цену, как уже отмечалось выше, тоже проблематично. Более того данные, о ввозе и вывозе, имеющие принципиально важное значение для оценки самообеспеченности, фактически являются балансирующими статьями и носят условно – расчетный характер, ставя под сомнение достоверность получаемых данных и о самообеспеченности, и о среднестатистическом потреблении тех или иных продуктов. В этой связи видится необходимым комплексный подход к проектированию бланков форм статистического наблюдения и определению состава входящих в них показателей, учитывая информационные потребности всех направлений статистики. Вполне обоснованным при разработке бланков конкретных форм статнаблюдения видится привлечение ученых в качестве экспертов. Возвращаясь к балансам продовольственных ресурсов, следует заметить, что согласно действующей методологии при однозначности значений показателей производства, остатков на начало периода и иных за счет корректировок других статей возможно

получение оценок среднедушевого потребления (ради которого балансы и разрабатываются), отличающихся друг от друга в разы, причем каждую оценку можно обосновать. Для проведения корректной оценки приходится использовать данные ведомственной отчетности, однако зачастую эти сведения слабо адаптированы под нужды осуществляемых экономических расчетов. Трудно не согласиться, что в течение года среднедушевое потребление – достаточно стабильная величина, а учитывая, что расчет осуществляется нарастающим итогом (то есть практически полностью исключается влияние на личное потребление фактора сезонности), гораздо корректнее отказать от ежеквартальной оценки, ограничившись годовой, проводимой на более полной и достоверной информационной базе.

Существует и ряд других организационно – методологических проблем, требующих решения. Однако задача статистики состоит не только в получении достоверных данных на основе применения научно обоснованной методологии, но и в том, чтобы процесс сбора, обработки и получения сводных итогов был максимально удобен и эффективен, а «обратная связь» с общественностью была понятна и доступна и в конечном итоге способствовала росту доверия к официальной статистической информации.

В этой связи стратегия инновационного развития статистики должна включать три основных направления:

- совершения законодательных и организационно – методологических основ;
- модернизация программно - технических средств и информационно - коммуникационных технологий;
- внедрение в деятельность органов статистики PR – технологий, направленных на популяризацию работы и налаживание «обратной связи».

Нередки ситуации, когда органы статистики располагают всей необходимой информацией во всех необходимых разрезах, однако пользователю эти данные недоступны по причине конфиденциальности. Если на федеральном уровне актуальность этой проблемы не столь велика, то региональные и муниципальные власти испытывают острый информационный дефицит.

Вступивший в силу Федеральный закон от 06.10.2003 №131 - ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» распределил полномочия по уровням власти, однако другой Федеральный закон от 29.11.2007 № 282 - ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации» фактически лишил эти власти (прежде всего, муниципалитеты) необходимой информации для исполнения этих полномочий. Безусловно, органы местного самоуправления вправе сами организовывать собственный учет, тем не менее если Федеральным планом статистических работ предусмотрено и профинансировано получение показателей в разрезе муниципалитетов, то совершенно экономически нецелесообразно и неэффективно организовывать параллельный учет.

Как правило, на уровне муниципальных образований большинство видов экономической деятельности представлены малым и числом крупных и средних хозяйствующих субъектов (1 - 3 единицы), ввиду чего сведения об их деятельности не публикуются. Это приводит к отсутствию данных в разрезе муниципальных образований 1 - го и 2 - го уровней по сельскому хозяйству, промышленности, связи, транспорту и многим другим, значимым для этих территориальных образований видам экономической деятельности. Необоснованно

ограничивая перечень публикуемых данных, остро необходимых для выработки управленческих решений, мы тем самым вынуждаем органы власти создавать альтернативные службы на региональном и уровне для получения необходимой информации в полном объеме по полному кругу хозяйствующих субъектов.

Отдельно следует сказать о малых формах хозяйствования. Нельзя забывать, что в последние годы малый бизнес (без учета результатов деятельности индивидуальных предпринимателей), по оценке, обеспечивает 1 / 10 часть ВРП Орловской области, в центральном федеральном округе этот показатель превышает 1 / 5, по России – 1 / 6 ВВП. Масштабы деятельности предпринимательских структур оказывают заметное влияние на развитие не только мегаполисов, но и небольших территориальных образований, особенно в таких сферах, как торговля и услуги.

Действующее законодательство направлено на стимулирование развития малого предпринимательство, прежде всего через создания системы преференций и льгот, в том числе в виде упрощенной системы предоставления статистической отчетности. Возможно, действительно достаточно ограничиться текущими выборочными обследованиями, однако раз в год необходимо получить сведения по полному кругу форм и полному кругу малых (включая микро) предприятий, иначе невозможно корректно и достоверно отследить и оценить изменения, происходящие с этой гибкой и мобильной категорией хозяйствующих субъектов.

Попытки соответствовать международным стандартам в сфере законодательства привели к ограничению доступа к информации, зачастую необоснованному, исходя из соблюдения принципа конфиденциальности первичных данных по хозяйствующим субъектам. Даже на уровне регионов «закрытыми» являются данные о деятельности естественных монополий (электро - и железнодорожного транспорта, почтовой связи), и не только. «Секретом» для общественности становятся, например, сведения о том, каков парк троллейбусов и какое число пассажиров они перевозят. И власти, и жители районов оказываются «не вправе» знать, сколько больных обслуживает их районная больница, число зрителей единственного в районе Дома культуры или музеей и многое другое.

И это все при том, что указанные показатели характеризуют важнейшие аспекты жизнедеятельности и в конечном итоге качество жизни населения как основной индикатор общественно - экономического развития. В этой связи видится крайне необходимым пересмотр перечня конфиденциальных сведений и ограничения его до круга показателей, свободный доступ к ним реально может нанести урон ведению бизнеса (финансовые результаты, структура затрат, применяемые технологии и т. д.).

Высокая организационно – технологическая сложность задач, решаемых органами статистики, требует совершенствования технологического аспекта информатизации. Развитие ИТ - составляющей статистики должно быть нацелено на решение следующих задач:

- создание единого информационного поля (межведомственное взаимодействие);
- снижение информационной нагрузки на респондентов, прежде всего посредством электронного документооборота;
- максимально возможная автоматизация процессов сбора, обработки и получения выходной информации в целях снижения трудоемкости работ;
- непрерывная модернизация программно - технического комплекса и средств связи.

Развитию полноценного единого информационного пространства и дальнейшей реализации проекта по созданию электронного правительства должны сопутствовать гармонизация и интеграция всех имеющихся информационных ресурсов. В настоящее время крайне разобщены. Практически каждое ведомство разрабатывает свои формы отчетности и аккумулирует довольно большие массивы информации. Существующий межведомственный обмен по ограниченному кругу показателей не позволяет использовать в полной мере этот богатейший информационный потенциал. Ведомства, прикрываясь «закрытостью», не стремятся делиться имеющимися сведениями. При этом следует отметить, что гарантия конфиденциальности содержится лишь на бланках форм, разрабатываемых в недрах системы Росстата.

Фактически в настоящее время имеет место дублирование целого ряда показателей централизованных и децентрализованных формах статнаблюдений. В этой связи при организации приема хозяйствующих объектов первичных данных перспективным видится применение прекрасно зарекомендовавшего себя принципа «одного окна», уже реализованного для других целей. Тем самым удастся реально снизить «отчетную» нагрузку на хозяйствующие субъекты, не сужая при этом круг респондентов.

Если те или иные данные уже представлены хозяйствующим субъектом в некий уполномоченный орган исполнительной власти, то значит, эти данные в полном объеме должны быть доступны и другими органами власти, которым в сфере их компетенции они необходимы.

Предоставление конкретных данных за конкретный период должно быть единовременным и одноразовым в том смысле, что сведения, например о среднесписочной численности на условную дату, должны стать доступными всем заинтересованным структурам исполнительной власти, а не «кочевать» из одной формы в другую, из одного ведомства в другое.

Единая информационная система должна отвечать следующим основным требованиям:

- комплексность информационного обеспечения;
- единая телекоммуникационная среда с динамичной маршрутизацией информационных потоков и разграниченным санкционированным доступом;
- совместимость информационных ресурсов и ПТС;
- координация и взаимодействие заинтересованных структур; - согласованность нормативно – правовой и нормативно – технической базы, а также соответствие их действующему законодательству.

Одним из приоритетных направлений в работе органов статистики в рамках реализации мероприятий, предусмотренных Федеральными целевыми программами «Электронная Россия (2002 - 2010 годы)» в части создания «электронного правительства» и «Развитие государственной статистики России в 2007 - 2011 годах», является внедрение электронного документооборота, то есть переход на безбумажную технологию – предоставление статистической отчетности в электронном виде.

О проблемах, с которыми сопряжена эта работа, сказано не мало. Внедрение «электронного отчета» в большинстве регионов идет крайне тяжело. Следует признать, что все новое, как правило, изначально наталкивается на непонимание и приживается с трудом. Осуществить масштабный переход на новую технологию предоставления отчетности можно двумя путями: либо принуждением (через принятие законодательного акта,

устанавливающего обязательный характер такого порядка, а также меры административного взыскания за его нарушение), либо побуждением (сделав такую форму документооборота привлекательной для предприятия).

В настоящее время мы не можем предложить ни первого, ни второго. Нормативно - правового акта нет, а все попытки привлечь предприятия к «электронному» сотрудничеству носят разрозненный характер. Каждый ТОГС пыгается идти своим путем, изобретая свой «велосипед». Более того, в России функционирует большое число специализированных операторов связи, каждый из которых предлагает предприятию свой программный продукт, свой набор форм, разумеется, за соответствующую плату. Перспектива дополнительных финансовых затрат и сомнительная, на первый взгляд, польза «отпугивания» предприятия.

Существует прослойка бизнесменов новой информации, которые ценят время свое и своих сотрудников и понимают, что за такими технологиями будущее. Для таких руководителей возможность автоматизации отношений с органами исполнительной власти действительно интересна. Однако подобных примеров в нашей инновационной экономике не много. Большинство хозяйствующих субъектов предпочитают просто «держаться на плаву», поэтому руководителей с таким типом психологии нужно заинтересовывать не перспективами, а конкретными выгодами.

На сегодняшний день практически каждое предприятие для ведения бухгалтерского учета использует программу 1С или ее аналоги, то есть вся первичная и бухгалтерская информация формируется и хранится на предприятии в автоматизированном режиме в виде баз данных. В этой связи перспективным видится организация взаимодействия органов статистики с разработчиками программы 1С и других наиболее распространенных программных продуктов на предмет создания новых модулей к ним для автоматического заполнения форм статистического наблюдения. Рассмотренных выше два направления важны, однако все усилия по совершенствованию методологии и внедрению прогрессивных IT - технологий будут бесполезны, если общество не будет доверять официальной статистике. Репутация российской статслужбы должна быть незыблемой, не допускающей сомнений в достоверности статистических данных. Поэтому крайне необходима централизованная эффективная PR - политика по популяризации деятельности органов статистики, разъяснению на бытовательском уровне смысла и порядка формирования наиболее народных показателей (инфляция, реальная заработная плата и др.).

Все непонятное всегда называется сомнение. «Понятная» статистика для непрофессионала равнозначна «честной». Доверие – всегда состояние обоюдное. По мере роста доверия, возможно, со временем и юридические, и физические лица, участвующие в статистическом наблюдении, начнут с большей ответственностью относиться к представлению сведений о себе и своей деятельности в органы статистики, осознавая, что достоверная статистика складывается из правдивых отчетов предприятий и честных ответов на вопросы переписных листов.

#### **Список использованной литературы:**

1. Бессарабов А.М., Квасюк А.В., Кочетыгов А.Л. Системный анализ инновационной деятельности ведущих предприятий химического комплекса (1995 - 2007 гг.) // Теоретические основы химической технологии, 2009.



2. Васильев М.Г. Ситуационный анализ современного состояния и тенденций развития промышленных предприятий химического комплекса России // Актуальные проблемы современной науки. 2005. № 3.

3. Индикаторы инновационной деятельности: 2009. Стат. Сборник. – М.: ГУ - ВШЭ, 2009.

4. Сухарев О.С. Инновации в экономике промышленности. – М.: Изд - во «Высшая школа», 2010.

5. Ягудин С.Ю., Митюшкин А.И., Чернышева В.Н. Развитие инновационной среды на предприятиях химической и нефтехимической промышленности // Нефтепереработка и нефтехимия. 2008. № 9.

© Карцева А.В., Чуваatkina Н.А., 2016

**УДК 339.5**

**Т.А. Кашникова**

студентка 1го курса магистратуры, направление Экономика 38.04.01  
программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики», СПбГЭУ  
г. Санкт - Петербург, Российская Федерация

### **ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ИМПОРТНЫХ ТОВАРОВ**

В статье проанализировано влияние и результат регулярного импорта зарубежных товаров, рассмотрены возникшие проблемы и предложены государственные мероприятия.

Ключевые слова: импорт, товары, качество, контрабанда, сертификация.

В последнее время усугубились проблемы качества и долговечности импортных потребительских товаров. Многие из них не соответствуют санитарным требованиям, экологическим нормам [6,9], параметрам качества, безопасности используемого сырья, материалов, компонентов, что является небезопасным для жизни и здоровья потребителей.

Удивляет то, что Россия, обладая огромными возможностями, долгое время и на протяжении многих лет является крупнейшим импортером во всем мире. К позитивным сторонам можно отнести разнообразный выбор продуктов питания и товаров ежедневного спроса, представленных в российских супермаркетах и магазинах. На стеллажах хранятся разнообразные запасы, необходимые строительные материалов, рабочие инструменты для любого вкуса самых прихотливых потребителей. Диапазон цен на импортные товары очень велик. Нередко продукция наших заводов, фабрик (производителей) стоит дороже, и поэтому грамотные потребители предпочитают зарубежные продукты и товары, выбирая цену, несмотря на плохое качество. Импорт также помогает разрешить проблему снабжения огромной страны жизненно незаменимыми лекарствами и продуктами питания. До тех пор, пока в требуемом, необходимом народу количестве импортируется мясо, молоко, консервы, пшеница, овощи и фрукты, - голод нашей стране не страшен. Но здесь и заканчиваются положительные аспекты и достоинства ввоза зарубежных, необходимых людям товаров в Россию. К сожалению, негативная сложившаяся ситуации с импортом до такой степени значима и небезопасна, что необходимо подвести итоги и разработать долговременную программу для нашей страны.

Одна из основных проблем - качество тех товаров, которые ввозят в Россию. Журналисты часто пишут в своих статьях о международных скандалах. Они связаны с

несоответствием зарубежной продукции Российским утвержденным стандартам и ГОСТам качества.

Проблема №2 – импорт генетически модифицированной продукции в Россию. Известно, что наша страна значится в «черном» списке лидеров стран - импортеров в части продуктов ГМО. Вредные, генетические продукты и промышленное сырье выигрывают по цене в сравнении с теми же продуктами, имеющими нормальное, естественное, натуральное происхождение. Главные (основные) производители таких вредных для человека товаров – Америка, КНР и ЕС. ФАО и ВОЗ (международные организации) официально пока письменно не заявили о безусловной массовой угрозе активов научной генной инженерии, и Россия не имеет права на запрет и недопустимость импорта вредных для человека, подобных товаров. Ограничение возможно и допустимо только в рамках общей национальной политики. Многомиллионная Россия в этой ситуации служит площадкой для испытания недопустимых ГМ - товаров. Широкий ассортимент генетических, просроченных продуктов во всех регионах нашей многонациональной страны очень велик.

На рынке ввоза строительных и продуктовых товаров, помимо перечисленных проблем, кроется еще одна очень неприятная - контрабанда, которая особо остро касается районов, находящихся рядом с границей Украины и Китая. Россия формирует современную систему международных отношений в Азиатско - Тихоокеанском регионе (АТР) [11]. Однако запрещенные товары ввозятся в Россию через посредников. Итогом этого является занижение налоговых обязательств [4,8], нарушение принципа учета и контроля [2,3], в том числе и экономических результатов [1]. Таможенная система РФ не в силах решить такую проблему. В целях обеспечения усиления государственного надзора и контроля, защиты от проникновения на отечественный рынок некачественных товаров и материалов Правительство Российской Федерации разработало ряд мер. Среди них:

- 1) проведение предконтрактной сертификации и разработка экспресс - методов по идентификации продовольственной продукции.

- 2) разработка проекта положения о координации работы по обеспечению качества и безопасности для здоровья населения импортных товаров, поступающих на потребительский рынок;

- 3) ужесточение ежедневного контроля над качеством поступающей продукции;

- 4) принятие мер по укреплению территориальных служб контроля.

При применении некачественных строительных материалов резко ухудшаются показатели отчетности [5] и экологические показатели [7,10]. Для того, чтобы обеспечить потребителей только высококачественными импортными товарами и материалами, необходимо ужесточение таможенного контроля. Государство должно постараться всеми силами защитить своего производителя, разработав для этого соответствующие законы и программы.

### **Список литературы:**

1. Конопляник Т.М., Чепик Н.А., Сергушенкова В.Ю., Мышьякова Л.С., Аудит экономических результатов // Санкт - Петербургский государственный инженерно - экономический университет. Санкт - Петербург, 2007.

2. Конопляник Т.М. Проблемы сближения бухгалтерского и налогового учета с позиции институциональной теории // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2013. № 6 (65). С. 85 - 89.

3. Конопляник Т.М., Сергушенкова В.Ю., Соблюдение принципов и правил бухгалтерского учета и контроля как основа учета обязательств производственными компаниями // Экономика и предпринимательство. 2015. №9 - 1(62 - 1). С.620 - 624.

4. Коноплянник Т.М., Налогообложение и учет расчетов с бюджетом: учебник / Т.М. Коноплянник, В.Ю. Сергушенкова. - СПб.: Изд-во СПбГИЭУ, 2015. - 320 с.

5. Коноплянник Т.М., Оптимизация управленческой отчетности для целей контроллинга // В мире научных открытий. 2013. № 4.1 (40). С. 282 - 296.

6. Николаенко А.В. Платежи за использование природных ресурсов: зарубежный опыт // Бухгалтерский учет, анализ и аудит: история, современность и перспективы развития материалы VIII междунар. науч. конф. студ., асп., преп. д - р экон. наук, проф. Н. А. Каморджанова. Санкт - Петербург, 2014. - С. 109 - 110.

7. Николаенко А.В. Проблемы экологического учета в России // Новая экономика России: наука и образование. Тезисы докладов Всероссийской научно - практической конференции. - 2014. - С. 231 - 235.

8. Николаенко А.В. Учет налогов и платежей за пользование природными ресурсами // В книге: Налогообложение и учет расчетов с бюджетом, Коноплянник Т.М., Сергушенкова В.Ю., УЧЕБНИК. Санкт - Петербург, 2015. - С. 198 - 219.

9. Nikolaenko A.V. Methodological Aspects of the Ecological Accounting // Государство и бизнес: социально - экономическая ответственность в условиях глобализации. Материалы III Международной межвузовской научно - практической конференции студентов магистратуры. Редколлегия: Максимцев И.А., и др. Санкт - Петербург, 2014. - С. 269 - 273.

10. Nikolaenko A.V. Problem Aspects of Ecological Audit // Россия в новых социально - экономических и политических реалиях: проблемы и перспективы развития. Материалы IV Международной межвузовской научно - практической конференции. Санкт - Петербургский государственный экономический университет; под ред. Т.Г. Тумаровой, Н.М. Фомичевой, И.И. Добросердовой. Санкт - Петербург, 2015. - С. 262 - 266

11. Николаенко А.В. Россия в современной системе международных отношений Азиатско - Тихоокеанского региона // Санкт - Петербург, 2013.

© Т.А.Кашникова, 2016.

**УДК33**

**М.И.Китиева**

к.э.н., доцент каф. экономики, Ингушский государственный университет

**М.А.Орцханова**

к.э.н., доцент, зав. каф. экономики, Ингушский государственный университет

**М.У.Кодзоев**

к.э.н., доцент каф. экономики, Ингушский государственный университет

## **АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ В РЕГИОНЕ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ИНГУШЕТИЯ**

### ***Аннотация***

*В работе рассмотрены важные аспекты экономики туризма как части социально - экономического комплекса, особенности функционирования хозяйственного механизма в сфере туризма и основные условия, факторы формирования и развития туризма в регионе. Также исследованы факторы развития малых гостиниц в регионе, проведен анализ основных проблем и выявлены перспективы развития гостиничной индустрии.*

***Ключевые слова:*** туризм, комплекс, перспективы

Туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира. В настоящее время, он превратился в индустрию международного масштаба, занимающую по доходам третье место среди крупнейших экспортных отраслей экономики, уступая лишь нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению. Туризм по праву считается одним из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей экономики, являясь активным источником поступлений иностранной валюты и оказывает влияние на платежный баланс страны. Помимо влияния на экономику многих стран, международный туризм воздействует на их социальную, культурную и экологическую среду.

Поэтому неслучайно, что интерес к этой деятельности возрастает с каждым годом, вовлекая в нее практически все страны мира, в том числе и Россию.

Республика Ингушетия сегодня - это перспективная территория для выгодных инвестиций в туристскую индустрию: сформировано законодательство, которое защищает и гарантирует права инвесторов, обеспечивает им предоставление налоговых льгот, гарантий администрации республики и других форм государственной поддержки, создаются благоприятные условия пользования землей.

Для региона развитие туризма особенно важно, т.к. данная отрасль является благоприятной средой для функционирования предприятий малого бизнеса, способных развиваться без значительных бюджетных ассигнований, и перспективна для привлечения иностранных инвестиций в широких масштабах и в короткие сроки. Туристический бизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и т.д.

Данный бизнес привлекает предпринимателей по многим причинам: небольшие стартовые инвестиции, растущий спрос на туристские услуги, высокий уровень рентабельности и минимальный срок окупаемости затрат.

В республике разрабатываются государственные программы стимулирования туризма, предусматривающие льготы в налогообложении, упрощение погранично - таможенного режима, создание благоприятных условий для инвестиций, увеличение бюджетных ассигнований и развитие инфраструктуры, рекламу на зарубежных рынках, подготовку кадров и т.д.

Сегодняшнее состояние туристической отрасли в Ингушетии можно определить как не сформированное. Не секрет, что нынешний тур бизнес существует как «полутеневой», с нечеткими правилами взаимодействий как между профессиональными участниками туррынка, так и с государством.

Анализ современного состояния туризма в регионе указывает на недостаточный уровень его развития, как по качественным, так и по количественным характеристикам.

Основными факторами, сдерживающими развитие туризма, в настоящее время являются:

- образ Ингушетии как региона, неблагоприятного для туризма, создаваемый отдельными средствами массовой информации;
- неразвитая туристическая инфраструктура, значительный моральный и физический износ существующей материальной базы, малое количество гостиничных средств размещения туристского класса с современным уровнем комфорта;

- отсутствие практики создания благоприятных условий для инвестиций в средства размещения туристов и иную туристическую инфраструктуру;

- невысокое качество обслуживания во всех секторах туристической индустрии из-за низкого уровня подготовки кадров и отсутствия опыта работы в условиях рыночной экономики, в том числе вследствие длительного периода эксплуатации курортно-туристских средств размещения через систему социального страхования.

Республика Ингушетия, щедро одаренная природными красотами и древними памятниками, практически не представлена на международном и российском туристском рынке. Вместе с тем здесь имеются все необходимые условия для развития экологического, экстремального, культурно-познавательного и других видов туризма. В настоящее время территория горной Ингушетии, предлагаемая к возможному рекреационному использованию, составляет 28 640 га, что позволяет разместить здесь одновременно до 28 тысяч организованных туристов при соблюдении норм рекреационных нагрузок, не подвергая экологической опасности существующие ландшафты.

Для развития туристской деятельности в Республике Ингушетия имеются следующие объекты туризма:

- объекты экскурсионного туризма (Джейрахско - Ассинский государственный заповедник, музеи, исторические и архитектурные памятники, места паломничества и другие объекты);

- объекты экологического туризма (памятники природы Государственного - природного заповедника "Эрзи" и заказника "Ингушский");

- объекты лечебно-оздоровительного и спортивно-оздоровительного туризма (ЛЮК "Армхи", ДОЛ "Эрзи", РДО "Мужичи");

- объекты спортивного и приключенческого туризма, охоты и рыбной ловли (реки Асса и Армхи, заповедник, горнолыжная трасса "Армхи");

- объекты религиозного туризма (старинные и строящиеся мечети, места паломничества верующих, древнейший храм раннего христианства "Тхаба - Ерды").

Анализ материальной базы туризма республики показывает, что существующие учреждения туризма отличаются недостаточной комфортностью, а достопримечательные места не готовы к показу. Необходимо проведение работ по восстановлению и реставрации памятников средневековой архитектуры. Предстоит создание туристской инфраструктуры, строительство горнолыжных курортов, гостиниц, туристических баз, подготовка кадров, развитие сети средств размещения и их классификация, изучение и определение туристско-рекреационных зон, разработка новых маршрутов и решение многих других задач.

Основными задачами развития туризма в Ингушетии являются:

- формирование современной маркетинговой стратегии продвижения туристического продукта на внутреннем и международном рынках. в

- совершенствование системы государственного регулирования и нормативно-правовой базы для развития туризма в Республике Ингушетия;

- изучение и оценка туристского потенциала и рекреационных возможностей Республики Ингушетия;

- создание современного туристского рынка;

- стимулирование развития культурно-познавательного туризма;

- создание условий для развития горнолыжных видов туризма путем использования формы государственно - частного партнерства и привлечения отечественных и иностранных инвестиций;

- разработка мероприятий, обеспечивающих безопасность в сфере туризма;

- создание современной системы информационного и научно - методического обеспечения туристской деятельности;

- создание современной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристских кадров;

- поддержка развития предпринимательства в сфере туризма.

Программный метод решения проблем позволит:

- повысить качество обслуживания российских и иностранных туристов, в том числе туристов с ограниченными физическими возможностями, а также разных категорий и социального положения;

- развить разные виды туризма в Республике Ингушетия;

- развить инфраструктуру туризма;

- укрепить физическое и психическое здоровье молодежи, повысить мотивацию молодых людей к здоровому образу жизни;

- снизить уровень безработицы путем обеспечения временной и сезонной занятости населения, увеличения числа рабочих мест.

Формирование туристского комплекса будет способствовать развитию таких секторов экономики, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления, создаст широкие возможности для развития мелкого и среднего предпринимательства.

### **Литература**

1. Борисов Ю.Н. Маркетинг в туризме – М.: 1996.

2. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003.

3. Программа Республики Ингушетия "Развитие туризма в Республике Ингушетия на 2014 - 2016 годы".

3. Статистика туризма. <http://www.doni.org/stat>

© М.И.Китиева, М.А.Орцханова, М.У.Кодзоев, 2016

**УДК 330.131.7**

**Р.В. Клюев**

старший преподаватель кафедры экономики  
филиала ФГБОУ ВО «Самарский государственный  
технический университет» в г. Сызрани

## **ВНУТРЕННИЕ И ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РИСКА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Внешние факторы оказывают значительное влияние на общий профиль риска хозяйствующего субъекта и подразделяются на социально - экономические, научно - технические, политические и экологические. Остановимся на рассмотрении факторов, обусловленных развитием научно - технического прогресса, как наиболее значимых. Речь

пойдет о факторах риска, вызванных инновационной активностью конкурентов, которые могут представлять определенную угрозу деятельности конкретного предприятия. К примеру, внедрение в производство конкурентами новых технологий изготовления продукции, снижающих производственные издержки, позволит им получить ценовое преимущество в конкурентной борьбе [1]. Такую же опасность представляет применение достижений НТП для выпуска товаров - заменителей.

Среди факторов риска особое место занимает также промышленный шпионаж [2], так как уязвимость любого подразделения предприятия предопределяется тем объемом информации, которое находится в его распоряжении [3]. Эта информация представляет особую ценность для хозяйствующего субъекта, поэтому нуждается в защите. Утечка информации из какого - либо структурного звена негативно отражается на экономической безопасности предприятия в целом [4, 5]. Современное развитие научно - технического прогресса открывает такие возможности (порча баз данных, использование некорректной информации и т.д.) [6].

Внутренние факторы риска определяются оперативной деятельностью предприятия, которую принято делить на производственную и непроизводственную. Самыми распространенными факторами риска в основной производственной сфере деятельности предприятия являются поломки и внеплановые переналадки оборудования, различные аварии на производстве, низкая производственная дисциплина и т.д. [9]

Отрицательные последствия производственных аварий и различных несчастных случаев отражаются на ухудшении социально - психологического климата в коллективе, имиджа предприятия со стороны внешней среды [7, 8]. Все это может увеличивать явные и неявные потери хозяйствующего субъекта. Другими распространенными опасностями являются различные виды хищения товарно - материальных ценностей, поломка оборудования вследствие беспричинного вандализма и т.д.

Факторы риска также могут возникать и во вспомогательной сфере деятельности предприятия и быть связанными с перебоями электроснабжения, удлинением запланированных сроков ремонта оборудования, неэффективной работой инструментального хозяйства и другими причинами [11].

В деятельности обслуживания производственных процессов факторы риска могут быть вызваны сбоями в работе ремонтных, транспортных, складских подразделений предприятия, информационно - вычислительного центра и др. Риск характерен не только использованию имущества и трудовых ресурсов, но и интеллектуальной собственности предприятия [10] (например, невысокий уровень патентной защищенности продукции и технологии ее изготовления, промышленный шпионаж и пр.).

В сфере обращения предприятие подвержено таким факторам риска, как нарушение сроков поставки сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих; необоснованный отказ клиента произвести оплату полученной продукции вследствие различных причин.

В основе стратегического планирования лежит формулировка целевых ориентиров предприятия. В случае неправильной трактовки целей функционирования предприятия все последующие этапы разработки стратегии будут необоснованны [12].

Фактор риска ошибочной оценки экономического потенциала может быть определен высокой вероятностью погрешности исходных данных о технико - технологическом и производственном потенциале предприятия из - за возможной неадекватности

используемого метода диагностики, отсутствия или игнорирования информации о предстоящем в промышленности научно - технологическом скачке [13, 14]. Таким образом, не зависимо от уровня принимаемых управленческих решений, возможно присутствие как внешних, так и внутренних факторов риска. В целях эффективной реализации стратегических решений роль внешних факторов более значима, чем для тактических или оперативных, поэтому идентификация и анализ факторов риска является наиболее важной задачей экономического анализа деятельности предприятия на сегодняшний день.

### Список использованной литературы

1. Бубнов Ю.Т., Карсунцева О.В. Оценка и формирование совокупного потенциала промышленного предприятия как условие его конкурентоспособности. - Самара: Самарский государственный экономический университет, 2007. - 212 с.
2. Жабин А.П., Грабоздин Ю.П. Роль и значение использования маркетинговых инструментов в сфере консультационных услуг // Вестник Самарского муниципального института управления. 2014. № 2 (29). - С. 42 - 49.
3. Грабоздин Ю.П. Анализ методов ценообразования на консультационные услуги и форм оплаты работы консультанта // Вестник Самарского муниципального института управления. 2014. № 3(30). С. 117 - 125.
4. Грабоздин Ю.П. Методика мониторинга ценностного восприятия клиентами консультационных услуг // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 9 (119). С. 53 - 57.
5. Грабоздин Ю.П. Методические основы оценки качества консультационных услуг // Интеллект. Инновации. Инвестиции, 2014. № 3. С. 14 - 19.
6. Грабоздин Ю.П. Система взаимосвязанных показателей управления качеством консультационных услуг // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2014. № 5(37). С. 39 - 42.
7. Грабоздин Ю.П. Сущность и специфика консультационных услуг // Вестник Самарского муниципального института управления. 2014. № 2(29). - С. 74 - 80.
8. Грабоздин Ю.П. Организация информационного сопровождения в деятельности консультационных компаний // в сборнике: Экономические науки: теоретический и практический взгляд: сб. статей Междунар. науч. - практ. конф., 8 авг. 2014 г. - Уфа, 2014. - С. 11 - 14.
9. Карсунцева О.В. Организационно - экономическая модель повышения эффективности производственно - хозяйственной деятельности предприятия // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2014. № 1 (27). С. 122 - 126.
10. Карсунцева О.В. Оценка производственного потенциала машиностроительного предприятия // Сибирская финансовая школа. 2013. № 1 (96). С. 88 - 96.
11. Карсунцева О.В. Многомерный факторный анализ как метод оценки производственного потенциала // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2013. № 2 (28). С. 140 - 147.
12. Карсунцева О.В. Влияние инновационного потенциала на конкурентоспособность промышленного предприятия // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2009. № 2. С. 53 - 59.



13. Карсунцева О.В. Сущность понятия и подходы к формированию экономического потенциала // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2011. № 17. С. 155 - 158.

14. Карсунцева О.В. Основные понятия и подходы к исследованию производственного потенциала предприятия // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2012. № 16. С. 134 - 140.

© Р.В. Клоев 2016

**УДК 339.972**

**М.Ф. Кобылатова**

к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет и налогообложение»  
Северо - Кавказский федеральный университет

**А.Е. Плужников**

студент 4 курса Института экономики и управления  
Северо - Кавказский федеральный университет  
г. Ставрополь, Российская Федерация

## **РОЛЬ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ В ПРОЦЕССЕ ПЕРЕХОДА К ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

В настоящее время систему налогового администрирования в Российской Федерации нельзя назвать совершенной. Основные цели и задачи, такие как снижение налогового бремени, упрощение налоговой системы, устранение противоречий законодательства и повышение собираемости налогов на практике реализуются низкими темпами. Мы считаем, что в первую очередь это связано с адаптацией иностранного опыта под условия отечественно рынка. Однако формирование налоговой политики в области налогового администрирования обязательно должно учитывать специфические особенности развития российской экономики.

В современных условиях, основным направлением совершенствования налоговой системы Российской Федерации является ее трансформация в механизм, который будет основой для модернизации экономики страны. Необходимость изменения налоговой системы продиктована разработанной Правительством Российской Федерации программой социально - экономического развития страны на период до 2020 года, основой которой является переход к инновационному развитию. По мнению многих авторов, качественное изменение любой системы требует большего количества ресурсов, чем было необходимо для функционирования прошлой системы. Исходя из этого, переход экономики на инновационный путь развития диктует необходимость повышения эффективности функционирования государственного аппарата. [1]

Особенно остро стоит вопрос оптимизации работы налоговых органов, так как с одной стороны они играют ведущую роль в формировании бюджета страны, но в тоже время требуют существенных государственных расходов на обеспечение своей

деятельности. Так, например, нерационально организованная структура налоговых органов ведет к значительному повышению затрат на содержание, требует больших усилий для координации действий между органами различных уровней, что в общем итоге снижает эффективность всей налоговой системы. Результатом этого является уменьшение доходной части бюджета страны, так как он более чем на 80 % состоит из налоговых поступлений. Отсюда можно сделать вывод, что выявление инструментов для снижения административных расходов посредством оптимизации структуры организации налоговых органов позволит, во - первых, экономить бюджетные средства, а во - вторых, создать более удобные организационные условия для самих налогоплательщиков, что косвенно влияет на уровень собираемости налогов. [2, с. 95]

Ко второму шагу для повышения эффективности деятельности налоговых органов следует отнести мероприятия по качественному изменению реализации контрольной функции налоговых органов. Анализируя зарубежный опыт развитых стран, можно сказать, что результативность реализации контрольной деятельности проявляется в создании качественной системы отбора налогоплательщиков для проведения контрольных мероприятий. Более избирательный подход позволяет определить наилучшие направления реализации ресурсного потенциала, повысить эффективность налоговых проверок в условиях минимизации расходов, а также результативность форм и методов налоговых проверок, показателей оценки деятельности налоговых инспекторов для оптимального распределения нагрузки при планировании контрольной работы. [3, с. 177] При этом большое внимание следует уделять использованию информационных технологий при предварительном анализе финансового состояния налогоплательщиков, разработке автоматизированных систем, обеспечивающих получение информации о налогоплательщиках по запросам уполномоченных организаций и контроль уплаты отдельных налогов.

На наш взгляд, используя инструменты повышения эффективности деятельности налоговых органов, а также сокращая расходы на административное управление ими, посредством оптимизации структурной организации, можно добиться положительных результатов на пути к инновационной экономике.

### **Список литературы:**

1. Джамурзаев Ю.Д. Концепция формирования эффективного налогового администрирования в национальной налоговой системе: автореф. дис. ... д - ра экон. наук. Орел, 2012.

2. Куц Е.Н. Основные направления совершенствования налоговой политики РФ в сфере косвенного налогообложения // Налоговая политика РФ на современном этапе: проблемы разных уровней Материалы Всероссийской научно - практической конференции. Махачкала – 2015. – С.93 - 99.

3. Куц Е.Н. Совершенствование налоговой политики на современном этапе // Новая наука: Проблемы и перспективы. – 2015. №4(4) – С.175 - 179.

© М.Ф. Кобылатова, А.Е. Плужников, 2016

## **НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА**

Налоговая политика государства представляет собой комплекс правовых решений органов власти и управления, которые обеспечивают целенаправленное и эффективное применение налоговых законов. Задачей налоговой политики является формирование решений таким образом, чтобы они с одной стороны стимулировали экономику государства, а с другой обеспечили бы выполнение обязательств перед населением.

Налоговая политика имеет множество формы, но большинство экономистов выделяют три основные [1, с. 176]:

1) политика максимальных налогов, суть которой заключается в повышении налоговых ставок и сокращение налоговых льгот, призвана увеличить налоговые поступления, но, вместе с тем, может сократить количество хозяйствующих субъектов;

б) политика экономического развития – снижает налоговую нагрузку на организации, что стимулирует предпринимательскую активность, но ведет к уменьшению объема налоговых доходов государственного бюджета;

в) «смешанная» политика, является сочетанием выше указанных форм и заключается в обеспечении достаточно высокого уровень налоговых поступлений и при этом налоговая нагрузка на хозяйствующие субъекты не так велика, как при политике максимальных налогов.

Экономические задачи, которое государство способно обеспечить при помощи налогов, можно поделить на два вида. К первому виду относится реализация таких задач, как наращивание производства товаров, выход на новые зарубежные рынки, рост предпринимательской активности. При таком пути развития сохраняется предельный уровень налоговых изъятий, предоставляются инвестиционные льготы, государство ограничивает вмешательство в хозяйственную деятельность. Решение данных задач ведет к стабильности национальной валюты, возрастает экспорт труда, сокращается рост внешнего долга, но при этом сокращаются социальные льготы и гарантии. Подобную политику проводят страны, которые стремятся обеспечить интенсивный рост экономики [2, с. 95].

Второй вид задач связан с поддержанием потребительского спроса, экспансии финансового капитала, обеспечением занятости, сокращением неравенства в распределении доходов. Для решения указанных задач используются высокие налоговые ставки, устраняются налоговые препятствия для передвижения капиталов. Данная стратегия характерна для развитых государств, которые

ориентируются на укрепление конкурентоспособности национальной экономики и обеспечение высоких социальных гарантий.

Направления налоговой политики определяются каждый год, в зависимости от того, какие задачи обеспечивает государство.

На официальном сайте Минфина РФ приведены изменения в Налоговом кодексе РФ, вступившие в силу в 2016 году. Основными изменениями и дополнениями являются [3]:

- больше компаний могут применять заявительный порядок возмещения НДС, не подавая гарантию;
- для подтверждения нулевой ставки НДС контрактом признаются один или несколько документов;
- изменится порядок учета процентов по долговым обязательствам;
- изменится порядок определения налоговой базы по операциям с ценными бумагами и порядок учета убытков от таких операций;
- будут установлены условия и порядок предоставления отсрочки (рассрочки) по уплате страховых взносов, пеней и штрафов;
- изменение правил исчисления и уплаты отдельных налогов;

Если проанализировать изменения Налогового кодекса РФ с 2016 года, то мы можем сделать вывод о том, что налоговая политика государства направлена на улучшение и упрощение отношений между налогоплательщиком и ФНС. Формируется понятная и доступная практика процесса налогового учета, но вместе с тем, как мы думаем, увеличатся расходы налогоплательщика связанные с его обязанностью отвечать на запрос налоговых инспекторов, у которых расширяются права на запросы документов и информации.

У налоговых инспекторов появляются новые возможности и дополнительные инструменты для анализа и изучения данных, компании, в которых не налажен документооборот, сомнительные поставщики и операции, вынуждены будут налаживать учет своих операций, сотрудничать с «чистыми» поставщиками. Компании с реальным бизнесом, качественным документооборотом и учетом не пострадают от нововведений. Можно сделать вывод, что, в конечном счете, это приведет к открытости экономики, сокращению теневого бизнеса и увеличению налоговых поступлений в бюджет.

### **Список использованной литературы:**

1. Куц Е.Н. Совершенствование налоговой политики на современном этапе // Новая наука: Проблемы и перспективы. – 2015. №4(4) – С.175 - 179.
2. Куц Е.Н. Основные направления совершенствования налоговой политики РФ в сфере косвенного налогообложения // Налоговая политика РФ на современном этапе: проблемы разных уровней Материалы Всероссийской научно - практической конференции. Махачкала – 2015. – С.93 - 99.
3. Сайт Министерства Финансов РФ [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.minfin.ru/ru/>

© М.Ф. Кобылатова, Р.А. Хачиров, 2016

### ЗНАЧЕНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В трансформационный период российской экономики многие предприятия столкнулись в силу объективных и субъективных причин с проблемами финансово - хозяйственной деятельности, оказались неплатежеспособными. В 2013 году в арбитражные суды Российской Федерации поступило 31 921 заявление о признании должников банкротами, а в 2014 году количество поступивших заявлений увеличилось на 32 % и составило 41 995 [1]. В Арбитражный суд Пермского края в 2014 году поступило 579 заявлений по делам о несостоятельности, что на 8,4 % больше чем в 2013 году (534 заявления) [2]. В этой связи, задачей предприятий становится заблаговременное применение мер антикризисного управления. Повышению эффективности деятельности предприятий промышленности может способствовать применение современного методического обеспечения антикризисного управления, позволяющего выявить резервы в работе предприятий и скорректировать механизм управления. Автором было разработано методическое обеспечение антикризисного управления, центральное место в котором занимает методический инструментарий по оценке эффективности антикризисного управления предприятием, на основе уточненной системы критериев и показателей [3]. Методика позволяет оценить качество управления через механизм аналитико - экспертной балльной оценки.

Металлургия – была и остается ведущей отраслью промышленности в Пермском крае. В ходе исследования предприятий отрасли, был проведен анализ эффективности управления для некоторых предприятий по авторской методике, в частности, оценивалась эффективность финансово - хозяйственной деятельности предприятий ОАО «Нытва», ОАО «ЧМЗ», ОАО «ЛМЗ», ОАО «ПМЦЗ» за 2014 год. Результаты оценки представлены в Таблице 1. Финансово - хозяйственная деятельность рассматриваемых предприятий, судя по полученным значениям малоэффективна.

**Таблица 1 – Итоговая оценка эффективности финансово - хозяйственной  
деятельности металлургических предприятий Пермского края в 2014 году**

Предприятие	Итоговая оценка эффективности финансово - хозяйственной деятельности в 2014 году, в баллах от 1
ОАО «Лысьвенский металлургический завод»	0,43
ОАО «Нытва» (Нытвенский металлургический завод)	0,46

ОАО «Пашийский металлургическо - цементный завод»	0,58
ОАО «Чусовской металлургический завод»	0,37

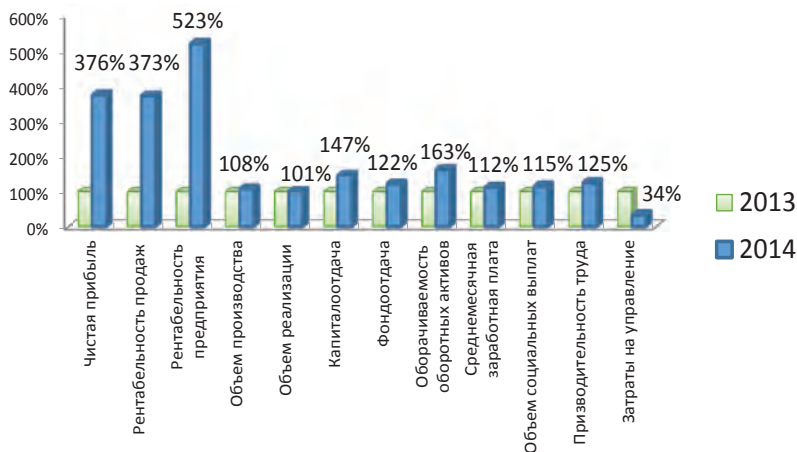
Можно сказать о сложном положении дел в отрасли, наличии кризиса и неспособности хозяйствующих субъектов противостоять экономической действительности. Причиной столь низких оценок, отрицательных результатов хозяйственной и управленческой деятельности служит ряд имеющихся проблем в деятельности рассматриваемых предприятий: отсутствие системы мониторинга факторов внешней среды и хозяйственной деятельности предприятия; отсутствие документированной стратегии развития и системы планирования, соответствующих текущей рыночной ситуации; отсутствие сбытовой и маркетинговой стратегии; высокий износ основных фондов и отсутствие финансирования для их замены; нехватка собственных средств; отсутствие обоснованной инвестиционной политики; отсутствие механизма адаптации предприятия (в т.ч. организационной структуры) к изменению условий деятельности; высокие затраты на управление; низкая инновационная активность; отсутствие механизма постоянной диагностики и мониторинга эффективности существующего механизма управления и др.

Более подробно рассмотрим деятельность ОАО «Льсывенский завод эмалированной посуды» – старейшего металлургического предприятия Урала, расположенное в г. Лысьва Пермского края. Проведенный анализ эффективности антикризисного управления предприятием ОАО «ЛЗЭП» в 2013 году по авторской методике, до внедрения усовершенствованного механизма антикризисного управления показал низкую эффективность антикризисных мер, так как итоговая балльная оценка составила 3,221. В то время как в 2014 году, за счет грамотных действий руководства предприятия и при внедрении разработанного автором методического обеспечения антикризисного управления, уровень эффективности управленческих мер вырос до 4,264 (Таблица 2).

**Таблица 2 – Итоговая оценка эффективности антикризисного управления предприятием ОАО «ЛЗЭП» за 2013 - 2014 годы**

	Критерий эффективности	Максимальное значение	2013	2014
I	Результативность и финансовая эффективность	1,0	0,43	0,79
II	Устойчивость и адаптивность	1,0	0,736	0,934
III	Инновативность и инновационная эффективность	1,0	0,85	0,80
IV	Рациональность организационной структуры, управляемость и социальная эффективность	1,0	0,78	0,99
V	Эффективность управления и его экономичность	1,0	0,425	0,75
	Итоговая оценка эффективности антикризисного управления (ОЭ <sub>АУ</sub> )	5,0	<b>3,221</b>	<b>4,264</b>

За 2014 год за счет реализации на предприятии новой антикризисной стратегии и ряда мероприятий, включающих оценку эффективности антикризисного управления предприятием; глобальную диагностику финансово - хозяйственной деятельности предприятия за 2005 - 2014 годы; детальный анализ внутренней среды предприятия; маркетинговой исследование рынка, организованное группой компаний «StepByStep», г. Москва; корректировку организационной структуры, реинжиниринг бизнес - процессов предприятия; а также благодаря профессиональным действиям руководства предприятия, улучшились основные экономические показатели деятельности хозяйствующего субъекта (Рисунок 1). Произошло увеличение выручки от реализации продукции и как следствие чистой прибыли предприятия более чем в 3 раза от уровня 2013 года, что составило 72 071 тыс. руб. Рентабельность продаж за 2014 год составила 5,6 % (по сравнению с 1,5 % в 2013 году).



**Рисунок 1 – Основные экономические показатели деятельности ОАО «ЛЭП» за 2013 - 2014 г.г.**

Таким образом, методическое обеспечение, разработанное автором получило высокую оценку в менеджменте предприятия, поскольку позволило выявить резервы в работе механизма антикризисного управления, поднять эффективность управления на новый уровень, усилить позиции предприятия в конкурентной среде.

#### **Список использованной литературы:**

1. Отчет о работе арбитражных судов субъектов Российской Федерации по делам о банкротстве // Судебный департамент при Верховном Суде Российской Федерации. URL: <http://www.cdep.ru/index.php?id=79&item=2885>
2. Отчет о работе арбитражного суда Пермского края 2010 - 2014 год // Сайт арбитражного суда Пермского края URL: [http://perm.arbitr.ru/about/work\\_report](http://perm.arbitr.ru/about/work_report)

3. Кондратьева К.В. Проблемы и критерии оценки эффективности механизма антикризисного управления на промышленных предприятиях. // Журнал экономической теории. г. Екатеринбург. 2015. № 1. С. 165 - 169

© К.В. Кондратьева, 2016

УДК 336.221.26

**В. Л. Котов**

студент 6 курса

ТЭИ СФУ

г. Красноярск, Российская Федерация

### **СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ МАЛЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ**

Общепризнано, что через регулирующую функцию налогов возможно оказать мощное влияние, как стимулирующее так и дестимулирующие [7, 18], на экономические процессы страны, региона или отрасли в целом, так и предпринимательскую деятельность каждого хозяйствующего субъекта в частности.

Хозяйствующие субъекты нашей страны, исходя из масштабов, разделяют на микро, малые, средние и крупные. Идентификация осуществляется согласно критериям, представленным в таблице 1.

Таблица 1 – Критерии отнесения организаций к субъектам малого предпринимательства

Признак	Микропредприятие	Малое предприятие	Среднее предприятие
Доля внешнего участия в капитале не должна превышать 25 % .			
Ограничение по средней численности работников за год	15 работников	100 работников	250 работников
Ограничение по выручке (за предшествующий год, без учета НДС)	120 млн. рублей	800 млн. рублей	2000 млн. рублей

Составлено по [1]

Многолетняя государственная концепция в отношении субъектов малого и среднего бизнеса направлена на стимулирование развитие преимущественно через налоговые преференции, основными из которых являются специальные налоговые режимы, дающие возможность субъектам малого и среднего бизнеса взаимодействовать с налоговыми органами в упрощенном режиме [8, с. 96], делая предпринимательскую деятельность более привлекательной. Однако, практически в каждом исследовании, посвященном проблемам малого бизнеса, высокий уровень налоговой нагрузки указывается как приоритетно тормозящий развитие малого бизнеса у нас в стране [13, с. 76 - 103].



В этой связи видится актуальным предметное рассмотрение существующих налоговых режимов, предлагаемых российским законодательством, что определяет цель данной работы.

Инновационный подход в управлении субъектами малого бизнеса требует проработки финансовой политики, основными (узловыми) элементами которой является учетная и налоговая политики [6, с.190]. Если учетную политику преимущественно принято рассматривать в контексте микроэкономического подхода, то налоговая политика обычно исследуется с точки зрения концепции государства в целом, хотя в отношении субъектов малого бизнеса именно разработка налоговой политики на уровне хозяйствующего субъекта, на наш взгляд, принесет максимальный эффект в развитии деятельности предприятия в целом.

Типология видов налоговой политики, на сегодняшний день включает в себя пять видов: эффективную, консервативную, пассивную, умеренно - агрессивную, агрессивную [4, с. 44 - 45]. Одной из основных характеристик, позволяющих идентифицировать налоговую политику, именно по отношению к малому предприятию, является выбранный налоговый режим. Помимо этого, важность выбранного налогового режима обозначается и при комплексном анализе и диагностике финансово - хозяйственной деятельности малого предприятия [3], при экспресс - анализе результатов деятельности малого предприятия [17], при оценке стоимости бизнеса [12], при анализе развития системных кризисов малых предприятий [5]. Так же, выбранный налоговый режим определяет специфику учебного процесса малого предприятия, влияя на формирование показатели бухгалтерской (финансовой) и налоговой отчетности, что следует учитывать при ее «чтении» [20, с. 137 - 138] для формирования представления о текущей ситуации и принятии управленческого решения как тактического так и стратегического характера, в том числе основанных на налоговых расчетах [14; 15; 16].

Действующим законодательством предусмотрено семь налоговых режимов (налоговых систем): общий (ОС); упрощенная система (УСН); система предполагающая уплату единого налога на вмененный доход (ЕНВД); патентная система налогообложения; система, предполагающая уплату единого сельскохозяйственного налога; налог на игорный бизнес; соглашение о разделе продукции [9, с.125]. В качестве основных для малых предприятий ученые [2, 10, 11, 19] выделяют три, характеристика которых представлена в таблице 2.

Таблица 2 - Характеристика основных налоговых режимов малых предприятий

<b>Обязанности</b>	<b>ОС</b>	<b>УСН</b>	<b>ЕНВД</b>
<b>по уплате налогов</b>			
Налог на добавленную стоимость	Да	Нет	Нет
Налог на прибыль организаций	Да	Нет	Нет
Налог на имущество организаций	Да	Нет	Нет
Имущественные и иные налоги	Да	Да	Да
Налоговый агент по НДФЛ	Да	Да	Да
Страховые взносы во внебюджетные фонды	Да	Да	Да
<i>по организации и ведению учета</i>			
Обязанность по ведению бухгалтерского учета	Да	Да	Да

Обязанность по ведению налогового учета	Да	Да	Нет
<i>допустимость комбинации с другими режимами</i>			
ОС	х	нет	да
УСН	нет	х	да
ЕНВД	да	да	х

Таким образом, основные налоговые режимы предполагают снижение налогового бремени на малые предприятия по сравнению с другими хозяйствующими субъектами. Такая возможность выбора между налоговыми режимами и вариантами их комбинаций требует от менеджмента малого предприятия проведения ряда налоговых расчетов [15; 19] позволяющих осуществить выбор налогового режима наиболее «выгодного» с точки зрения величины суммы абсолютных и относительных затрат на налоговые платежи, а так же трудозатрат на организацию учетного процесса и отчетности и возможных финансовых рисков за нарушение налогового законодательства.

#### **Список использованной литературы:**

1. Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» № 209 - ФЗ от 24.07.2007 г.
2. Алиев Б.Х. Налоги и налоговая система Российской Федерации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Алиев Б.Х., Мусаева Х.М., Абдулгалимов А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2014.— 439 с.
3. Дягель О. Ю. Анализ и диагностика финансово - хозяйственной деятельности: учебно - практическое пособие // О. Ю. Дягель; Краснояр. Гос. Торг. Экон. Ин - т. - Красноярск, 2011. - 232 с.
4. Демьяненко О. В. Налоговая политика малого предприятия: оценка эффективности // О. В. Демьяненко / Закономерности и тенденции развития науки в современном обществе: сборник статей Международной научно - практической конференции (15 марта 2016, г. Тюмень). В 3 ч. Ч.1 / - Уфа: АЭТЕРНА, 2016. - С. 43 - 47.
5. Дягель О. Ю., Энгельгардт Е. О. Этапы развития системного кризиса предприятия // Российское предпринимательство. – 2010. - №1 - 1. - С. 71 - 79.
6. Конева О.В. Инновационный подход к системе управления хозяйствующим субъектом / О. В. Конева // Вопросы экономики и права. – 2014. – № 74. – С. 189 - 193.
7. Качур О. В. Дискуссионные вопросы сущности, функций и принципов налогов // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. - 2012. - №3. - С. 103 - 107.
8. Конева О. В. Концепция государственного финансового контроля и ее реализация на примере Красноярского края // Вопросы экономики и права. – 2015. - №88. - С. 96 - 100.
9. Конева О. В. Налоговая политика субъектов малого предпринимательства // Вестник Московского университета МВД России. - 2012. - № 11. - С. 125 - 128.
10. Майбуров И.А. Теория налогообложения. Продвинутый курс [Электронный ресурс]: учебник для магистрантов / Майбуров И.А., Соколовская А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2011.— 591 с.
11. Налогообложение: теории, проблемы, решения: монография / под ред. В. П. Вишневого. - Донецк. - Изд - во: ДонНТУ, 2006. – 504 с.

12. Поминова О. В. Оценка стоимости бизнеса как объект управления организации // Инновационное развитие экономики. - 2015. - № 5 (29). - С. 35 - 37.

13. Россия в мире: опыт прошлого – взгляд в будущее: монография / А. А.Баранников, С. В.Белых, А. А.Бессонова и др. / Под общ.ред. С. С. Чернова. – Новосибирск: ООО агентство «СИБПРИНТ», 2012. – 227 с.

14. Сацук Т. П. Показатели результативности деятельности предприятий в системе управленческого учета // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. - 2014. - №. - С. 118 - 122.

15. Сигидов Ю. И., Башкатов В. В. Налоговые расчеты в системе управленческого учета: монография. - Краснодар: КубГАУ, 2013.0 242 с.

16. Сацук Т. П. Информационные технологии в финансовом менеджмента компании // Вестник Красноярского государственного аграрного университета. - 2014. - №1. - С. 30 - 33.

17. Соловьева Н. А., Дягель О. Ю. 2.4 Методика экспресс - анализа результатов деятельности коммерческой организации // Аудит и финансовый анализ. - 2014. - №1. – С. 63 - 69.

18. Смородина Е. А. Развитие научной концепции о сущности и функциях налогов // Управленец. – 2014. - №3 (49). - С. 4 - 11.

19. Упрощенная система налогообложения для субъектов малого предпринимательства: учебное пособие / О. В. Конева, О. Ю. Дягель ; Краснояр. гос. торг. - экон. ин - т. – Красноярск, 2005. – 72 с.

20. Якимов Н.П. Качество информационной базы для анализа финансового положения предприятия / Н.П. Якимов и др. // Научные механизмы решения проблем инновационного развития: сборник статей Международной научно - практической конференции. – Международный центр инновационных исследований «Омега сайнс», 2015. – С.137 - 141.

© Котов В. Л., 2016

**УДК 001.38**

**А.В. Крутов**

Студент

Экономического факультета

ЮФУ г. Ростова - на - Дону

Российская Федерация

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАУКИ**

Цель исследования: сформулировать спектр экономических инструментов по реализации инновационного развития.

Задачи исследования: описать комплекс мер создания базы для инновационного развития науки, проанализировать опыт зарубежных стран в разрешении данной проблемы, выявить потенциально актуальные экономические инструменты инновационного развития науки.

Учитывая те реалии и вызовы, которые ставит перед государствами XXIV, мы можем с уверенностью констатировать, что развитие фундаментальных и прикладных наук является одним из приоритетных направлений развития государства в целом. Деграция развития науки, которая может быть обусловлена недостаточным финансированием со стороны государства, нехваткой квалифицированных научных кадров, недостаточным количеством научно - исследовательских институтов и исследовательских центров, морально устаревшим техническим оборудованием приводит к тому, что государство утрачивает экономический, социальный и военно - технический потенциал.

Инновационное развитие науки в Российской Федерации обусловлено необходимостью возвращения стране статуса в одной из ведущих научных держав, разработкой, внедрением и потенцией конкурентоспособных на мировом рынке технологий, а также разработкой и реализацией фундаментальных и прикладных исследований и разработок в политических, военно - промышленных, экономических, социальных и иных жизненно важных для государства областях.

Также в рамках данного доклада возникает потребность указать на то, что актуальность данного исследования в том числе обуславливается и тем, что инновационное развитие не только науки, но и иных государственных отраслей является частью «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года».

Представляется целесообразным в рамках данного исследования обозначить список конкретных экономических задач, решение которых является одним из ключевых факторов создания необходимой базы для инновационного развития науки:

- Совершенствование компетенций научных кадров и обеспечение квалифицированного кадрового ресурса;
- Реализация комплексных меры по оптимизации научных учреждений и адаптированию их к текущей экономической ситуации;
- Повышение качества государственного финансирования научной сферы;
- Обновление устаревшей технической базы бюджетных учреждений, осуществляющих деятельность в научно - образовательной сфере;
- Достижение конкурентоспособности бюджетных, научных, и образовательных организаций в мировом масштабе;

Вне всякого сомнения, для достижения заданных целей необходимо сформулировать ряд инструментов, внедрение и реализация которых будет максимально способствовать достижению указанных нами целей:

1. Одним из потенциально значимых экономических инструментов развития науки выступает расширение взаимодействия компаний реального сектора с теми организациями, которые осуществляют научно - исследовательскую деятельность и деятельность в сфере прикладных разработок. Иными словами, представляется необходимым глубокое развитие взаимодействия крупного бизнеса с научно - исследовательскими институтами, институтами развития, исследовательскими подразделениями ВУЗов и т.п, которое в том числе будет направлено, с одной стороны, на наращивание практик участия представителей как ВУЗовской, так и академической науки в научно - технических советах, экспертных советах крупных корпораций и, с другой стороны, участия ведущих компаний реального сектора в деятельности научных советов, и иных органах управления ВУЗов и научных организаций;

2. Принимая во внимание благоприятно зарекомендовавший себя опыт грантовой формы финансирования исследований, в дальнейшем популяризировать и внедрять его применение как инструмента, являющегося мировой практикой успешного финансирования научных исследований, поскольку данная форма финансирования предполагает обоснование автором экономических выгод и перспектив проводимых исследований, а значит, является потенциально выгодным инвестированием бюджетных и частных средств. В качестве обоснования данного тезиса целесообразно обратиться к «Материалам к вопросу о состоянии науки» Велихова Е.П., который пишет: «...грантовая система служит эффективным инструментом не только для отбора перспективных проектов (посредством квалифицированной научной экспертизы заявок), но и для жесткого контроля уровня проводимых работ (в виду того, что при принятии решения о выделении нового гранта учитывается успешность выполнения и уровень публикаций по предыдущим проектам, которые вёл данный исследователь)...».<sup>1</sup>

3. Так же, по мнению автора, одним из экономических инструментов инновационного развития науки является концентрация усилий на прикладных исследованиях в направлениях, актуальных для инновационной, т.е. использующей передовые разработки, составляющей российской и мировой экономики. Важно обратить внимание на то, что данная мера не только послужит восстановлению авторитета Российской Федерации как одной из ведущих технологических держав, но и обеспечить развитие и укрепление производственного сектора экономики;

4. Следующий экономический инструмент развития науки - ориентация прикладной науки в своей деятельности на исследования, являющиеся востребованными как российским, так и зарубежными предприятиями и компаниями. В этой связи долженствует помнить, что проведения исследований, являющихся востребованными для тех или иных предприятий частного сектора экономики, может осуществляться при финансовой поддержки данных предприятий посредством чего, таким образом, также будет осуществляться процесс усиления взаимодействия научных организаций и представителей крупного и среднего бизнеса;

5. Финансовое взаимодействие представителей бизнес - сегмента, научной сферы и отраслевых Министерств. Данное положение, на наш взгляд, следует продемонстрировать, обратившись к примеру зарубежных партнёров. Так, исследователи **Гаджиев М.М., Яковлева Е.А. Бучаев Я.Г. в работе «Методы финансирования науки в США и Норвегии»** написали: «...важную роль в формировании инновационной активности корпораций играет Министерство нефтяной промышленности и энергетики Норвегии. Оно распределяет 25 % из фонда государственных средств на фундаментальные и стратегические исследования и 75 % бюджета энергетических НИОКР. Эти деньги идут на поддержку программ, в которых непосредственно задействованы участники энергетического рынка...»<sup>2</sup>

6. В числе прочих экономических инструментов инновационного развития науки можно выделить и возможность сокращения неэффективных научных организаций и

---

<sup>1</sup> Велиов Е.П. Материалы к вопросу о состоянии российской науки, Российская Ассоциация Содействия Науке, Москва, 2012

<sup>2</sup> Гаджиев М.М., Яковлева Е.А., Бучаев Я.Г. Методы финансирования науки в США и Норвегии. – 2013 - <http://uecs.ru/logistika/item/2456> - 2013 - 10 - 24 - 07 - 37 - 47

подразделений, за счет которых появляется возможность направить сэкономленные средства на развитие эффективных и зарекомендовавших свой потенциал подразделений, а также, что крайне важно для улучшения настоящего состояния науки, обновления их материально - технической базы, которая, подчас, ограничивает возможности исследования.

7. Особое внимание надлежит обратить на формирования экономических условий труда ученых. В частности молодых специалистов, так как есть вероятность «утечки мозгов» за рубеж. Поскольку наша страна уже обладает негативным опытом данного процесса, серьезно затормозившего развитие российской науки в недавнем прошлом.

В заключение к данной работе я считаю необходимым, во - первых, указать на то, что сформулированный набор экономических инструментов обладает действительным потенциалом в сфере дальнейшего инновационного развития науки в Российской Федерации, которая, как было указано, является одной из жизненно важных областей формирования государственных приоритетов и, во - вторых, отметить, что, несомненно, экономические инструменты есть лишь составляющая часть комплекса мер по общему реформированию и развитию науки, куда, помимо таковых, также должны входить правовые, политические и иные инструменты.

#### **Список литературы:**

1.Элизбарович М.В. Перспективы развития науки в России, «МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)», № 2 / 2010;

2.Владиславович Ю.А. Стратегии развития российской науки, - «Социология науки и технологий» № 1 / том 1 / 2010;

3.Велиов Е.П. Материалы к вопросу о состоянии российской науки, Российская Ассоциация Содействия Науке, Москва ,2012;

4. Кочергин А. Н. Особенности развития современной науки, «Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации», № 5 (191) / 2013

5. Гаджиев М.М., Яковлева Е.А., Бучаев Я.Г. Методы финансирования науки в США и Норвегии. – 2013 - <http://uecs.ru/logistika/item/2456-2013-10-24-07-37-47>;

© А.В. Крутов, 2016

**УДК 659.4**

**И.В.Кулак**

НГУ, магистратура ЭФ, 2 курс

г. Новосибирск, РФ

E - mail: 9137682227@mail.ru

#### **ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ПО АНАЛИЗУ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

В работе рассматриваются вопросы использования социальных сетей для продвижения услуг по анализу структуры капитала нефтегазовых компаний России. Для изучения возможностей продвижения данных услуг в сети Интернет исследовались вопросы

позиционирования услуг на рынке промышленных предприятий и вопросы использования для продвижения данных услуг профессиональных социальных сетей.

### 1. Позиционирование услуги по анализу структуры капитала

На сегодняшний день, на нефтегазовый комплекс России приходится 12 % всего промышленного производства, и он является основой национальной экономики. Однако в его развитии к настоящему времени сложились негативные тенденции: существенно сократился объем инвестиций в геологоразведку, приращиваемые запасы ухудшились по своим характеристикам, снизилась эффективность использования скважин, износ основных фондов по отдельным компаниям достиг 70 % , большинство вновь открываемых месторождений находятся в малоосвоенных и труднодоступных районах, а главным фактором является введение финансовых, технологических и персональных санкций странами Запада и США.

В качестве услуг по анализу структуры капитала рассматривается оригинальная методика, ориентированная на два сегмента потребителей: на крупных инвесторов (1) и на крупнейшие нефтегазовые компании (2). Услуги по использованию данной методики применительно к конкретному предприятию и выступают в качестве нового продукта, продвижение которого рассматривается в статье.

Задача анализа структуры капитала не новая и существуют конкурирующие аналоги. При этом изучение рынка показало, что конкуренция по данному продукту очень высока и новому продукту сложно будет зарекомендовать себя перед потребителями.

В ходе исследования были выделены основные конкуренты. Их характеристика изучалась с использованием анкеты, представленной в таблице 1.

Таблица 1

Вопросы для изучения конкурентов

	Вопрос	Результаты исследования
1	Маркетинговые цели основных конкурентов	Разработка новых методов оценки, создание долгосрочных отношений с заказчиками.
2	Способы распространения продуктов, которые используют конкуренты	Интернет, коммерческое предложение, различные курсы, литература.
3	Какие маркетинговые инструменты используют конкуренты? Насколько эффективны их маркетинговые мероприятия?	Интернет реклама, предоставление краткого отчета по основным показателям, рекомендательное сообщение. Данный инструментарий позволяет завоевать необходимое внимание.
4	Как относятся (или будут относиться) основные конкуренты к продвигаемому продукту?	Сложно оценить, возможно, не обратят особого внимания.
5	Основные предметные конкуренты на целевом рынке продвигаемого продукта. Название продуктов -	Компании, предоставляющие аналитическую информацию по отчетностям.

	аналогов.	
6	Основные товарно - видовые конкуренты на целевом рынке продвигаемого продукта. Название продуктов - аналогов.	Аудиторские компании. Аудиторская отчетность.
7	Основные товарно - родовые конкуренты на целевом рынке продвигаемого продукта. Название продуктов - аналогов.	План стратегического развития.

В ходе изучения конкурентов были выделены три группы аналогов, близких по своим характеристикам новому продукту. Во - первых, это самостоятельная деятельность компаний на основе международных стандартов финансовой отчетности (отчетность МСФО).

Второй группой аналогов выступает независимый аудит. Независимый аудит подразумевает оценку на основе проверки, соблюдения порядка бухгалтерского отчета, сопутствующие финансовые и экономические операции по законодательству Российской Федерации, точности и полноты отражения в финансовых отчетах деятельности предприятия. Экспертиза является заключительным этапом отчета независимого аудитора. Целью работы выступает поиск решение определенной задачи, определяемой аудиторской деятельностью правовой системы нормативных, договорных обязательств аудитором и клиентом.

Третьей группой выделенных аналогов выступает финансовый анализ нефтегазовых компаний. Финансовый анализ представляет собой изучение основных показателей финансового состояния и финансовых результатов деятельности компании с целью принятия заинтересованными лицами управленческих, инвестиционных и прочих решений.

Вторая задача исследования заключалась в сравнении аналогов с новым продуктом. В соответствии с методикой, описанной в работе [1, с.91 ] были выделены пять свойств, важнейших с точки зрения потребителей. Значения этих свойств, полученные на основе экспертных оценок дали результаты, представленные в таблице 2. Значения брались в диапазоне от 1 (слабо выражено) до 5 (ярко выражено).

Таблица 2

Сравнение аналогов

Свойство продукта	Аналог 1	Аналог 2	Аналог 3	Новый продукт
Простота использования	3	3	4	5
Минимизация рисков	4	4	4	3
Доступность информации	5	4	2	3
Скорость внедрения	5	3	3	3
Эффективность	3	4	4	5



Можно заметить, что к новому продукту ближе всего приближается аналог 1, а именно, исследование отчетности МСФО. Это объясняется тем, что анализ структуры капитала и само построение структуры зачастую делается на основании отчетности МСФО. Однако, данная отчетность имеет большой объем и для самостоятельного понимания ее показателей требует владения необходимыми компетенциями. Преимущества относительно других аналогов достаточно явные: продукт имеет свою уникальность и конкурентные преимущества.

## **2. Продвижение новой услуги в социальных сетях**

На следующем этапе исследования изучались возможности сети Интернет для продвижения нового продукта [4, с.55]. Среди маркетинговых сетевых методов были выбраны методы продвижения в социальных сетях [2, с.194], которые являются сегодня общепризнанными инструментами для продвижения новой продукции. Но подходят ли они для интеллектуальных продуктов промышленного назначения?

Для получения ответа на данный вопрос были исследованы сайты конкурентов и социальные сети, где могут находиться потребители [3].

Были выбраны три социальные сети: «Социальная сеть инвесторов» (Asinvest.ru), в которой почти всегда можно найти заинтересованных участников; «Google+», которая является расширением крупнейшей поисковой системы; «Facebook», в которой множество крупнейших бизнесменов и компаний имеют свои аккаунты и ведут социальную и деловую жизнь. Анализ сетей подтвердил возможность использования данного маркетингового инструмента для продвижения рассматриваемых услуг.

Для построения сайта в социальных сетях были составлены требования к сайту. С этой целью проводились дополнительные исследования сайтов компаний - конкурентов. Были выбраны три компании, которые занимаются аудитом и разработкой стратегий фирм, консультированием или схожей деятельностью.

Для сравнения сайтов компаний был выделен ряд свойств, по которым и произведено сравнение. На основании данного изучения были построены требования к сайту продвигаемого продукта, разработан прототип сайта, разработана программа продвижения сайта в социальной сети.

Было проведено позиционирование продукта (услуги) на рынке, произведена сегментация рынка по основным потребителям и рассмотрены значимые свойства для каждого сегмента по отдельности. Далее выделены основные конкуренты, при помощи имеющихся источников информации, составлен непосредственно конкурентный анализ по ним, на основе которого были определены важные показатели конкуренции и возможные трудности. Рассмотрение аналогов продукта позволило определить уникальные свойства рассматриваемого продукта и правильно скорректировать вектор стратегического развития, опираясь на полученные результаты. И завершающим, но не маловажным шагом было рассмотрение социальных сетей и их возможностей по отношению как одного из способов продвижения таких видов продуктов (услуг), что и стало целью всего исследования. По результату был создан сайт, на основе проведенных анализов и выводов, а так же составлен примерный бюджет на продвижение в социальных сетях.

### **Список использованной литературы:**

1. Клисторин В.И., Соболев А.К., Шустов А.И., Щеглов Ю.А. Исследование региональных рынков конверсионной продукции предприятий Минатома России // Конверсия в машиностроении. 2001. №3. С.91 - 96.

2. Интернет - маркетинг : учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 288 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс

3. Фролова Е. Самые популярные социальные сети в России. 2015 / Е. Фролова. - URL : <http://www.pro-smm.com/populyarnye-socialnye-seti-v-rossii-2015/>.

4. Щеглов Ю.А. Зачем нужен интернет - маркетинг? // ЭКО. 2003. №7. С.55 - 60.

© И.В. Кулак, 2016

**УДК 343.359**

**Е.Н. Куш**

к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет и налогообложение»  
Северо - Кавказский федеральный университет

**А.Е. Плужников**

студент 4 курса Института экономики и управления  
Северо - Кавказский федеральный университет  
г. Ставрополь, Российская Федерация

## **СУЩНОСТЬ НАЛОГОВЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ**

Для выполнения своих функций государство нуждается в значительных финансовых ресурсах. При этом большую часть бюджета государства составляют налоговые поступления, в связи с чем, очень важно обеспечить эффективный контроль над поступлением налогов и сборов в бюджет, в целях борьбы с уклонением от уплаты налогов. [1, с. 91]

По своей сущности уплата налогов представляет собой отчуждение налогоплательщиком части своего дохода в целях финансового обеспечения государства. Следовательно, можно сделать вывод, что уклонение от уплаты налогов – это умышленное удержание налогоплательщиком части дохода, принадлежащего государству. Общественная опасность уклонения от уплаты налогов, влекущая надолучение денежных средств в бюджетную систему, заключается в умышленном невыполнении обязанности, предусмотренной Конституцией РФ, платить установленные законом налоги и сборы. Исходя из этого, намеренные действия, связанные с нарушением порядка исчисления и уплаты налоговых платежей, нанесшие существенный ущерб бюджету, правомерно определить как налоговое преступление. [2, с. 102] Уголовное законодательство всех развитых стран предусматривает меры наказания за налоговые преступления. В первую очередь связано это с тем, что сама сфера налоговых отношений является системообразующим фактором для совершения налоговых преступлений. Под налоговыми отношениями в данном случае принято понимать властные отношения между государством в лице налоговых органов и организациями как налогоплательщиками.

Следует отметить, что уголовное законодательство требует точности формулировок. Возникает необходимость дать качественную и количественную характеристику общественной опасности уклонения от уплаты налогов.

Качественная характеристика общественной опасности налогового преступления, определяется объектом преступного посягательства, в соответствии статьи 198 Уголовного кодекса РФ. В свою очередь, количественную характеристику общественной опасности налогового преступления необходимо определять тяжестью нанесенного государству ущерба, способом совершения и формой вины.

Стоит также отметить, что уклонение – это не только действие или бездействие налогоплательщика, но и сам результат. Вся суть налогового преступления заключается именно в фактической неуплате, при том, что к этому привели те или действия со стороны налогоплательщика, либо его бездействие. При этом Уголовная ответственность, предусматриваемая статьями 198 и 199 Уголовного кодекса Российской Федерации, наступает только в том случае, если уклонение от уплаты было произведено посредством:

- непредставления налоговой декларации;
- включения в налоговую декларацию или иные документы заведомо неверных сведений;
- непредставления иных документов, представление которых в соответствии с законодательством РФ о налогах и сборах является обязательным.

Опираясь на анализ налоговых преступлений можно сделать вывод, что существует множество способов для их реализации. В основном вариации зависят от конкретного вида налога или налогового статуса организации.

В настоящий момент, налоговая политика государства направлена на снижения налогового бремени, а также повышение эффективности системы в целом, с целью обеспечения финансовой основы программы Правительства Российской Федерации по формированию инновационного развития экономики на период до 2020 года. Делая выводы из всего вышеизложенного, хотелось бы подчеркнуть, что планируемые меры при малоэффективной системе налогового администрирования, а также нестабильном налоговом законодательстве не способны обеспечить тот результат, который необходим для решения поставленных задач. Действующий в России механизм привлечения к ответственности по фактам нарушений налогового законодательства необоснованно усложнен. [3, с. 45] Это подтверждается не только анализом норм Налогового кодекса Российской Федерации и Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации, но и нормами уголовного законодательства, предусматривающими ответственность за совершение налоговых преступлений.

### **Список литературы:**

1. Кобылатова М.Ф. Проблемы и направления реформирования камеральной налоговой проверки в области налогового администрирования / Материалы IV Всероссийской научной конференции «Совершенствование налогообложения как фактор экономического роста». – Ставрополь, СКФУ, 2012. С 90 - 94
2. Кобылатова М.Ф., Мкртчян Г.А. Налоговые преступления: результат политики государства или экономическая закономерность / Материалы IV Всероссийской научной конференции «Совершенствование налогообложения как фактор экономического роста». – Ставрополь, СКФУ, 2012. С 101 - 103. 3.
3. Терзиди А. В. Сущность и перспективы развития налоговых (финансовых) расследований в России / А. В. Терзиди // Налоги. – 2009. – №1. – С. 43 - 48

© Е.Н. Куш, А.Е. Плужников, 2016

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЯ НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ**

Исполнение обязательств перед гражданами государство осуществляет за счет средств бюджета, основным источником формирования которого являются налоговые доходы. А поступления по налогу на добавленную стоимость занимают почти треть налоговых доходов государственного бюджета, поэтому его значение очень велико.

В последние годы можно наблюдать положительную динамику поступления НДС, но, тем не менее, суммы недоимки велики. Связано это со сложным механизмом администрирования налогообложения добавленной стоимости и с наличием множества незаконных способов уклонения от исполнения обязательств налогоплательщика. К таким способам можно отнести [2, с.102]:

- незаконное применение в целях налогообложения добавленной стоимости ставки 0 % , на основании недействительных документов;
- незаконное составление документации, на основании которой будут производиться налоговые вычеты;
- создание фирм - однодневок для сокрытия налогов и незаконного возмещения НДС из бюджета.

Для целей совершенствования администрирования налога на добавленную стоимость имеет смысл внедрения следующих мер [1, с. 54]:

- создание единой базы утерянных паспортов и паспортов умерших лиц. Если перед регистрацией юридического лица осуществлять сверку паспортов лиц, которые несут ответственность за организацию, с данными единой базы, то возникнут проблемы при создании недобросовестными налогоплательщиками фирм - однодневок, что, в конечном счете, должно сократить количество таких фирм;
- введение в Налоговый кодекс Российской Федерации понятий «недобросовестный налогоплательщик» и «фирма - однодневка», для точной классификации преступления и определения меры наказания;
- введение обязанности отслеживать и нести ответственность за уплату налога на добавленную стоимость своими крупнейшими контрагентами для целей применения вычетов по НДС. Данная мера является крайне сложной и вместе с тем очень эффективной в процессе пресечения действий направленных на незаконное возмещение сумм налога;
- создание счета, на который будет зачисляться сумма налога на добавленную стоимость, полученная от покупателя, и который не предусматривает списание денежных средств в иных целях, кроме как уплата НДС поставщику. Применение этого метода позволит в значительной степени уменьшить факты проведения операций, которые направлены на незаконное возмещение налога на добавленную стоимость из государственного бюджета.

Еще один способ, который возможно применять в совокупности с предлагаемыми выше способами, заключается в развитии электронно - информационных технологий. Сутью является разработка единого портала, посредством которого, с использованием личного кабинета налогоплательщика на сайте Федеральной налоговой службы, будет проходить выписка и учет счетов - фактур. Налогоплательщику, при выставлении счета - фактуры, необходимо будет производить ее выписку на сайте через личный кабинет, которая тут же будет доступна в личном кабинете получателя [3, с. 70].

Устранение такой глобальной проблемы для экономики, как незаконное возмещение НДС посредством фирм - однодневок, на наш взгляд, позволит сократить недоимку по налогу, что, несомненно, благоприятно скажется на макроэкономических показателях.

Совершенствование администрирования налога на добавленную стоимость необходимо рассматривать как основополагающий принцип для дальнейшего развития налоговой системы страны. При росте показателей количества и качества собираемости, как НДС, так и других налогов в будущем можно также рассматривать и снижение налоговых ставок, и расширение льгот.

Таким образом, можно сделать вывод, что последовательное поэтапное изменение налогового законодательства, от основополагающих положений, влияющих на все стадии налогового функционирования, и до последующих преобразований, касающихся конкретных элементов налогообложения, может дать положительный эффект при реформировании и совершенствовании, как налоговой системы в целом, так и НДС в частности.

#### **Список использованной литературы:**

1. Кобылатова М. Ф., Янаков Д.О. Совершенствование косвенного налогообложения в контексте повышения уровня налоговой дисциплины / (2264) TERRA ECONOMICUS («Пространство экономики»). – Ростов - на - Дону: Наука - Спектр, 2012. – 10 том, номер 2, часть 3. – с. 53 - 55.

2. Кобылатова М. Ф., Мкртчян Г.А. Налоговые преступления: результат политики государства или экономическая закономерность / Материалы IV Всероссийской научной конференции «Совершенствование налогообложения как фактор экономического роста». – Ставрополь, СКФУ. 2012. С.101 - 103.

3. Кузьмичева И. А., Флик Е.Г. Автоматизация учетной работы налоговых органов // Территория новых возможностей // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2010. – №5. – с. 67 - 72.

© Е.Н. Куш, Р.А. Хачиров, 2016

**УДК 339.5**

**М.В. Ломакина**

НИУ «БелГУ»

г. Белгород, Российская Федерация

### **СТРАХОВАНИЕ РИСКОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКСПОРТЕРОВ В РОССИИ**

При осуществлении внешнеторговых операций, деятельность экспортеров подвергается существенным экономическим рискам. Одним из наиболее эффективных методов

снижения рисков экспортеров во всем мире признано страхование, что говорит об актуальности исследования данных вопросов.

Страхование экспорта – это эффективный инструмент государственной поддержки экспортеров. Сегодня агентства по страхованию экспортных рисков действуют в 80 странах мира. Для России это относительно новый способ оказания помощи экспортерам.

Разделяют 2 вида рисков деятельности экспортеров: предпринимательские и политические. К предпринимательским рискам относятся неплатежеспособность покупателя или длительная просрочка платежа, а также необоснованный отказ иностранным контрагентом от исполнения своих обязательств по сделке. Страхованием покрываются до 90 % возможных убытков, которые понесет компания в случае реализации коммерческих рисков. К политическим рисками относятся события, на которые не может повлиять экспортер. Это могут быть изменение законодательства или действия властей, препятствующие исполнению контракта. Сюда же относят различные форс - мажорные обстоятельства – военные действия в стране, революции и т.д.

Основной организацией, которая осуществляет деятельность по поддержке экспорта в России самостоятельно либо через дочерние организации, является Внешэкономбанк России. В соответствии с Федеральным законом № 82 «О банке развития» Внешэкономбанк является государственной корпорацией, деятельность которой в том числе направлена на поддержку экспорта российских товаров и услуг, включая осуществление страхования экспортных кредитов и инвестиций в устанавливаемом Правительством РФ порядке [1].

В 2011 году Внешэкономбанком создано ОАО «Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций» (ОАО «ЭКСАР»), которое оказывает страховую поддержку российским экспортерам. У Агентства как у государственного института развития не стоит задача получения прибыли, берется только та страховая премия, которая соответствует степени риска по контракту по каждому конкретному проекту. Вся премия идет в резервы, из которых потом выплачивается страховое возмещение [2]. Агентство ЭКСАР охватывает обширную сферу деятельности по страхованию рисков экспортеров – от внутренних механизмов страхования экспорта товаров, услуг и инвестиций до взаимодействия с органами государственной власти и внешними коммуникациями.

Следует отметить, что в 2014 году Агентство перешло к активному продвижению своих услуг среди российских экспортеров. Объем поддержанного в 2014 году экспорта и инвестиций вырос более чем на 70 % по сравнению с 2013 годом и составил 3,9 млрд. долл. США (рис.1), из которых 1,18 млрд. долл. США – объем поддержанного экспорта РФ [5].

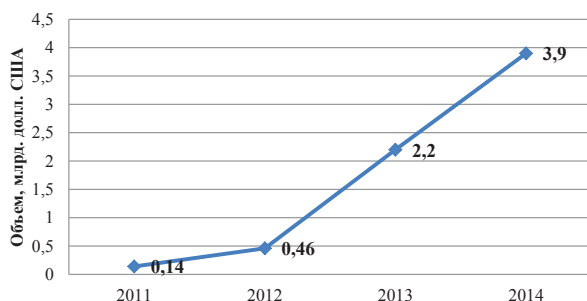


Рис. 1. Объем поддержанного за период экспорта и инвестиций

Следует отметить, что стоимость страхования экспортных рисков варьируется в зависимости от срока страхования и степени риска по проекту. В случае с краткосрочным страхованием, когда у российского экспортера есть несколько постоянных покупателей в разных странах мира, которым поставляется однородная продукция с отсрочкой платежа не более года, страхование экспорта в среднем стоит 0,3–1 % от годового торгового оборота компании с застрахованными покупателями.

Продукты ЭСКАР для экспортера приведены в таблице.

Таблица

Продукты ЭСКАР для экспортера

Продукт	Страхование гарантии	Страхование кредита поставщика	Страхование краткосрочной дебиторской задолженности
Предназначение продукта	для защиты российских экспортеров от риска неплатежа иностранных покупателей.	для защиты российских экспортеров (а также финансирующих их банков) от риска неплатежа иностранного покупателя	для защиты российских компаний от риска неплатежа иностранных покупателей за регулярные поставки однородных товаров, осуществляемые на условиях отсрочки платежа (длительностью не более 360 дней)
Объект страхования	портфель экспортных контрактов страхователя с отсрочкой платежа	Отдельный экспортный контракт / проект	Весь портфель экспортных контрактов страхователя с отсрочкой платежа.
Страхователь	поставщик / производитель товаров / работ / услуг.	экспортер по экспортному контракту.	поставщик, производитель товаров, работ или услуг.
Выгодоприобретатель	Выгодоприобретателем является банк, предоставляющий финансирование Страхователю		
Срок договора	1 год	период действия экспортного контракта	1 год

Объем страхового покрытия	предпринимательские и политические риски неисполнения обязательств иностранными покупателями
---------------------------	--

Источник: [2]

Страховая емкость – это объем продажи страховых полисов клиентам страховщиков в течение определенного периода времени, обычно за год. В данном случае – количество страховых полисов, выданных ЭКСАР российским экспортерам. Показатель страховой емкости на конец 2014 года проявил высокую динамику и составил 1,5 млрд. долл. США (рис. 2).

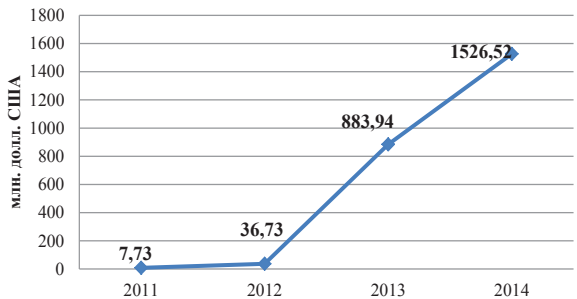


Рис. 2. Страховая емкость ЭКСАР за период 2011 - 2014 гг., млн. долл. США[5]

На рис. 2 четко видно, что с 2013 года резко возрос спрос на страхование экспорта, что привело к повышению страховой емкости Агентства. Рост продолжился и в 2014 году, а количество поддержанных уникальных экспортеров составило 112 организаций, что свидетельствует о развитии Агентства и росте доверия экспортеров.

Таким образом, благодаря такой государственной поддержке российские экспортеры, работая с новыми контрагентами, могут предоставлять товары в рассрочку, что стимулирует увеличение торгового оборот и прибыли компаний. Еще одним преимуществом страхования экспортных рисков является то, что у компаний появляется возможность привлекать банковское финансирование. Страхование для экспортера решает важные проблемы – это позволяет ему быть уверенным в том, что он не потеряет свои деньги, то в любом случае, если не покупатель, то Агентство обязательно заплатит по застрахованному экспортному контракту.

Проведя анализ, мы можем сделать вывод о том, что создание и функционирование государственного агентства ЭКСАР по страхованию экспортных кредитов обеспечивает конкурентоспособные условия финансирования для отечественных компаний, осуществляющих международную коммерческую деятельность. А страховая поддержка агентства, берущего на себя существенную часть коммерческих и политических рисков, значительно облегчает российским экспортерам доступ к банковскому кредитованию, а также способствует получению финансирования на более выгодных условиях.



### Список использованной литературы:

1. О банке развития [Электронный ресурс] : федер. закон : от 17.05.2007 № 82 - ФЗ в ред. от 29.12.2015 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. Банк «Версия Проф».
2. АО «Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций» [Электронный ресурс] : [официальный сайт] / ЭКСАР – Электрон. дан. – М., ЭКСАР, 2011 - 2016. – Режим доступа: <https://www.exiar.ru/>
3. Внешэкономбанк РФ [Электронный ресурс] : [официальный сайт] / ВЭБ – Электрон. дан. – М., ВЭБ, 2006 - 2016. – Режим доступа: <http://www.veb.ru/>
4. Государственное страхование экспорта. Информационный портал «Таможенный брокер» [Электронный ресурс] : Режим доступа: <http://www.brokert.ru/material/gosudarstvennoe-strahovanie-exporta>
5. Годовой отчет ЭКСАР за 2014 год [Электронный ресурс] : [официальный сайт] / ЭКСАР – Электрон. дан. – М., ЭКСАР, 2011 - 2016. – Режим доступа: <https://www.exiar.ru/about/docs/disclosure/>

© М.В. Ломакина, 2016

УДК 338

**А.Т. Макарова**

студент группы ЭС - 12

СВФУ им. М. К. Аммосова Физико - технический институт

г. Якутск, РФ

e - mail: [spongebob\\_15@mail.ru](mailto:spongebob_15@mail.ru)

**П.В.Евсеев**

старший преподаватель ФЭИ, СВФУ им М. К. Аммосова

научный руководитель

## ПРОБЛЕМЫ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

**Модернизация экономики** – это вид экономической деятельности, главной целью которого является развитие российской экономики до уровня развития западных стран. По сути, модернизация заключается в стремлении экономики России побороть отставание путем усовершенствования всех сфер экономики внутри страны.[1]

Модернизация экономики – понятие довольно общее, в различных научных трудах можно встретить разную расшифровку этого определения. Например, часто понятие модернизация встречается не как процесс, а как сам проект.[1]

Центральная проблема модернизации - как стимулировать инновационное поведение предпринимателей, как создать такие условия, чтобы капиталовложения в инновации и модернизацию были бы более выгодны, чем альтернативные пути использования ресурсов. Надежды на то, что существенное дополнительное финансирование отечественной науки и техники со стороны государства и бизнеса, а также подготовка высококвалифицированных кадров, автоматически приведет к резкому росту инновационной активности в российской

экономике и соответственно к ускорению модернизации - необоснованны без решения этой центральной проблемы. [2]

Экономика России за последние годы показала достаточно высокие темпы роста, что вывело ее в первую десятку мировых экономик по размеру ВВП. Однако многие аспекты развития РФ свидетельствуют о недостаточных сдвигах в качественных параметрах экономического роста. Стране, по - прежнему, угрожает энерго - сырьевой кризис в специализации хозяйства и превращение России в глобального поставщика топлива, сырья, высококвалифицированных специалистов (человеческого капитала). Модернизация экономики России невозможна без её диверсификации, глубоких структурных сдвигов в сторону наукоемких отраслей и производств и, в первую очередь, в обрабатывающей промышленности, где вес наукоемких отраслей значительно ниже, чем в промышленности США. Китайский опыт свидетельствует о решающей роли государства в модернизации отсталой экономики. Очевидно, и диверсификация экономики России, российская модернизация не сможет обойтись без активной роли государства. Пока, к сожалению, эта роль была достаточно пассивна, несмотря на наличие финансовых ресурсов. Активизация роли государства в экономике затрудняется растущей бюрократизацией и коррупцией, но это уже не чисто экономический вопрос. Тем не менее, без государственной поддержки практически невозможно реструктурировать сельское хозяйство, машиностроение, ИТ - технологии и перевести экономику России на инновационный путь развития для повышения конкурентоспособности в XXI веке.[3]

Ныне российское правительство постоянно занимается вопросами стимулирования капиталовложений в российскую экономику. Это ключевая проблема. Никакая модернизация, никакие инновации, более того - никакое экономическое развитие невозможны без интенсивных капиталовложений. Это аксиома, не требующая доказательств. А с этим у нас неблагополучно в течение всего периода после краха СССР. Уровень внутренних инвестиций в последние 20 лет никогда даже не приближался к уровню не передовым показателям, к примеру, 1991 года. В 90 - х годах он был ниже одной трети от этого показателя. В дальнейшем он повысился, но никогда прежних значений не достигал.[4]

Эти процессы объясняют многие явления в российской экономике, в частности, катастрофическое устаревание основных производственных фондов, из - за чего идет быстрое нарастание технологических аварий. Так, средний износ турбин и сопутствующего оборудования на электростанциях страны достиг 80 % - 90 % . Чего можно ожидать в таких условиях? Только новых аварий. А новое промышленное строительство? Не случайно Президент Д. Медведев неоднократно говорил о том, что российские предприниматели за почти два десятилетия существования нынешней России как самостоятельного государства не построили ни одного крупного промышленного предприятия. Мы только проедаем советское наследство. В чем причина таких процессов? Нехватка капиталов? Это обычное явление для страны догоняющего развития, к числу которых относится и Россия, тем более что наша страна в процессе перехода от социализма к капитализму понесла гораздо большие производственные потери, чем большинство из почти трех десятков государств, переходивших от плановой к рыночной экономике.[4]

Однако дело не в нехватке капитала. Главный источник инвестиций - сбережения населения и предприятий. К удивлению, Россия сохранила весьма высокую долю

сбережений в валовом внутреннем продукте (ВВП) даже в провальные девяностые годы. Сбережения - главный источник финансирования капиталовложений. Даже в эти годы доля сбережений составляла около 25 % - 30 % ВВП. А уж в "тучные годы" запредельно высоких мировых цен на экспортируемое Россией топливо и сырье - больше одной трети. Для сравнения можно вспомнить, что аналогичная квота сбережений в большинстве развитых стран сейчас составляет около одной пятой ВВП, т.е. существенно ниже, чем в небогатой России. Это объясняется тем, что в России произошла резкая дифференциация населения на богатых и бедных при слабом развитии средних слоев. Основная часть доходов концентрируется в верхних слоях, которые объективно могли бы использовать эти доходы для инвестиций в российскую экономику. Ведь никто не может, так сказать, есть в три горла и ездить сразу на десяти автомобилях. Большая часть крупных доходов неизбежно должна идти не на личное потребление, а на цели накопления капитала. Так и происходит в "нормальной" рыночной экономике, где предприниматели инвестируют большую часть своих доходов в расширение и модернизацию своих предприятий, в инновационное развитие. [4]

Российские "эффективные собственники", как правило, неохотно вкладывают прибыли в основные отрасли реальной экономики, предпочитая торговлю, финансы и, разумеется, экспортно - ориентированные производства, т.е. в российских условиях - в топливно - сырьевые отрасли, да и то в ограниченных размерах. В конечном счете на капиталовложения всегда уходило на четверть - треть меньше, чем сберегалось (иногда до половины, например, в 2000 г.). В течение всех постсоветских лет, начиная с 1992 года, капиталовложения были существенно ниже, чем внутренние сбережения, особенно в реальный сектор. Остальная и очень значительная часть уходила за рубеж в оффшорные зоны, на банковские счета за границей, на закупку особняков, яхт, футбольных команд и т.п., а в России также на перераспределение собственности. Общая сумма ушедших из России капиталов неизвестна, но в любом случае она составляет многие сотни миллиардов долларов. Некоторые экономисты даже называют цифру более триллиона долларов. Представьте себе, сколько получила бы Россия, если бы эти деньги были инвестированы в экономику страны! [4]

Таким образом, нехватка внутренних сбережений является главной причиной хронического недоинвестирования российской экономики, а особенности инвестиционного поведения российских собственников. Капиталы есть, но они не туда вкладываются или просто уходят из страны. [4]

В кардинальном институциональном преобразовании прежде всего нуждаются оборонный и гражданский машиностроительные комплексы - материальная основа инновационной экономики России: уже началось создание под эгидой государства инновационных корпораций в авиационной, судостроительной, госкорпораций в атомной и машиностроительной промышленности, нанотехнологической сфере. Если эти преобразования рассматривать как временное явление, как первоначальный импульс для запуска инновационного процесса, как опережающее инновационное предложение для формирования инновационного спроса в стране, то впоследствии на их основе могут вырасти крупные конкурентоспособные корпорации акционерного типа, а затем отечественные ТНК, с постепенным понижением доли государства. Один из самых острых вопросов перехода к инновационной экономике: найти мотивации и гарантии со стороны

государства для привлечения частного бизнеса к масштабным инновационным проектам. Пока не ясно взаимодействие новых институтов инновационного роста: банка развития, инновационного, инвестиционного и венчурных фондов, особых экономических и технико - внедренческих зон.[3]

Самое слабое звено отечественного комплекса ИКТ - практически полное отсутствие собственной промышленности. Материально - техническая база национальной сети и существующих производственных мощностей на 85 % укомплектованы импортной техникой. В России нет собственного производства мобильных телефонов, компьютеров, базовых систем информатизации предприятий и т.д. Сегодня руководство страны, похоже, серьезно настроено придать необходимое ускорение развитию всего спектра отечественной высокотехнологической индустрии.

Серьезные структурные сдвиги происходят в отраслях топливно - энергетического и материалопроизводящего комплекса России. Системы электроэнергетики, газа, водо - , теплоснабжения пока не соответствуют современным требованиям качественного экономического роста и требуют как технологической, так и институциональной модернизации.[3]

Важнейшей проблемой развития отечественного металлургического комплекса является сравнительно низкая инновационная активность компаний вследствие недофинансирования фундаментальных и прикладных исследований, старения научного оборудования, утраты многих научных школ. При этом большинство внедряемых инноваций относятся к усовершенствованиям существующих технологий и оборудования. Попытки государства сформулировать действенную инновационную стратегию в сфере отечественной металлургии пока не дали результатов. Компании, располагая крупными финансовыми ресурсами, получают доступ на глобальном рынке к самым современным технологиям, разработка которых отечественным научным организациям просто не под силу. Кроме того, у них попросту отсутствуют стимулы для инвестирования долгосрочных инноваций, так как компании за счет относительно дешевого сырья и энергоресурсов пока могут поддерживать сравнительно высокий уровень конкурентоспособности.[3]

В условиях кризиса российское правительство резко сократило инвестиции на инфраструктурные проекты. Прежде чем снова возрастут инвестиции в отрасли производственной инфраструктуры, должны восстановиться фондовые рынки и увеличиться спрос на услуги этих отраслей. Если экономический и финансовый кризис затянется, то чрезмерное увлечение инвестициями в производственную инфраструктуру может привести к структурным диспропорциям, преодоление которых потребует больше ресурсов, чем их пошло на создание объектов. В этом плане государственная инвестиционная политика должна быть сбалансированной и хорошо просчитанной на перспективу - финансировать имеет смысл только жизнеспособные, высокоэффективные проекты, имеющие гарантированные рынки потребления продукции и услуг.[3]

Итак, диверсификация экономики России на основе коренной модернизации ее технологической, институциональной, кадровой и управленческой базы является важнейшим условием реализации национальных интересов и эффективным фактором интеграции в мировую экономику.[3]

### Список использованной литературы:

1. [http:// utmagazine.ru](http://utmagazine.ru) – Финансовый словарь
2. [http:// www.regulareconomic.ru](http://www.regulareconomic.ru) – Сбалансированная экономика
3. [http:// www.webeconomy.ru](http://www.webeconomy.ru) – Мировая экономика
4. [http:// www.finanal.ru](http://www.finanal.ru) – финансовая аналитика

© А.Т. Макарова

УДК 33

Д.Д.Макарова

Студентка 3 курса ИУЭиФ КФУ  
Г. Казань, Российская Федерация

### ИНТЕРНЕТ - ТЕХНОЛОГИИ: РОЛЬ И МЕСТО В РАЗВИТИИ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Интернет - технологии имеет большой потенциал для дальнейшего развития и широкие перспективы в развитии банковских услуг. Сегодня с помощью систем интернет - банкинга, можно покупать и продавать безналичную валюту, оплачивать коммунальные услуги, платить за доступ в Интернет, оплачивать счета операторов сотовой и пейджинговой связей, проводить безналичные внутри - и межбанковские платежи, переводить средства по своим счетам, и, конечно, отслеживать все банковские операции по своим счетам за любой промежуток времени. Внедрение интернет - технологий - настоятельная необходимость, чтобы выжить в международной конкуренции. Это - шанс для успешной конкуренции. Вышеперечисленный фактор и обусловил **актуальность** темы.

В настоящее время во всем мире бурно развивается электронная коммерция, включая электронную банковскую деятельность. Интернет - технологии в банковской сфере простой и удобный инструмент для контроля за своими деньгами и управления ими в любой точке мира, где есть Интернет, в режиме 7 дней в неделю 24 часа в сутки.

На фоне бурного развития информационных технологий и крупные корпорации, и простые граждане хотят совершать как можно меньше действий для того, чтобы осуществлять свои финансовые операции. Именно поэтому дистанционное банковское обслуживание в сети Интернет считается одним из самых приоритетных направлений развития мировой банковской системы.

Анализируя было выявлено, что наиболее крупным российским онлайн - сервисом по числу пользователей, совершающих платежи за месяц, является Сбербанк Онлайн – через интернет - банк и мобильный банк Сбербанка, используя интернет - технологии за месяц совершают платежи более 17,3 млн человек( 74 % всех пользователей интернет - банкинга в России, 49 % российской интернет - аудитории) в возрасте от 18 до 64 лет, проживающую в российских городах с населением от 100 тысяч человек. Генеральная совокупность – 35,1 млн человек. Данное фактор характеризует глобальный тренд на перетекание платежей в режиме он - лайн, используя интернет - технологии. В первую пятерку наиболее популярных интернет - банков помимо Сбербанк Онлайн также входят системы Альфа -

Клик Альфа - Банка, ВТБ24, интернет - банки ТКС Банка и Банка Русский Стандарт. Количество интернет –аудитории ,пользующейся интернет - технологиями банка, Альфа – банк - 3,19 млн чел,ВТБ - 24 - 2,49 млн чел, ТКС Банк - 1,86 млн чел, Русский Стандарт – 1,65 млн чел.

Количество пользователей электронных платежных систем выросло за год на 30 % и к концу 2015 года составило 20,7 млн человек. Основным фактором роста пользователей электронных денег стал рост всей интернет - аудитории. Две крупнейшие электронные платежные системы – WebMoney и Яндекс.Деньги – практически не изменили своих долей среди интернет - пользователей. Кошелек Visa Qiwi Wallet увеличил свое проникновение в интернет - аудиторию с 24,6 % до 28,5 % , что в абсолютных значениях дает рост числа пользователей на 44 % за год до 10 млн человек. Наиболее значительный рост среди российских интернет - пользователей продемонстрировал сервис PayPal, увеличивший свою долю вдвое, а абсолютное число пользователей до 6,5 млн человек.

Интернет технологии используются как и для информационных задач (просмотр балансов, задолженностей, последних операций, выписок) , так и для платежей. Развитие средств коммуникации, сокращение времени обработки информации, развитие сетевых технологий позволили банкам провести комплексную автоматизацию всей своей деятельности, разработать механизмы удаленного обслуживания клиентов и предложить новый ассортимент услуг. Внедрение в Интернет дает банку возможность усовершенствовать работу электронных систем обслуживания клиентов, предоставляя клиенту дополнительные удобства в управлении своим счетом.

Таким образом, банковские услуги с использованием интернет - технологий является одним из наиболее динамичных секторов электронной коммерции. При этом возможности использования Интернета в области банковского дела постоянно расширяются, появляются новые службы и технологии, а вместе с ними – новые перспективы развития бизнеса. Именно с появлением Интернета в его сегодняшнем виде электронная банковская деятельность получила мощнейший толчок к развитию. Резкое сокращение издержек и повышение эффективности управления кредитными рисками и самих финансовых операций при помощи Интернета может открыть беспрецедентные возможности для развивающихся и переходных экономик (что, безусловно, особо актуально для России).

#### **Список использованной литературы:**

1. Аузан В. Интернет – задача на завтра // Эксперт. – 2001. - № 11.
2. Ащин Е. Правовое регулирование электронного бизнеса // Закон и Право. – 2002. - №10.
3. Ащин Е. Правовое регулирование электронного бизнеса // Закон и Право. – 2002. - №10.
4. Болецкая К. Интернет - банкинг как часть розничного бизнеса // Банковское обозрение. – 2004. - №10
5. Грачева М.В. Банковская система в развитых странах: некоторые проблемы цифровых технологий. – М.: Ось - 89, 2003
6. Сорвин С.В. Современные банковские технологии и их влияние на эффективность банковской системы // Деньги и кредит. – 2001. - №9.
7. Тедеев А.А. Электронные банковские услуги. – М.: Эксмо, 2005.
8. Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2003.

© Д.Д. Макарова, 2016

## ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА И АНАЛИЗА МАТЕРИАЛЬНО - ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ И ИХ ОЦЕНКА В УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Любая организация в ходе своей деятельности не может обойтись без сырья, материалов или товаров, приобретаемых ею для производственных или управленческих нужд. Все виды перечисленного имущества представляют собой материально - производственные запасы (МПЗ) фирмы, бухгалтерский учет которых невозможно грамотно организовать без тщательно продуманной учетной политики для целей бухгалтерского учета и налогообложения [4;5].

Учет МПЗ является особенно важным, трудоемким и сложным участком в организациях всех форм собственности и ведомственной подчиненности. От объективности и достоверности информации, формируемой на этом участке учета, зависят себестоимость продукции, финансовый результат, и налоговая нагрузка, которая оказывает весомое влияние на результаты деятельности компании [1;2;3].

В этой связи целью данной публикации будет являться анализ особенностей формирования информации о МПЗ в учетной и налоговой политике, а также роль анализа движения и состава МПЗ в формировании результатов деятельности компании.

В первую очередь в учетной политике организация должна привести критерии отнесения имущества в состав материально - производственных запасов. При этом согласно Положению по бухгалтерскому учету «Учет материально - производственных запасов» (ПБУ 5 / 01) формально признание МПЗ не связано с наличием у организации права собственности. В то же время ПБУ 5 / 01 не позволяет четко определить момент признания в бухгалтерском учете запасов как определенного вида активов. Поэтому, по мнению ряда экономистов организации вправе самостоятельно определять порядок признания (или непризнания) производственных запасов в учете [3,6]. Выполняя же требования МСФО, компания не столкнется с проблемами, связанными с признанием или непризнанием запасов, поскольку определено понятие актива и при проверке его существования право собственности не является первостепенным.

Для учета материально - производственных запасов в учетной политике должен быть предусмотрен способ их оценки при поступлении и методы оценки списания запасов [6]. МПЗ принимаются к бухгалтерскому учету по фактической себестоимости, порядок определения которой зависит от способа поступления материалов или товара в организацию (приобретенные за плату, изготовленные самой организацией, внесенные в качестве вклада в уставный капитал и т.д.). **Организации нужно выбрать метод формирования фактической себестоимости и закрепить его в учетной политике.**

При выборе варианта оценки израсходованных материалов следует принимать во внимание уровень инфляции, финансовое состояние организации, политику ценообразования и налогообложения, а также условия продажи продукции. Важным аспектом формирования балансовой оценки МПЗ является необходимость предусмотреть в учетной политике возможность создания резерва под снижение их стоимости.

Формирования в учетной и налоговой политике оценки МПЗ при их списании оказывает влияние на величину НДС, на формирование налогооблагаемой базы по налогу на прибыль. Следовательно, как подчеркивается в ряде работ О.В.Конева [5; 6; 7], снижение налоговой нагрузки на предприятие возможно за счет повышения результативности и эффективности движения материально - производственных запасов.

Информация формируемая в учете о материально производственных запасах должна позволять осуществлять экспресс - анализ результатов деятельности компании [7]. Анализ материально производственных запасов должен обеспечивать своевременное выявление «узких мест» в деятельности компании, предотвращая формирование потерь, при этом используемое методическое обеспечение анализа должно строиться на принципах антикризисной диагностики, предложенные в работах О.Ю. Дягель и Е.О.Энгельгардтом [8].

Особая роль информации формируемой в учете и анализе состоит в том, чтобы правильно и оперативно выявлять имеющиеся производственные резервы экономии материально - производственных запасов, использование которых обеспечит снижение себестоимости продукции и рост прибыли. Так на основе данных учета и экспресс - анализа менеджмент компании принимает решение об усилении контроля над состоянием сырья и материалов и рациональном их использовании, что окажет существенное влияние на рентабельность организации и в целом на её финансовое положение [6,7].

Таким образом, практическая значимость учета и анализа МПЗ заключается в формировании оптимальной учетной политики, что будет способствовать наиболее расширенному и детальному ведению бухгалтерского учета, и как следствие – произойдет повышение результатов финансово - хозяйственной деятельности организации.

#### **Список использованной литературы:**

- 1 Конева О. В. Учетно - аналитическое обеспечение управления налоговой нагрузкой малого предприятия: монография / О. В. Конева. – Красноярск : Сиб. федер. ун - т, 2016. – 281 с.
- 2 Конева О.В. Инновационный подход к системе управления хозяйствующим субъектом / О.В. Конева // Вопросы экономики и права. – 2014. – № 74. – С. 189 - 193.
- 3 Конева О.В. Налоговая политика субъектов малого предпринимательства / О.В.Конева // Вестник Московского университета МВД России. – 2012. – № 11. – С. 125 - 128.
- 4 Сацук Т.П. Ключевые показатели результативности торговой компании ключевые показатели результативности в системе финансового контроллинга / Т.П. Сацук // Российское предпринимательство. – 2009. – № 8 - 1. – С. 147 - 151.
- 5 Сацук Т.П. Система показателей по управлению торговлей на основе контроллинга / Т.П. Сацук // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 3. – С. 225 - 226.



6 Сацук Т.П. Бухгалтерский финансовый учет и отчетность: учеб.пособие / Т.П.Сацук, И.А.Полякова, О.С.Ростовцева – М.: КНОРУС, 2014. – 280 с.

7 Соловьева Н. А., Дягель О. Ю. 2.4 Методика экспресс - анализа результатов деятельности коммерческой организации // Аудит и финансовый анализ. - 2014. - №1. – С. 63 - 69.

8 Энгельгардт Е.О. Диагностика как элемент системы антикризисного управления субъектами предпринимательства в сфере услуг / Энгельгардт Е.О., Дягель О.Ю. // В сборнике: Актуальные проблемы современной науки и пути их решения: материалы VI межвузовской научной конференции аспирантов. – 2006. – С. 64 - 70.

© Д.С. Максименкова, 2016

**УДК 519.83**

**А.Ю.Меерсон**

К.э.н., доцент

РЭУ им.Г.В.Плеханова

Г.Москва, Российская Федерация

**Е.И.Смирнова**

К.э.н., доцент

РЭУ им.Г.В.Плеханова

Г.Москва, Российская Федерация

### **ОБ ОПЫТЕ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ТЕОРИИ ИГР ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ЖКХ**

Жилищно - коммунальное хозяйство (ЖКХ) играет важную роль в системе социально - экономических взаимосвязей. К сфере ЖКХ относятся содержание и ремонт городских дорог, озеленение и благоустройство городских территорий, организация водопользования и охраны водных объектов, содержание и ремонт инженерных сооружений, организация обезвреживания и переработки отходов производства и потребления, эксплуатация жилого фонда, организация самоуправления в многоквартирных домах, социальная поддержка населения и многое другое. Состояние жилищно - коммунальной отрасли, величина установленных тарифов и качество предоставляемых жилищно - коммунальных услуг оказывают существенное влияние на условия проживания и благосостояние населения, а также на деятельность промышленных предприятий. Поиск решений проблем ЖКХ - это один из самых острых вопросов для жителей и правительства.

В рамках реформы ЖКХ и в соответствии с жилищным кодексом РФ была изменена система управления многоквартирными домами. Это сложный и ответственный процесс [1], требующий проведения взаимосвязанных мероприятий, основной целью которых должно стать сохранение жизнеобеспечения домов, создание условий бесперебойного управления ими, предоставления жилищных и коммунальных услуг для комфортного и безопасного проживания.

Достаточная сложность протекающих в системе управления ЖКХ процессов обуславливает необходимость применения для поддержки принимаемых в этой сфере решений формализованных математических методов. Очевидно, что среди этих методов могут быть названы и методы линейного программирования [2, 3], и модели управления запасами [2, 3], и модели межотраслевого баланса [3; 4], и системы массового обслуживания [2], и прочие.

В частности, в условиях нестабильности текущей экономической ситуации и в силу того, что осуществление функций ЖКХ сопряжено со значительной неопределенностью, качество принимаемых в этой сфере управленческих решений может быть серьезно улучшено за счет применения методов теории игр [5; 6; 7]. В качестве примера рассмотрим задачу оптимизации численности персонала инженерной службы управляющей компании.

Пусть руководство управляющей компании в некотором районе города N столкнулось с тем, что вследствие недостаточного количества сотрудников имеющиеся в штате бригады (численность бригады - 30 человек) не успевают в свою смену исполнить все заявки и прочую текущую работу в полном объеме. Результатом этого явились многочисленные жалобы жителей на неисполнение заявок в диспетчерские службы, а также, безусловно, упущенная выгода компании.

Директор управляющей компании посчитал необходимым расширить штат и определить, сколько человек следует набрать, чтобы сформировать дополнительные бригады, и при этом получить максимальную выручку и минимизировать затраты на заработную плату сотрудников. Предположим, что зарплаты фиксированы у каждого сотрудника в зависимости от должности.

Заявки жителей на устранение неисправностей поступают каждый день. На исполнении у бригад бывает от 2 до 6 заявок в день. Точное количество заявок является случайной величиной, распределение вероятностей которой будем считать неизвестным. Пусть каждая бригада выполняет одну заявку в смену. Выручка за исполненную заявку составляет около 7000 рублей, простой одной бригады обходится компании примерно в 5000 рублей, убыток вследствие невозможности выполнить заявку – 6 тысяч рублей.

Задачу выбора оптимального количества бригад можно рассматривать как задачу теории игр. В распоряжении компании имеются следующие возможные стратегии: иметь в штате 2, 3, 4, 5 или 6 бригад. «Второй игрок», в свою очередь, может противопоставить такие варианты: количество заявок составит 2, 3, 4, 5 или 6. «Выигрышем» компании является ее доход.

Таким образом, платежная матрица будет иметь размерность  $5 \times 5$  и следующий вид:

Количество бригад	Количество заявок				
	2	3	4	5	6
2	14	8	2	- 4	- 10
3	9	21	15	9	3
4	4	16	28	22	16
5	- 1	11	23	35	29
6	- 6	6	18	30	42

Например, если в штате компании будет три бригады, а заявок поступит две, то «выигрыш» компании составит  $2 \cdot 7 - 1 \cdot 5 = 9$  тыс. руб. А если при том же количестве бригад заявок будет 4, то компания заработает  $3 \cdot 7 - 1 \cdot 6 = 15$  тыс. руб. Отрицательные элементы платежной матрицы ((1,5), (1,6), (4,1), (5,1)) означают убыток компании. Так, имеющиеся в штате две бригады при поступлении пяти заявок смогут выполнить только две, а три останутся невыполненными, что приведет к потере компанией 4 тысяч рублей ( $2 \cdot 7 - 3 \cdot 6 = -4$ ).

Данная матрица не имеет седловой точки, следовательно, игра решается в смешанных стратегиях. В результате решения этой игры путем сведения ее к паре взаимно двойственных задач линейного программирования [5] получим оптимальную смешанную стратегию компании в виде вектора

$$P^* = \left[ 0; 2/3; 1/3; 0; 0 \right]$$

и цену игры - 3,67 тыс. руб., а также вектор оптимальной смешанной стратегии второго игрока

$$Q^{*T} = \left[ 13/18; 0; 0; 0; 5/18 \right].$$

Итак, руководству управляющей компании следует постоянно держать в штате три бригады и периодически нанимать четвертую (в общей сложности на период длительностью  $1/3$  года, то есть на четыре месяца). Дополнительно можно было бы порекомендовать руководству управляющей компании проанализировать статистику поступления заявок для эмпирической оценки вероятности поступления определенного числа заявок и их распределения в течение года, чтобы нанимать четвертую бригаду именно в те периоды, когда поступление большого количества заявок наиболее вероятно.

### Список использованной литературы

1. Управление жилым домом (сравнительный анализ зарубежного опыта). Дойникова С.С., Грибов А.Ф. Человеческий капитал и профессиональное образование. 2013. № 03. С. 4.
2. Математические методы и модели для менеджмента. Глухов В.В., Медников М.Д., Коробко С.Б. СПб: Лань, 2005.
3. Мадера А. Г. Моделирование и принятие решений в менеджменте. Руководство для будущих менеджеров. Москва: ЛКИ, 2015.
4. Шевелевич К.В. Законы сравнительной статистики для межотраслевого баланса с разложимой матрицей прямых затрат. В сборнике: «Приоритетные научные исследования и разработки». Уфа, 2016. С. 130 - 131.
5. Г.Оуэн. Теория игр. Москва: ЛКИ, 2010.
6. Меерсон А.Ю., Смирнова Е.И. Практикум по дисциплине «Теория принятия решений». Москва: Изд - во РЭУ им. Г.В.Плеханова, 2014.
7. Меерсон А.Ю., Смирнова Е.И. Практикум по дисциплине «Теория игр». Москва: Изд - во РЭУ им. Г.В.Плеханова, 2011.

© А.Ю.Меерсон, Е.И.Смирнова, 2016

## **СУБЪЕКТНЫЙ СОСТАВ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА СТРАХОВЫХ УСЛУГ**

В настоящее время в России практически любой участник рынка при организации своей деятельности приобретает хотя бы минимальный набор услуг, включающий информационные, финансовые, транспортные. [1, с.60]

Современный бизнес, функционируя в условиях нестабильности и повышенных рисков, все чаще и активнее прибегает к приобретению страховых услуг, позволяющих компенсировать в денежной форме ущерб (убыток) страхователя при наступлении страхового случая в границах обязательств, предусмотренных договором страхования. [2, с.122] Таким образом, страховая услуга позволяет перенести риски со страхователя на страховую компанию и осуществляется на платной основе.

В России рынок страхования начал формироваться с приходом рыночной системы хозяйствования и, в настоящее время, является одним из важнейших элементов финансовой системы государства. Уровень его развития, количественные и качественные показатели деятельности, динамика роста значительно влияют на экономику в целом. [3, с.93] В связи с этим становится актуальной проблема изучения субъектного состава современного рынка страхования.

Страховой рынок – это система экономических отношений, в процессе реализации которых формируется спрос и предложение на страховые услуги, где объектом купли - продажи выступает сама страховая услуга.

В качестве основных субъектов страхового рынка выступают продавцы, покупатели и посредники.

Покупатели страховой услуги - это любые лица заинтересованные в приобретении страховой услуги. Потребители (покупатели) услуг именуется страхователями. В зависимости от объектов страхования потребителями могут быть как физические, так и юридические лица. В зависимости от статуса меняется набор приобретаемых страховых услуг. Так, физические лица чаще всего приобретают услуги ОСАГО, КАСКО, страхования жизни, добровольного страхования имущества (квартира, дача, земельный участок) и т.д. А юридические лица, в первую очередь, страхуют имущество, а также автотранспорт, ответственность, дмс и т.д.

В качестве продавцов страховой услуги могут выступать:

1) прямые страховщики - это страховые компании, которые заключают со страхователями договоры страхования. К основным страховщикам, входящим в топ - 20 относятся: СПАО «РЕСО - Гарантия», АО «Интач Страхование», АО «Страховая группа МСК», «Альянс», ОАО «АльфаСтрахование», ВТБ Страхование, Государственная страховая компания «Югория», Ренессанс страхование, АО «ЖАСО», САО ВСК, ОСАО «Ингосстрах», «Согаз», ОАО «Страховая компания АИЖК», «Либерти Страхование», Страховая группа «Уралсиб», МетЛайф, ERGO Group, ООО «Страховая компания КАРДИФ», «Согласие», Страховая компания «МАКС».

2) перестраховщики - организации, которые перестраховывают уже застрахованные объекты, в этом случае риск перераспределяется между несколькими страховыми компаниями, в том числе и иностранными. Следует отметить, что в Российской Федерации перестраховочный рынок развит слабо; из 30 официально зарегистрированных перестраховочных обществ реально существуют только 10. Это «СОГАЗ», ОСАО «Ингосстрах», ООО «Росгосстрах», ВТБ Страхование, АИГ страховая компания, СКОР Перестрахование, САО ВСК, ЭЙС, Транссибирская перестраховочная корпорация, СПАО «РЕСО - Гарантия».

Следует отметить, что на страховом рынке России появились и такие организации как:

- кэптивы - акционерные страховые компании, обслуживающие корпоративные страховые интересы учредителей, а также самостоятельных хозяйствующих субъектов, входящих в структуру многопрофильных концернов или крупных финансово - промышленных групп;

- пулы - организации страховщиков или перестраховщиков, принимающие на себя особые виды рисков (атомные, военные, авиационные и др.), исходя из солидарной ответственности всех участников;

- общества взаимного страхования - организации некоммерческого типа, созданные на основе добровольного соглашения между юридическими и физическими лицами для страховой защиты своих имущественных интересов.

Как и любой другой рынок, здесь имеются и посредники. Посреднические организации – лица, осуществляющие продвижение страховых услуг (агенты, брокеры). Страховой брокер – это посредник между провайдером страховых услуг и конечным потребителем. Он помогает клиентам подобрать наиболее выгодные условия страхования и его деятельность не ограничивается какой - либо одной страховой компанией. Что интересно, брокер владеет полной информацией о страховом рынке, но не несет ответственности за деятельность страховых компаний. В отличие от страховщиков брокеру не нужно получать лицензию, но он должен быть внесен в реестр страховых брокеров. Страховым брокером может стать как физическое, так и юридическое лицо.

Страховой агент действует от имени и по поручению страховщика, у него обязательно должна быть доверенность страховщика с печатью и датой выдачи. Основное различие между брокером и агентом заключается не в том, что брокер это предприниматель, а агент не всегда. Основное различие состоит в том, что агент действует от имени и по поручению страховщика, а брокер от своего имени, хотя так же по поручению. Причем, если страховой агент выполняет поручения страховщика, то брокер может выполнять поручения, как страховщика, так и страхователя. Источник дохода брокера - комиссионные.

Страховой рынок интересен тем, что его участниками являются стейкхолдеры – лица (организации), не осуществляющие страховую деятельность, но заинтересованы в ее развитии. К стейкхолдерам относятся организации, занимающиеся:

- 1.общественным и государственным регулированием страхового рынка (Федеральная служба страхового надзора (ФССН), общества по защите прав и интересов страхователей, выгодоприобретателей и застрахованных лиц);

- 2.оценкой рисков и ущербов (специалисты по оценке рисков, оценщики);

- 3.деятельностью аварийных комиссаров.

Таким образом, анализ субъектного состава страхового рынка позволяет сделать вывод, что в настоящее время этот рынок включает всех действующих лиц, способствующих его планомерному развитию и обеспечению гарантий потребителям страховых услуг.

#### **Список использованной литературы:**

1. Евтодиева Т.Е. Экономическое содержание логистической услуги // Теоретические и прикладные аспекты современной науки: материалы VII Междунар. науч. - практ. конф. – Белгород, 31 января 2015. - Ч.7. - 164 с. - С.57 - 61
2. Чернова Д.В. Минеева Е.А. Состояние и тенденции развития рынка страховых услуг // Инструменты современной научной деятельности: материалы Междунар. науч. – практ. конф. – Магнитогорск, 8 февраля 2016. Ч.1. - 208с. – С.122 - 125
3. Ломов С.И. Пути развития страхового рынка России // Экономические науки, 2015 №3 (124). С.93 - 96.

© Е.А. Минеева, 2016

**УДК 33**

**Н.С. Кривошеина**

К.э.н., доцент

ФЭиУ, ИСТИД

г. Пятигорск, Российская Федерация

**А.Г. Моисеева**

студентка 2 курса

ФТСиПТ, ИСТИД

г. Пятигорск, Российская Федерация

### **АНТИКРИЗИСНАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ВОПРОСАХ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО - РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА**

Антикризисная политика государства в вопросах развития туристско - рекреационного потенциала – это актуальный вид управления туристической индустрией, при котором развиты механизмы предвидения кризисов и результативно применяются методы снижения их отрицательных последствий. В такие непростые, кризисные в экономическом отношении, времена для Российской Федерации (и для стран Европы в целом) необходимо изыскивать новые источники пополнения бюджета.

По данным Росстат доля туризма в ВВП РФ составляет 1,5 %, при этом среднемировое значение равно 10 % . Очевидно, что есть необходимость предпринимать меры по раскрытию туристско - рекреационного потенциала РФ, увеличению привлекательности объектов, пользующихся спросом у туристов, развитию территорий, на которых расположены природные ресурсы, объекты мирового и национального культурного и исторического наследия.

В связи с событиями 2014 - 2015 гг.: прекращение транспортных сообщениями России с Турцией и Египтом, ослабление курса рубля по отношению к доллару и евро (так курс

доллара в 2014 году составлял 34,9 руб., в 2015 году – 56,2 руб., а на сегодняшний день составляет 70,5 руб.), двусторонние санкции со странами Европейского союза; - в России произошли существенные изменения в экономике и структуре рынка.

С 2014 года значительно выросли цены на продукты жизненной необходимости, электронику и бытовую технику, тарифы на электроэнергию и т.д., что значительно повлияло на покупательную способность потребителей туристических продуктов, при этом цены турпакетов на выездной туризм увеличились с перерасчетом по новому курсу валют. Выше сказанное обеспечивает устойчивое повышение интереса к внутреннему туризму.

Заграничные поездки российских туристов сократились на 20 % (по состоянию за 9 месяцев 2015 года), выездной турпотока увеличился на 8 % (по состоянию за 9 месяцев 2015 года). Причем выездной турпоток постепенно меняется: количество туристов, прибывших из стран Азии, Ближнего Востока и Латинской Америки, растет.

По прогнозам Ростуризма в 2016 году выездной туристический поток будет расти и может увеличиться более чем на 5 % . Об увеличении поездок иностранных граждан в Россию так же свидетельствуют данные ведущих международных систем бронирования Skyscanner (на 35 % ) и Momondo (на 30 % ).

В данный момент рост спроса на внутренний туризм значительно опережает развитие самой инфраструктуры туризма в России, туристический продукт не отвечает требованиям мировых стандартов.

Основными факторами, сдерживающими рост конкурентоспособности России на международном рынке туристических услуг и препятствующими реализации ее туристско - рекреационного потенциала, являются:

- слабо развитая туристическая инфраструктура: отсутствие средств размещения и досуга, отставание развития придорожной инфраструктуры и другое; а в некоторых регионах вовсе отсутствующая;

- нехватка профессиональных кадров, как следствие низкое качество обслуживания.

Для реализации туристического потенциала России требуется эффективное продвижение турпродуктов на мировой и российский рынок. В связи с этим был создан Национальный маркетинговый центр по туризму VisitRussia, который уже в настоящее время ведет совместную работу с крупнейшей авиакомпанией мира – Emirates и крупнейшей сетью туристических экскурсионных городских автобусов – City Sightseeing, а также со старейшим музеем - заповедником – Петергофом, курортом – «Горки Город», международным телеканалом – Russia Travel Guide, а также со странами: Вьетнам (VisitRussia Asia), Италия, Объединенные Арабские Эмираты.

Также был создан и запущен в тестовом режиме Национальный туристический портал Russia.Travel, основу которого составляют туристические объекты России. Национальный туристический портал призван стать высоко - востребованной интернет - площадкой для российских и иностранных пользователей, эффективным инструментом в продвижении российского туристского продукта на мировом и российском рынках.

С целью увеличения туристического потока в Россию ведется активная политика по заключению договоренностей со странами о перекрестных годах туризма. Сейчас такие договоренности заключены с такими странами как: Китай, Армения, Иран, Вьетнам, Испания, Франция, Италия, Южная Осетия, Тунис, Сейшельские острова и Израиль.

В рамках Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)», которая основана на финансировании за счёт средств государственного бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и внебюджетных источников, ведется работа по развитию региональной туристической инфраструктуры, повышению привлекательности туристической отрасли для инвестиций:

- на территории Северо - Кавказского федерального округа (в республиках Дагестан, Ингушетия, Кабардино - Балкарской республике и Ставропольском крае) развернута деятельность по созданию четырех региональных туристических кластеров: «Эко - курорт Кавминводы» в Ставропольском крае, «Зарагиж» в Кабардино - Балкарской и «Всесезонный туристический центр «Ингушетия» в Республике Ингушетия;

- в Амурской области - кластер «Амур», «Северная Мозаика» в Якутии;

- в Калининградской области - подготовка к проведению Чемпионата Мира по футболу в 2018 году;

- создаются новые маршруты федерального масштаба: «Серебряное ожерелье России», «Русские усадьбы», «Восточное кольцо», «Чайный путь», «Красный маршрут».

Для развития событийного туризма в России создан национальный календарь, призванный организовать и объединить работу общественных организаций и органов власти в продвижении туристических продуктов регионов на внутреннем и международном рынках.

Таким образом, антикризисная политика Российской Федерации в вопросах развития внутреннего и въездного туризма обширна и требует комплексного подхода.

### **Список использованной литературы:**

1. Жарковская, Е.П. Антикризисное управление: учебник / Е. П. Жарковская , Б. Е. Бродский, И. Б. Бродский - М.: Омега - Л, 2011.

2. Александров В.В., Гевондян А.В. К проблеме участия государственных корпораций в развитии курортно - рекреационного и туристического кластера в СКФО // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. - 2014. - № 1 - 2. - С. 233 - 236.

3. Маигов А.А., Вирабова М.Р. Повышение инвестиционной привлекательности Северо - Кавказского федерального округа В сборнике: Тенденции и императивы управления бизнес - процессами и отраслевыми рынками в обеспечении устойчивого развития региона. Материалы всероссийской научно - практической конференции. Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) Северо - Кавказского федерального университета в г. Пятигорске. 2015. С. 77 - 80.

4. Социально - экономический аспект развития Северо - Кавказского федерального округа. Айдинова А.Т., Багдасарян Г.Г., Блудова С.Н., Гарматюк К.С., Карибджанян А.С., Ионова А.Ч., Мнацаканян М.Р., Костиюков К.И., Варивода В.С., Бокова Ф.М., Джерештиева Ф.А., Сухова Л.Ф., Любенкова Е.П., Максимова О.П., Мухамадиев А.С., Новоселова Н.Н., Новоселов С.Н., Поликанин Е.В., Попова А.И., Мерзаханов Г.Г. и др. Ставрополь, 2010.

5. Концепция долгосрочного социально - экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. Минэкономразвития РФ. - М., 2008.

© Н.С. Кривошеина, А.Г. Моисеева, 2016



## ТРУДНОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЗАЁМНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Ключевые слова:** заемный капитал, развитие предприятия, трудности привлечения кредита.

**Аннотация:** В статье исследованы проблемы, с которыми сталкивается предприятие при получении заемного финансирования, предложены пути решения данных проблем.

Проблема развития предпринимательства в нашей стране остается остроактуальной на протяжении многих лет. Многие предприниматели развивают бизнес исключительно за счет собственных средств. Однако, как справедливо отмечено в [1], компании, использующие только собственный капитал, имеют наивысшую финансовую устойчивость, но ограничивают темпы своего развития, так как не могут обеспечить формирование необходимого дополнительного объема активов в периоды благоприятной конъюнктуры рынка и не используют финансовые возможности прироста прибыли на вложенный капитал. В то время как компании, использующие заемный капитал, имеют более высокий финансовый потенциал своего развития и возможности прироста рентабельности собственного капитала. Однако такие компании в большей мере подвержены финансовому риску и банкротству. Поэтому банки выставляют достаточно жесткие требования к заемщикам. Особенно жесткие требования выставляет банк при кредитовании молодого предприятия или начинающего предпринимателя. Банки предпочитают делегировать право по кредитованию новых бизнес - проектов различным фондам, бизнес - инкубаторам, государственным и общественным организациям, выдающим гранты, и другим институтам, деятельность которых специализирована на выдачу займов для развития новых проектов.

Следует рассмотреть причины, по которым банки чаще всего предприятиям при получении кредита:

- отсутствие кредитной истории. Предприятие, которое имеет недолгий срок функционирования, имеет гораздо меньше шансов на получение кредита, чем долгосрочно функционирующее, которое считается банками более стабильным;

- отсутствие ликвидного залогового обеспечения. Предприятие, не имеющие в собственности ликвидных основных фондов (недвижимость, транспортные средства и др.) имеют низкие шансы на получение кредита;

- низкие показатели кредитоспособности и платежеспособности предприятия, рассчитанные по данным бухгалтерской отчетности. Как правило, предприятия на рынке работают группами (холдинги де - факто), а кредит берется только на одно юридическое лицо, входящее в группу. Отчетность которого может не отражать масштабов бизнеса и

реального положения дел в группе компаний. Хотя в ряде случаев банки для получения кредита рассматривают не только официальную, но и управленческую отчетность.

Если же деньги на развитие бизнеса просто необходимы, то получить кредит может непосредственно собственник бизнеса. В таком случае собственник получает кредит под залог личного имущества, и он же несет перед банком обязательства по возврату кредита.

Одним из вариантов склонения банка к положительному решению является получение кредита под поручительство финансово устойчивого бизнеса. В этом случае все риски по займу ложатся на плечи компании - поручителя, который в случае краха бизнеса заемщика должен будет вернуть деньги банку. Также поручителем может выступить гарантийный фонд. В рамках государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства создана в 2014 году национальная система гарантийных организаций. Задачей региональных гарантийных фондов является предоставление поручительств по обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства (кредитные договоры, договоры банковской гарантии, договоры финансовой аренды (лизинг)) в сумме, не превышающей 70 % от общего объема их обязательств [2].

Однако если банки охотно кредитуют предприятие – это не защищает его от проблем, связанных с заемным финансированием. Если рассмотреть, например, обанкротившуюся авиакомпанию «Трансаэро», в которой, несмотря на очевидные диспропорции в структуре капитала, зарабатываемые убытки, недостаток средств на обслуживания долга, руководство авиакомпании продолжало наращивать заемный капитал [3], можно сделать вывод, что именно доступность заемных средств и погубила компанию. Поэтому компании и банки при привлечении заемного финансирования должны, прежде всего, просчитывать финансовую устойчивость и платежеспособность компании с использованием следующих показателей: коэффициент долговой нагрузки, финансовый рычаг, коэффициент покрытия процентов, коэффициент инвестирования, коэффициент текущей ликвидности, и показатель чистого оборотного капитала. Следовательно, привлечение заемных средств требует от предприятия выработки политики управления капиталом, а также постоянной оценки риска ликвидности и финансовой устойчивости.

В целом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы: анализируя трудности получения заемного финансирования, выяснили, что основными причинами отказа банков в выдаче кредита является отсутствие кредитной истории и залогового обеспечения. Выходом из ситуации может стать привлечение авторитетного поручителя. Предприятия, которые привлекли заемный капитал, должны постоянно оценивать уровень своего финансового риска и не допускать просрочек в оплате долга и процентов.

### **Список используемых источников**

1. Котельникова Н.В. Сравнительная характеристика собственного и заемного капитала компании // Научный альманах - 2015 г. - № 10 - 1(12) с. 233 - 235.
2. Майоров А. А. Развитие федеральных целевых программ и инфраструктуры поддержки предприятий / А. А. Майоров // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. - 2011. - № 5. - С. 5 - 6.
3. Котельникова Н.В. Оценка финансовой устойчивости авиакомпании «Трансаэро» Научный альманах - 2015 г. - № 11 - 1(13) с. 324 - 327.

© И.А. Морозов, 2016

## ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА, ЕГО МЕСТО В СТРУКТУРЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Первые внутренние аудиторы появились на железных дорогах Германии еще во второй половине XIX века, и их задача заключалась в проверке полноты оприходования кассирами денежных средств, полученных за продажу билетов. Однако действительное развитие внутреннего аудита, смысл которого заключался в нефинансовой оценке операций компании и систематическом поиске путей повышения эффективности управления, получил только в начале XX века.

Мировой экономический кризис 1929 - 1933 гг. усилил потребность в услугах бухгалтеров - аудиторов. В это время резко ужесточаются требования к качеству аудиторской проверки и ее обязательности. Так, в 1932 г. обязательным условием для участия в торгах на Нью - Йоркской фондовой бирже стала проверка аудиторами финансовых документов компаний [1, с.359 - 362].

В 1941 году был создан Институт внутренних аудиторов, который в настоящее время является международной профессиональной ассоциацией внутренних аудиторов. Российский филиал института был образован в 2000 году.

На сегодняшний день нет единого определения внутреннего аудита. Понятие внутреннего аудита в нормативно - правовых актах Российской Федерации раскрывается в качестве контрольной деятельности, осуществляемой внутри аудируемого лица его подразделением – службой внутреннего аудита.

В небольших компаниях руководители сами осуществляют контроль над всеми видами деятельности, в связи с чем объективная необходимость во внутреннем аудите может не возникать. По мере роста компании повышается интенсивность хозяйственных операций и увеличивается сложность управления.

Поэтому полномочия по осуществлению внутреннего контроля передаются отдельному подразделению (бухгалтерии, финансовому отделу).

При достижении компанией определенных размеров функции владения и управления бизнесом разделяются, в связи с чем у собственников возникает потребность в контроле за состоянием дел в компании. Для реализации такого контроля могут создаваться специальные подразделения (комитет, служба внутреннего контроля), на которые возлагаются функции по осуществлению внутреннего контроля.

Дальнейший рост компании приводит к разветвлению ее структуры, повышению уровня рисков, которым подвержена организация, что приводит к необходимости создания независимого подразделения, а именно, службы внутреннего аудита, целью которого становится не осуществление контроля, а оценка эффективности системы внутреннего контроля [3, с. 1 - 8].

Роль внутреннего аудита включает в себя следующие аспекты [2, с.573]:

- а) объективная оценка эффективности деятельности менеджмента;
- б) механизм совершенствования системы внутреннего контроля;
- в) объективный источник информации;
- г) механизм совершенствования системы управления;
- д) нацеленность на решение проблем.

Анализ экономических источников выявил, что в качестве основных целей внутреннего аудита выступают следующие аспекты:

- а) повышение эффективности текущей деятельности организации в целом;
- б) достоверность и высокое качество финансовой отчетности;
- в) соблюдение требований законодательства.

Задачи внутреннего аудита определяются руководством предприятия исходя из потребностей управления и раскрывают цели внутреннего аудита:

- а) контроль за состоянием активов и недопущение убытков;
- б) подтверждение выполнения внутрисистемных контрольных процедур;
- в) анализ эффективности функционирования системы внутреннего контроля и обработки информации;
- г) проверка эффективности системы контроля;
- д) оценка эффективности осуществляемых операций;
- е) определение уровня достижения программных целей;
- ж) оценка соблюдения требований действующего законодательства.

#### **Список использованной литературы:**

1. Кучеров А. В., Леушина Е. В. Внутренний аудит в России // Молодой ученый. 2013. №6. С. 359 - 362.
2. Рогоуленко Т.М. Внутренний аудит и его место в системе внутрихозяйственного контроля // Ресурсы Информация Снабжение Конкуренция. 2012, №1, С. 568 - 576.
3. Шухман М.Э. Организация службы внутреннего аудита в корпорациях // Мир науки и образования. 2015, №3.

© А.И. Нафикова, 2016

**УДК 338.27**

**Г.З. Низамова** к.э.н., доцент кафедры ЭНПП,  
**А.В. Маланина** студентка 4 курса  
института нефтегазового бизнеса ФГБОУ ВО УГНТУ,  
Г. Уфа, Российская Федерация

### **ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕФТЕГАЗОВОЙ КОМПАНИИ С УЧЕТОМ ФАКТОРОВ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И РИСКА**

Актуальность прогнозирования для нефтяных компаний обусловливается тем, что в настоящее время наблюдается нестабильность в экономике России и в мире целом. В 2014 г. произошло резкое падение цен на нефть, снижение объемов потребления газа на европейском рынке, очередной виток финансово - экономического кризиса, спровоцированный и ускоренный политическим кризисом на Украине и введением в

отношении России экономических санкций, - все эти изменения внешней среды безусловно повлияли на финансовые результаты деятельности нефтегазовых компаний, на которые необходимо своевременно реагировать.

ПАО «Газпром» - крупнейшая нефтегазовая компания в мире, имеет в своем составе отраслевой институт, разработавший мощный аппарат прогнозирования, позволяющий выполнять долгосрочные прогнозы показателей, с применением которого был сформирован план инновационного развития компании до 2020 года. Однако, данный методический аппарат прогнозирования используется только внутри компании и не может быть представлен широкому кругу общественности. Заинтересованные в развитии компании сторонние лица не имеют доступа непосредственно к расчетам показателей и видят конечные результаты.

Прогнозирование – система количественных и качественных предплановых изысканий, направленных на выяснение возможного будущего состояния и результатов деятельности предприятия в перспективе [1]. *Основная функция* прогноза - обоснование возможного состояния объекта в будущем или определение альтернативных путей. *Целью создания прогноза* является уменьшение того уровня неопределенности, в пределах которого руководитель должен принимать решения. *Результатом* является прогноз, т.е. научно - обоснованное суждение о возможных состояниях объекта в будущем, об альтернативных путях и сроках его существования.

Условно все существующие методы прогнозирования можно разделить на две большие группы:

1) формализованные (фактографические), которые базируются на фактически имеющейся информации об объекте прогнозирования и его прошлом. Их условно делят:

- на статистические методы, основанные либо на построении и анализе динамических рядов, либо на данных случайной выборки;

- на аналоговые методы, направленные на выявление сходства в закономерностях развития различных систем и процессов;

2) экспертные (интуитивные) методы используют мнения специалистов - экспертов и применяются тогда, когда невозможно формализовать изучаемые процессы или имеет место неопределенность развития хозяйственной системы.

В данной работе проведем прогнозирование инновационной деятельности ПАО «Газпром» по методикам корреляционно - регрессионного анализа и экстраполяции, так как данные методы являются довольно простыми в применении и интерпретации результатов. Прогнозирование инновационной деятельности по методике корреляционно - регрессионного анализа сводится к тому, чтобы оценить возможность выявления резерва на обеспечение предприятия всеми составляющими современного инновационного развития. Предлагается определить тесноту связей между факторными признаками и чистой прибылью ПАО «Газпром», так как данный показатель наиболее полно характеризует результативность работы компании. С помощью инструмента Корреляция в Microsoft Excel (пакет «Анализ данных»), мы получили корреляционную матрицу с факторами, имеющие коэффициенты корреляции больше 0,8 по модулю. Между данными факторами и результативным признаком наблюдается весьма высокая связь:

- затраты на НИОКР по группе Газпром, млн. руб.;

- количество разработанных и внедренных технологий в виде результатов НИОКР (в рамках программы инновационного развития), шт.;
- затраты на прединвестиционные исследования и проектно - изыскательные работы, млн. руб.;
- объём финансирования НИОКР, выполняемых сторонними организациями по заказу ПАО «Газпром»;
- общая стоимость нематериальных активов, млн. руб.;
- количество используемых патентов и лицензий, шт.

Далее выведем регрессионное уравнение, отражающее зависимость чистой прибыли от перечисленных факторов с помощью инструмента Регрессия в Microsoft Excel. Основные результаты расчета по этому инструменту приведены на рисунке 1.

Регрессионная статистика					
Мультипликативный R		0,9330564			
R-квадрат		0,8025942			
Нормированный R-квадрат		0,711885			
Стандартная ошибка		177888,03			
Наблюдения		11			

Дисперсионный анализ					
	df	SS	MS	F	Значимость F
Регрессия	5	1,9E+06	2,2E+05	6,7276314	0,011150758
Остаток	5	2,5E+25	3,9E+26		
Итого	10	1,7E+06			

	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-Значение	Нижняя 95%	Верхняя 95%	Нижняя 95,0%	Верхняя 95,0%
У-пересечение	4,26260E-13	2,66531E-13	1,79929E+00	1,50652E-01	-2,58880E-13	1,11140E-12	-2,58880E-13	1,11140E-12
X 1	1,49589E-13	8,82138E-14	1,69576E+00	1,50698E-01	-3,76350E-13	7,71712E-14	-3,76350E-13	7,71712E-14
X 3	6,67722E-17	2,22043E-16	3,90791E-01	7,12048E-01	-6,57951E-16	4,84006E-16	-6,57951E-16	4,84006E-16
X 7	2,75735E-15	1,47033E-15	1,87532E+00	1,19959E-01	-1,02226E-15	6,53696E-15	-1,02226E-15	6,53696E-15
X 8	3,57143E+00	2,04052E-15	1,75026E+15	1,15557E-74	3,57143E+00	3,57143E+00	3,57143E+00	3,57143E+00
X 10	1,21870E-16	2,81661E-15	4,32684E-02	9,67162E-01	-7,11846E-15	7,36220E-15	-7,11846E-15	7,36220E-15
X 11	2,57439E-16	5,94981E-15	9,14002E-02	2,04303E+00	-1,50370E-14	1,55519E-14	-1,50370E-14	1,55519E-14

Рисунок 1 - Фрагмент рабочего листа с выводом итогов по инструменту Регрессия пакета «Анализ данных»

Полученные значения коэффициентов регрессии позволяют представить уравнение регрессии в следующем виде:

$$y = 4,26 + 1,50 * x_1 + 8,68 * x_3 + 2,76 * x_7 + 3,57 * x_8 + 1,22 * x_{10} + 2,57 * x_{11}$$

Значение коэффициента детерминации R - квадрат равно 0,803, что, свидетельствует о том, что полученная зависимость с достаточной степенью аппроксимации отражает наблюдаемое явление. Другими словами, выбранные факторы существенно влияют на величину прибыли предприятия.

Рассчитанный уровень значимости 0,01 < 0,05 (показатель Значимость F в таблице «Дисперсионный анализ») подтверждает значимость коэффициента детерминации R - квадрат.

С помощью расчета коэффициента эластичности, мы можем интерпретировать результаты корреляционно - регрессионного анализа: увеличение затрат на НИОКР на 1 % приводит к увеличению чистой прибыли на 3,14 % , рост количества разработанных и внедренных технологий в виде результатов НИОКР на 1 % также приводит к увеличению чистой прибыли на 5,43 % . Увеличение затрат на прединвестиционные исследования и проектно - изыскательные работы на 1 % позволит увеличить чистую прибыль на 4,17 % , а увеличение объема финансирования НИОКР, выполняемых сторонними организациями по заказу ПАО «Газпром» на 1 % - на 2,28 % . Рост общей стоимости нематериальных активов

на 1 % приведет к увеличению чистой прибыли на 4,34 % , и увеличение количества используемых патентов и лицензий на 1 % - к увеличению на 2,15 % чистой прибыли.

С учетом выявленной тесноты связей между факторными признаками и чистой прибылью предлагается составить прогноз показателей на 2016 - 2018 гг. по методике экстраполяции.

Для этого мы вывели регрессионное уравнение ( $y=a+b*t$ , где  $t$  - время), отражающее зависимость одного конкретного показателя от времени с помощью регрессии.

Метод экстраполяции позволил определить значения прогнозируемых показателей на 2016 - 2018 гг. на базе тенденций, наблюдаемых в прошлом за последние 5 лет (таблица 1). Согласно данному методу, полученные прогнозные значения имеют положительную динамику.

В качестве совершенствования подхода к прогнозированию инновационной деятельности нефтегазовых компаний был предложен метод сценариев с учетом факторов неопределенности и риска.

Метод сценарного прогнозирования является логически последовательным методическим инструментом, который сводится к следующим шагам:

1 Определение ключевых стратегических направлений в области инновационной деятельности компании.

2 Выполнение SWOT - анализа по выделенным стратегическим направлениям, позволяющим определить факторы макро - и микросреды с вытекающими отсюда рисками.

Таблица 1 – Обобщенная таблица по прогнозированию показателей методом экстраполяции

Фактор	Исходные данные					Прогноз		
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
X1 - Затраты на НИОКР по группе Газпром, млн. руб.	8310	7710	7870	11200	15730	15663	17496	19329
X3 - Количество разработанных и внедренных технологий в виде результатов НИОКР, шт.	0	3	7	13	15	20	24	28
X7 - Затраты на прединвестиционные исследования и проектно - изыскательные работы, млн. руб.	0	3320	18260	20470	23200	32115	38470	44825
X8 – Объем финансирования НИОКР,	380	410	450	490	530	566	604	642

выполняемых сторонними организациями по заказу ПАО «Газпром»								
X10 - Общая стоимость нематериальных активов, млн. руб.	371,4 9	523,3 9	277,1 2	7659,6 5	8578,8 1	10547, 36	12902, 45	15257, 54
X11 - Количество используемых патентов и лицензий, шт.	186	198	210	222	234	246	258	270

3 Экспертная оценка рисков, позволяющая определить, какие риски оказывают наибольшее влияние на показатели инновационной деятельности компании.

4 Разработка сценариев развития показателей инновационной деятельности (оптимистического, наиболее вероятного и пессимистического).

Опустим подробные расчеты по выделенным выше этапам и представим только ключевые результаты исследования. Основные факторы неопределенности и риска, которые могут повлиять на инновационную деятельность компании, приведены в таблице 2 [2,3].

Таблица 2 - Основные факторы неопределенности и риска  
ПАО «Газпром»

<i>Факторы риска макросреды</i>	<i>Факторы риска микросреды</i>
1 Риск, связанный с развитием мировой экономики	1 Рыночный риск
2 Политический риск	2 Кредитный риск и риск обеспечения ликвидности
3 Риск усиления конкуренции	3 Риск увеличения затрат и снижения доходов
4 Риск, связанный с изменением валютных курсов и процентных ставок	4 Риск, связанный с обеспечением прав собственности на инновационный проект
5 Инфляционный риск	5 Риск перерасхода бюджета на инновационные проекты

Прогнозные значения показателей инновационной деятельности ПАО «Газпром» на 2016 - 2018 гг. с учетом факторов неопределенности и риска приведены в таблице 3. Полученные прогнозные значения близки к значениям Программы инновационного развития ПАО «Газпром», рассчитанных экономико - математическими методами, что свидетельствует о целесообразности принимаемых управленческих решений.



Таблица 3 – Прогноз показателей инновационной деятельности компании по методу сценариев с учетом факторов неопределенности и риска

Показатели	Значения показателей по сценариям									Прогнозные значения ПАО Газпром		
	Оптимистически			Наиболее вероятный			Пессимистический					
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
1 Затраты на НИКОР по группе Газпром	205 06,6	278 18,6	383 89,5	235 5	353 2,5	529 8,75	182 0,7	209 3,81	234 5,07	20 77 0	263 20	357 90
2 Количество разработанных и внедренных технологий в виде результатов НИОКР	20	26	34	23	34	51	18	21	25	18	20	24
3 Затраты на прединвестиционные исследования и проектно-изыскательные работы	303 92	398 13,5	537 48,3	348 00	522 00	783 00	276 08	328 53,5	377 81,5	31 50 0	422 70	568 00
4 Объем финансирования НИОКР, выполняемых сторонними организациями по заказу ПАО «Газпром»	715, 5	100 1,7	140 2,38	795	119 2,5	178 8,75	609, 5	670, 45	737, 5	79 0	105 0	138 0
5 Общая стоимость нематериальных	112 38,2	147 22,1	192 86	128 68,2	193 02,3	289 53,5	102 08,8	121 48,5	144 56,7	Значений нет		

активов												
6 Количество используем ых патентов и лицензий	307	414	542	351	527	790	278	320	381	256	298	3 4 0

### Список использованной литературы:

1 Буренина, И.В. Современные подходы к планированию и прогнозированию / И.В. Буренина, И.М. Захарова, А.А. Санников. - Уфа: ООО «Монография», 2014. – 176 с.

2 Низамова, Г.З. Формирование системы показателей оценки факторов неопределенности и риска / Г.З. Низамова, Л.Р. Рахматуллина. Материалы VII Международной научно - практической конференции «Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности», НИЦ АЭТЭРНА, 10 сентября 2015 г. – С.101 - 104

3 Низамова, Г.З. Перспективы развития ресурсно - инновационного потенциала Арктического шельфа РФ / Г.З. Низамова, Р.Г. Фамутдинова. Материалы 3 - й международной научно - практической конференции «Современные проблемы социально - экономического развития» 31 октября 2013 г. / НИЦ «Апробация» - Махачкала: ООО «Апробация», 2013 г. - С.43 - 46

© Г.З. Низамова, А.В. Маланина, 2016

УДК 338

**Э.Г. Осипова**

студентка 4 курса СГАУ

г. Самара, Российская Федерация

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОПТИМАЛЬНЫХ ТАРИФОВ МАКСИМИЗИРУЮЩИХ ПРИБЫЛЬ ТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПРИМЕРЕ ГУП «БАШАВТОТРАНС» РБ

Транспортная отрасль является главной для обеспечения жизнедеятельности страны, так как она доставляет продукты от изготовителей к покупателям и гарантирует пассажирооборот. Городской пассажирский транспорт общего пользования считается важным составляющим автотранспортной системы, который гарантирует ежедневную мобильность населения по установленным и зафиксированным на определенный период времени маршрутам, которые известны населению. Обычно пассажирский автотранспорт общего пользования обеспечивает более 75 % трудовых и бытовых поездок населения в городском и пригородном сообщении [1, с. 572]. Транспорт - один из важных секторов экономики, который оказывает влияние на все отрасли народного хозяйства, на жизнь сообщества, и на развитие экономики страны в целом. В ходе организации производства

важно учитывать цену перевозки, и использовать ее при определении стоимости производства. Активность перемещения населения и укрепление разных взаимосвязей находятся в зависимости от стоимости поездок. В современных условиях спада экономики транспорт, как производственная инфраструктура, играет большую роль, как в социальном плане, так и в стабилизации экономики страны.

Главной задачей производства в любом транспорте предприятия считается разумное сочетание и внедрение всех ресурсов производства с целью выполнения максимальной автотранспортной работы при перевозках и наилучшего обслуживания населения пассажирскими перевозками. Прибыль для многих предприятий является важной финансовой категорией и обычно считается главной целью деятельности. По данной причине была рассмотрена математическая модель, позволяющая максимизировать прибыль на основе выбора оптимальных тарифов Туймазинского автотранспортного предприятия «Башавтотранс» Республики Башкортостан. «Башавтотранс» — автотранспортное предприятие, охватывающее своей деятельностью весь Башкортостан.

В нашем исследовании были определены наилучшие тарифы пассажирских перевозок путем исследования функции объема при высоких и низких тарифах, при котором предприятие оказывает необходимые транспортные услуги населению и получает максимальную прибыль [2, с. 68]. Также было выявлено, что при организации пассажирских перевозок необходимо проведение грамотной ценовой политики, так как от нее зависит финансовая устойчивость компаний транспорта. Воздействие на данную проблему оказывает и то, что для значимой доли населения автотранспортные расходы занимают весомую долю в общих потребительских расходах. Установление цен выполнения перевозок того или иного вида транспорта считается не только важным для работы любой автотранспортной организации, но и в значимой мере описывает содержание всех экономико - математических моделей в этой предметной области [4, с. 10].

Тариф устанавливается на одного пассажира городского сообщения, вместе с тем в автобусах пригородного и междугородного сообщения — на один пассажирокилометр. При всем этом тарифы считаются едиными и фиксированными на всей территории. Пересмотр тарифов ведется в связи с инфляцией в стране [3, с. 39], в большинстве случаев он приурочивается к началу нового календарного периода. Спецификой тарифов на проезд в автобусах городского, пригородного и междугородного сообщения является то, что они фактически во всех регионах РФ не покрывают текущих затрат, которые несут пассажирские автотранспортные предприятия. Тарифы на перевозку покрывают только 65 - 70 % себестоимости, а оставшуюся часть составляют дотации из федерального бюджета, а также из региональных бюджетов и бюджетов муниципальных образований.

Установление тарифа на пассажирские перевозки ниже минимального не обеспечит предприятие достаточными доходами для осуществления его деятельности по транспортировке пассажиров. Следовательно, уровень минимального тарифа – это тот предел, меньше которого нельзя устанавливать уровень тарифа на пассажирские перевозки, так как в данном случае автотранспортные предприятия понесут убыток. Регулировка тарифов должно решать задачу обеспечения обоснованности действующего тарифа с точки зрения методики его расчета, ликвидировать включение в тариф необоснованных затрат, убытков от неэффективной работы.

Городской пассажирский автотранспорт считается сложной социально - экономической системой, потому что включает огромное количество взаимосвязанных и взаимодействующих друг от друга компонентов, имеющих конкретную структуру, формирующих как единое целое и направленных на решение сложных задач.

#### **Список использованной литературы:**

1. Колемаева В.А. Математические методы и модели исследования операций. Учебник для вузов. М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2008. - 592 с.
2. Борисова С.П., Борисов В.И., Таликина М.Е. Модель выбора стратегии дифференциации продукта // В сборнике: ЭКОНОМИКА. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. ПЕРСПЕКТИВЫ XXI ВЕКА Материалы международной научно - практической конференции. Саратов, 2014. С. 68 - 70.
3. Борисова С.П., Борисов В.И., Таликина М.Е. Особенности страхования в условиях инфляции // Новая наука: Стратегии и векторы развития. 2015. № 6 - 1. С. 38 - 40.
4. ТЕОРИЯ ИГР И ИССЛЕДОВАНИЕ ОПЕРАЦИЙ Коваленко А.Г. учебное пособие / А. Г. Коваленко, И. А. Власова, С. П. Борисова ; Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Самарский гос. ун - т", Каф. информатики и вычислительной математики. Самара, 2006.

© Э.Г.Осипова, 2016

**УДК 659.4**

**А.С.Пестровская**  
НГУ, магистратура ЭФ, 2 курс  
г. Новосибирск, РФ  
E - mail: 9137682227@mail.ru

### **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ**

В основе любого успешного бизнеса лежит грамотно разработанная и реализованная стратегия развития компании. Каждая компания в процессе своей деятельности ставит перед собой определенные цели. Это может быть увеличение доли рынка, получение больших преимуществ по сравнению с конкурентами, освоение нового сегмента рынка, увеличение прибыли, выход на новый рынок и еще множество других. Однако, для того чтобы добиться каждой из поставленных целей нужно разработать грамотную стратегию развития.

Составление хорошо продуманной стратегии важно как для больших, так и для маленьких компаний. Экономисты признают, что главная цель стратегического управления сегодня это увеличение стоимости компании.

Необходимо отметить, что финансовый кризис не только не сократил интерес отечественных и зарубежных компаний к разработке стратегии своего развития, а значительно его увеличил. Дефицит и повышение стоимости инвестиционных ресурсов,

сокращение емкости рынков сбыта, приводит к необходимости детальной проработки направления своего стратегического развития.

Стратегия развития является специфическим товаром: она не имеет вещественной формы, неосвязаема и по данным признакам может быть отнесена к услугам. Вместе с тем в отличие от услуги, которая неотделима от продавца, стратегия может быть потреблена покупателем без участия субъекта, ее продавшего. Если запас невостребованных услуг создать в принципе невозможно, то в отношении стратегии развития такая операция вполне осуществима. Например, сегодня в России существует солидный запас невостребованных стратегий развития страны, разработанных разными партиями, общественными движениями, учеными. Каждая из них при соответствующих условиях может быть приобретена и поступить в сферу потребления. Стратегия развития региона есть также товар, по своим особенностям близкий продукту интеллектуальной собственности.

Сейчас существует множество компаний предлагающих услуги предприятиям и организациям по разработке стратегии и помощи в ее реализации. Такая услуга является довольно сложной как в реализации, так и в продаже. Предприятия, продвигающие на рынке подобные продукты, все чаще обращаются к современным инструментам интернет - маркетинга [2, с.55]. С помощью интернет - технологий удается рассказать о продукте / услуге большой аудитории. Ориентация на социальные сети повышает эффективность продвижения. Рынок рекламы в социальных сетях появился не так давно однако компании выделяют огромные средства на продвижение. В 2015 году глобальные расходы на рекламу в социальных сетях возрастут на 29 % , достигнув суммы в 19,8 млрд долларов. В 2014 году расходы на рекламу в социальных сетях выросли по сравнению с предыдущим годом на 41 % .

Социальные сети - идеальное место для развития бренда и построения долгосрочных отношений с клиентами [1, с.194]. Профили в социальных сетях могут ранжироваться в поисковых системах, увеличивая тем самым ваше присутствие в Интернете. Кроме того, профили в социальных сетях являются дополнительным местом, позволяющим непосредственно общаться и взаимодействовать с аудиторией. Социальный профиль больше похож на фильтр, привлекающий целевых посетителей на ваш сайт. Чем больше целевых посетителей у вашего сайта, тем больше у вас шансов подтолкнуть их к действиям и увеличить конверсию. Чем больше пользователей поделились в соц. сети информацией с вашего сайта, тем более ценной она становится в глазах поисковых систем. С точки зрения SEO, эти социальные сигналы могут положительно повлиять на продвижение (позицию вашей информации в результатах поисковой выдачи). Социальные сети сделали практически революцию в обмене информацией.

Однако, несмотря на очевидные преимущества, есть и подводные камни – нужно иметь четкое представление о работе социальных сетей. Необходимо постоянное присутствие, запустить проект и бросить его нельзя, это негативно повлияет на репутацию компании. Необходимо постоянно следить за страницей и отвечать на комментарии и вопросы. Создание качественной страницы довольно трудный процесс, поэтому иногда лучше привлечь специалистов, но нужно понимать, что это станет постоянной статьей расхода бюджета. Услуга по развитию стратегии довольно специфична, поэтому в ней будет заинтересовано меньше людей.

Анализ потенциальных конкурентов позволил выявить тот факт, что услуга по разработке стратегии является довольно специфической, поэтому компании пока не продвигают ее в социальных сетях. Основными конкурентами являются компании, основная деятельность которых направлена на разработку стратегий для компаний. Обычно они имеют уже отработанную методику и постоянных клиентов, которые обращаются повторно. Так же существуют другие методы разработки стратегий, которые могут быть использованы компанией и быть довольно эффективными. На рынке присутствуют компании занимающиеся обучением правильной разработки стратегий, это позволяет потенциальным покупателям изучить основные методы и использовать их самостоятельно. В публикациях есть большое количество работ на тему разработки стратегий, которые находятся в свободном доступе.

В целях построения стратегии продвижения продукта были проанализированы товары - аналоги. Для изучения аналогов, выпускающих конкурентами, была использована методика отбора ключевых свойств, по которым сравнивались аналоги [3, с.91].

Наконец, для использования сети интернет в качестве канала продвижения был выбран инструмент социальных сетей. При разработке продвижения учитывался тот факт, что услуга по разработке стратегии развития едва ли заинтересует пользователей обычных социальных сетей. Поэтому была сделана ориентация на деловые социальные сети и популярные сети. В частности в перечень задействованных в продвижении сетей попала сеть LinkedIn. Эта социальная сеть для поиска и установления деловых контактов, обмена информацией, новыми идеями. Таким образом, можно поддерживать контакт с бывшими клиентами, так и находить новых вступая в сообщества по интересам и продвигая там свою услугу. В LinkedIn зарегистрировано свыше 380 миллионов пользователей, представляющих 150 отраслей бизнеса из 200 стран.

Профессионалы.ru – это еще одна полезная сеть для продвижения рассматриваемого продукта. На ней можно зарегистрировать компанию, вступить в сообщество по интересам, заниматься поиском потенциальных клиентов, сотрудников, а так же разместить рекламу.

Подводя итоги можно сказать, что профессиональные социальные сети на сегодняшний день один из наиболее перспективных способов продвижения стратегии развития на рынке, так как он еще мало освоен поставщиками интеллектуальных продуктов, ориентированных на рынок товаров производственного назначения.

#### **Список использованной литературы:**

1. Интернет - маркетинг : учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 288 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс
2. Щеглов Ю.А. Зачем нужен интернет - маркетинг? // ЭКО. 2003. №7. С.55 - 60.
3. Клисторин В.И., Соболев А.К., Шустов А.И., Щеглов Ю.А. Исследование региональных рынков конверсионной продукции предприятий Минатома России // Конверсия в машиностроении. 2001. №3. С.91 - 96.

© А.С. Пестровская, 2016

**А.А.Земскова**

Магистрант, кафедра Менеджмента,  
Самарский государственный экономический университет, г.Самара

**О.С.Коздаева**

Магистрант, кафедра Менеджмента,  
Самарский государственный экономический университет, г.Самара

Э.П.Печерская

Научный руководитель, д.п.н., профессор, кафедра Менеджмента,  
Самарский государственный экономический университет, г.Самара

## **РОЛЬ РУКОВОДИТЕЛЯ В ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И СОЗДАНИИ БЛАГОПРИЯТНОГО СОЦИАЛЬНО - ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА**

Многие специалисты в области менеджмента уже давно отводят важную роль корпоративной культуре организации, утверждая, что в ней заложен огромный потенциал для развития.

В настоящее время под корпоративной культурой понимают атмосферу или социальный климат в организации. При этом формирование корпоративной культуры – сложная и многоаспектная задача. От ее решения во многом зависит успешность бизнеса.

Как отмечают современные исследователи, проявляется корпоративная культура, прежде всего, в поведении ее руководителей как адептов этой культуры. Провозглашенные ими лозунги и нормы, а главное - организационные ресурсы, направленные на их реализацию и утверждение в сознании членов организации, становятся важнейшими ориентирами поведения работников, которые нередко служат более важным фактором организации поведения, чем формализованные правила и требования.

Можно выделить несколько наиболее популярных вариантов формирования организационной культуры в современных отечественных компаниях, которые распространены на практике:

### 1) Применение административных мер.

Данная мера заключается в укреплении власти менеджера за счет усиления контроля над сотрудниками, введения системы штрафов. Стоит сказать, что подход, при котором ценности фирмы усваиваются сотрудниками «из - под палки», едва ли сможет сплотить коллектив и объединить его общей идеей. Хотя, учитывая российские культурологические особенности, без жестких административных мер трудно добиться приемлемой дисциплины.

### 2) Выбор ответственного лица за формирование корпоративной культуры.

Руководство назначает лиц, ответственных за формирование и внедрение корпоративной культуры. Создаются специальные отделы (к примеру, отдел организационного развития или мотивации). В задачу данного сотрудника (отдела) входит четкая формулировка принципов, лежащих в основе деятельности компаний. Однако такой вариант признается неэффективным, так как в качестве «идейного лидера» чаще всего признается генеральный директор компании, как лицо, обладающее наивысшим авторитетом. Как следствие,

создаваемая «отечественным лицом» культура не воспринимается сотрудниками всерьез. Именно генеральный директор компании как лидер коллектива должен быть носителем ценностей и принципов фирмы.

### 3) Привлечение внешнего консультанта.

Генеральный директор, который осознает недостатки корпоративной культуры компании, но не знает, как решить эту проблему, может обратиться к внешнему консультанту. Однако если раньше речь шла о том, что даже сотрудник фирмы сталкивается с трудностями в формировании корпоративной культуры, то у человека со стороны будет еще меньше шансов в решении данной проблемы. Специалист будет выстраивать элементы корпоративной культуры, основываясь на своих личных представлениях. В свою очередь они могут не совпадать со взглядами заказчика. Причем в данном случае важно отметить, что исправление ошибки в формировании идеологии крайне сложно, так как это очень долгий и детальный процесс, а результат не всегда предсказуем.

Таким образом, важная роль в формировании корпоративной культуры отводится руководителю фирмы. Руководителю, формирующему корпоративную культуру, следует уделять внимание созданию особого микроклимата.

Именно формирование здорового социально - психологического климата коллектива является одной из наиболее важных задач любой организации и руководителя. Развертывание творческого потенциала личности, задействование человеческого фактора, создание полноценного и счастливого образа жизни человека в конечном итоге являются задачами совершенствования психологического климата.

Отношения руководства и подчинения играют среди других факторов формирования социально - психологического климата коллектива. Руководитель должен уметь искусством общения, убеждения, иметь острый пылливый ум, быть незаурядной личностью и быть эрудированным во всех сферах жизни. Он должен знать все тонкости «человеческой инженерии», владеть обширными гуманитарными знаниями, так как он, прежде всего, работает с людьми.

Успешную жизнедеятельность человека во многом определяет здоровый социально - психологический климат. Если в коллективе недооценивается роль факторов, которые благотворно на него влияют, то может сложиться ситуация, проявляющаяся в напряженных отношениях и конфликтах в коллективе.

Социально - психологический климат сам собой не возникает. Для его формирования необходима целая система и прежде всего соответствующий стиль руководства. Без преувеличения можно сказать, что успех организации на 80 % зависит от руководителя, в том числе и от его способности эффективно руководить людьми.

Признаками благоприятного социально - психологического климата являются:

- высокая требовательность и доверие сотрудников друг к другу;
- доброжелательная деловая критика;
- свободное выражение собственного мнения членами организации при обсуждении всех вопросов жизни коллектива;
- удовлетворенность принадлежностью к учреждению;
- высокая степень взаимопомощи;
- достаточная информированность членов организации обо всех аспектах ее внутренней жизни.



Факторы эффективного взаимодействия руководителя с подчиненными:

1. Уважение. Сотрудник начинает уважать руководителя в тот момент, когда почувствует уважение к себе, исходящее от руководителя. Проявляйте заботу о подчиненном как о личности, и он всегда поможет вам в трудной ситуации.

2. Доверие. Сотрудник ждет поддержки и доверия руководителя. Доверие возрастает, если действия руководителя способствуют продвижению работников. Доверие исчезает, если руководитель поддерживает рост некомпетентных людей.

3. Обучение. Эффективность руководителя связана с тем, чему у него можно научиться. Поэтому нужно превосходить подчиненных, нужно уметь выступать в роли учителя. Руководитель не учит, у него учатся

Управление трудовым коллективом на социально - психологическом уровне дает руководителю мощные рычаги побуждения людей к активной трудовой деятельности, позволяет ему полнее использовать скрытые резервы коллектива. Только в коллективе с положительным социально - психологическим климатом человек обнаруживает свои отличительные признаки и качества – свои особенности. Ведь именно особенностями ценен человек, а коллектив ценен, если его члены – личности.

### Список использованной литературы:

1. Бойко В.В. Социально - психологический климат коллектива и личность [Текст] / В.В. Бойко [и др.]. – М.: Мысль, 2012. – 450 с.

2. Грошев, И.В. Организационная культура [Текст]: учеб. пособ. / И.В. Грошев. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2011. - 288 с.

3. Гудкова, Т.В. Особенности корпоративной культуры российских компаний. [Текст]: монография / Гудкова Т.В. – М.: Проспект, 2016. – 168 с.

4. Жданов О.И. Социально - психологический климат в коллективе [Электронный ресурс] // Центр дистанционного образования «Элитариум». URL: [http://www.elitarium.ru/2007/11/14/klimat\\_v\\_kollektive.html](http://www.elitarium.ru/2007/11/14/klimat_v_kollektive.html)

5. Латфуллин, Г. Организационное поведение [Текст]: учебник / Г.Латфуллин, О. Громова. - СПб: Питер, 2011. – 273 с

© Э. П. Печерская, О. С. Козадаева, А. А. Земскова, 2016

УДК33

**О.В. Прохорова**

аспирант кафедры Менеджмента

Института экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

город Симферополь, Республика Крым, Российская Федерация

### КОМПОНЕНТ СТРУКТУРЫ ОРГАНИЗАЦИОННО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ – СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Организационно – экономический механизм управления предприятием представляет собой многосложную структуру, которая вмещает в себя различные инструменты, компоненты, элементы и системы. Известно, что все составляющие механизма управления предприятием оказывают воздействие на процесс результативности всех его функций, как

извне, так и в среде микроклимата организации. Для эффективного формирования структуры элементов, объединенных в многосложный механизм управления необходимо особо учитывать понятие «мотивации персонала». Данное понятие стимулирует функцию повышения уровня производительности труда, что соответствует ключевому направлению механизма управления предприятием.

Профессор М. Мескон предлагает следующую характеристику механизма управления - «процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь цели организации». Соглашаясь с вышеизложенным, необходимо отметить, что мотивация персонала является продуктивной компонентой механизма управления предприятием, а её итог в большей степени показан в «мотивации на результат», который принято определять как ключевой показатель эффективности. Анализируя систему мотивации персонала, как составляющую механизма управления предприятием, необходимо рассмотреть виды мотивации и их значение. Итак, их три:

- Материальная мотивация;
- Социальная мотивация;
- Психологическая мотивация.

Очевидно, что именно мотивация на результат, являясь составляющей системы мотивации персонала, предоставляет сотрудникам предприятия возможность легально увеличивать личный доход, так как обуславливает определённую связь между выплатами вознаграждений и собственными приложенными усилиями, посредством выполнения возложенных обязанностей. Программа компенсаций является чётким стимулом для повышения результативности деятельности трудового коллектива предприятия, что находит своё отражение в эффективности использования человеческих ресурсов и снижает расходы на поиск, подбор и адаптацию нового сотрудника предприятия. Программу компенсаций, вознаграждений, поощрений каждое предприятие разрабатывает и осуществляет самостоятельно, с учётом специфики видов хозяйственной деятельности, а также целей и управленческих стратегий. На наш взгляд, основной трудностью в разработке системы оплаты труда на предприятии является оптимальность в обеспечении компромисса взаимоотношений работника и работодателя. Уровень финансовых выплат должен соответствовать денежным эквивалентам результативности выполняемых обязательств каждого сотрудника, а также с учётом стоимости его рабочей силы.

Рассматривая следующий вид мотивации персонала, а именно социальную, необходимо отметить, что именно данный вид направлен на одобрение руководства предприятия профессиональных навыков и успехов трудового коллектива. К специфике положительной реализации данного вида мотивации, как компоненты системы мотивации, можно отнести:

- Обязательные бенефиты;
- Добровольные бенефиты;
- Внешние стимулы не монетарного характера;
- Выпуск внутрифирменной прессы, с указанием результатов производительности труда сотрудников;
- Устная или письменная форма благодарности;
- Доска почёта;
- Проведение корпоративных праздников.

Известно, что социальная мотивация персонала на предприятиях нашей страны используется не в полной мере, либо совершенно отсутствует. Исключение составляют два города федерального значения Москва и Санкт - Петербург. На предприятиях данных субъектов Российской Федерации часто используют в полной мере обязательные и добровольные бенефиты, что повышает целевые показатели производительности труда коллективов предприятий, снижает коэффициент текучести кадров, обеспечивает постоянный штат высококвалифицированных сотрудников, и главное, обуславливает эффективность реализации механизма управления.

Касательно следующего вида мотивации персонала, а именно психологического стимулирования следует выделить следующее, создание благоприятного психологического климата в микросреде коллектива предприятия является заинтересованностью абсолютно каждого субъекта хозяйствования. Психологические аспекты трудовой деятельности персонала находятся в тесной связи с всевозрастающим осознанием потребности в понимании психологических особенностей человека, как фактора трудовых ресурсов, с целью повышения результативности эффективного современного механизма управления предприятием. Выделим ключевые психологических закономерностей в данном виде мотивации. Чётко выявленные и ясные цели сами по себе приводят к мотивации, при этом следует учесть, что формирование должно быть правильным, так как результатом его будет являться стимул. Цель правильно определена, если она реально достижима, повышает самооценку сотрудника, предоставляет возможность выявить сильные стороны и навыки работника, проявить скрытые знания. Предоставление сотруднику право голоса и учёт его мнения при выполнении задач. Действенное делегирование прав, касающихся возможности реализовать себя в процессе принятия верных решений, определения последовательных мероприятий с целью решения важных вновь выявленных в ходе выполнения возложенных обязанностей вопросов. Также нельзя забывать и о сложившейся степени профессионализма работающих сотрудников на предприятии более 10 лет.

Иными словами, психологическая мотивация обеспечит стимул в сохранности и ценности корпоративной культуры предприятия, в положительной динамике социальной политики, стремление к новым возможностям (карьерный рост), снизит степень напряженности персонала, повысит уровень ответственности по закрепленным и выполняемым обязанностям сотрудников предприятия. Следствием вышеперечисленных характеристик психологической мотивации, как одной из составляющих системы мотивации персонала в целом, являются факторы внутреннего отражения продуктивности механизма управления предприятием.

Итак, прежде всего, необходимо отметить, что система мотивации персонала в современной интерпретации – это не что иное, как ряд сгруппированных подсистем материального и нематериального стимулирования труда персонала предприятия.

В конечном итоге правильно и грамотно сформированная система мотивации персонала, как составляющая механизма управления предприятием, предоставляет возможность к эффективному решению следующих задач:

- Точно скоординировать цели деятельности штатной единицы, либо структурного подразделения, либо предприятия в целом, с целью выявления способностей их достижения;
- Выявить и урегулировать трудности вопросов «текучести» кадров;
- Обеспечить надёжность рабочих мест и заинтересованность высококвалифицированных специалистов;
- Сводить к минимуму финансовые и временные расходы, связанные с поиском, подбором, адаптацией персонала;

- Содействовать в организации рабочему коллективу сплоченной атмосферы микроклимата, в которой обеспечить убедительную уверенность в профессиональной востребованности с мотивацией на результат.

Как следствие, необходимо отметить, что наиболее часто мотивирующими стимулами в системе мотивации персонала определены следующие - сохранение рабочего места за сотрудником, а также повышение размера вознаграждения.

Резюмируя вышеизложенный материал, следует сказать, что компетентно фундаментированная система мотивации персонала, как особый элемент в структуре механизма управления предприятием, является результативным инструментом, повышающий уровень хозяйствования предприятия, посредством положительной динамики показателей эффективности деятельности всего трудового коллектива предприятия. Рассматриваемая система является взаимным результатом оценки каждого сотрудника, насколько работодатель заинтересован в своей штатной единице, и наоборот. Обеспечение трудовому коллективу атмосферы высоких возможностей реализовать собственные знания и навыки является проявлением плодотворности сотрудничества работников между собой, что гарантирует снижение показателей текучести кадров и числа прогулов, а также способствует повышенному вниманию к процессу выполнения обязанностей.

#### **Список используемой литературы**

1. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Академия народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации / М., «Дело», 1997.
2. Соломанидина Т.О., Соломанидин В.Г. Управление мотивацией персонала (в таблицах, схемах, тестах, кейсах) / М.: Журнал "Управление персоналом", 2005. — 128 с.
3. Верхоглазенко В. В. Система мотивации персонала / Журнал "Консультант директора" (№4, 2002) Электронный ресурс: : <http://www.management.com.ua/hrm/hrm052.html>
4. Зайцева Т.В. Управление персоналом: Учебник / Т.В. Зайцева, А.Т. Зуб. – М.: ИД Форум, НИЦ ИНФРА – М, 2013. – 336с.
5. Федорова Н.В., Управление персоналом: Учебник / Н.В. Федорова, О.Ю. Минченкова. – М.: КноРус, 2013. – 432с.

© О.В. Прохорова, 2016

**УДК 379.851**

**Ю.С.Путрик**

д.ист.н., профессор кафедры туризма,

**А.И.Науменко**

магистрант направления подготовки Туризм,

ФГБОУ «Московский государственный институт культуры»,

г. Москва, Российская Федерация

#### **ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФОТОТУРИЗМА В РОССИИ**

Современный туризм - это мощная, усиленно развивающаяся индустрия, характеризующаяся достаточной результативностью и стабильными тенденциями развития.

Туризм является одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей экономики и за быстрые темпы он признан экономическим феноменом столетия [4]. Сфера туризма влияет на любой континент, государство или город, поскольку туризм является межотраслевой сферой экономики.

В современном мире туризм играет важную роль не только в деле культурного обмена между разными странами - развитие туризма обеспечивает удовлетворение познавательных потребностей людей по всему миру[2]. Туризм связан с разными сторонами жизни современного общества: социально - экономической, сервисной, рекреационно - оздоровительной, культурно - досуговой, воспитательной, образовательной, просветительной, социально - защитной, способствующими социализации разных возрастных групп населения[3]. Туризм помогает восстановить физические и духовные ресурсы человека. Отдых при этом носит активный характер, включая разнообразные развлечения, которые помогают отвлечься от монотонности быта и работы, познать мир шире, познакомиться с различными традициями, обычаями, новыми людьми. Широчайшее видовое разнообразие туризма, многоплановость туристско - экскурсионной деятельности как средства познания делают туризм превосходным инструментом гармонизации современного общества [7].

Туризм, являясь сегодня глобальным социально - экономическим явлением, функционирующим в условиях порой весьма жесткой конкуренции, характеризуется большой степенью подверженности инновационным процессам, следование которым зачастую является основным детерминирующим конкурентоспособность туристских организаций фактором. Инновации выступают основным инструментом в борьбе с конкурентами [6].

В туристском бизнесе инновационный цикл начинается с момента возникновения идеи об открытии нового направления (дестинации) поездок, создания нового продукта или внесении изменений в существующий, внедрения новых видов технологии или коммуникаций. Разрабатывается и определяется целевая направленность продукта с ориентацией на определенного потребителя, примерное наполнение туристского продукта. Примером инновационного предложения может стать фототуризм [6].

Зачастую отдых для многих символизирует смену обстановки и, как правило, получение новых впечатлений. Это должно быть что - то развивающее, захватывающее, а чтобы совместить интересное путешествие и яркие неординарные фото в современном мире придумали необходимый вид отдыха - фототуризм. Там непременно можно научиться останавливать мгновение, чтобы запечатлеть его в снимке. При этом если до путешествия не обладать ни малейшими навыками в искусстве получения фотоснимков, то уедешь домой с полным багажом знаний.

Фототуризм можно определить как путешествия по природным, историко - архитектурным, этнографическим и другим местам и достопримечательностям с целью создания высококачественных фотографий и повышения мастерства фотосъемки [9].

Данный вид туризма является новым, поэтому он не фигурирует ни в одном из существующих нормативных документов [1]. На опыте зарубежных коллег рассмотрена классификация фототуров, которая дает информацию об основных критериях, необходимых для формирования подобных туров. К этим критериям относятся: возраст туристов, степень комфортности, продолжительность тура, форма проведения тура, а также

объекты съемки. Определено оптимальное количество участников фототура (1 - 3 человека для индивидуальных и 3 - 8 для групповых туров). Фототуризм не может реализовываться без специализированной техники, поэтому туристам необходимо брать с собой особый инвентарь, который поможет запечатлеть понравившиеся местности и объекты [8].

Данная форма туризма определённо подходит увлечённым фотографам, которые едут с целью пополнения портфолио и отработки на практике ранее полученных знаний о фотосъемке. Начинающие фотолюбители также могут отправиться в такое путешествие для приобретения навыков, получения консультации профессионалов. Все желающие могут совершать поездки с фотоаппаратом в руках и в группе своих единомышленников [8].

Фототуры организываются, как правило, туристическими фирмами, но также этим занимаются школы фотографов или профессионалы, создающие специальные мастер - классы и фотосессии на природе. Организаторы заранее планируют продолжительность поездки, выбирают маршруты, составляют программу путешествия, бронируют гостиницу для проживания на весь период поездки [8].

Актуальность исследования фототуризма в первую очередь это - развитие внутреннего туризма и применение современных технологий, для привлечения большого потока туристов и выход за границу.

В России фототуризм как вид туризма появился совсем недавно, но его история началась еще в Советском Союзе. Толчком для такого рода отдыха послужил журнал «Советское фото», публиковавший снимки путешественников и фотолюбителей со всей страны. Кроме того, в СССР насчитывалось порядка 450 фотоклубов, которые организовывали обучающие кружки и походы на природе – это были первые советские фототуры [2].

Появление на туристском рынке такого вида туризма обусловлено следующими факторами:

- научно - техническим прогрессом, предоставляющим все новые возможности в организации путешествий;
- агрессивной урбанизацией;
- жизненной рутинной и пресыщенностью туристов стандартными туристскими программами.

География фототуров чрезвычайно обширна – фактически, это вся планета. Среди популярных направлений фототуров можно выделить в первую очередь Европу – для стрит - фотографии и жанровых работ. Здесь весьма выигрышны колоритные Париж, Амстердам, Мадрид, Прага, Лиссабон. В пейзажных турах, равно как и в жанровой съемке, первенство за экзотическими направлениями: Юго - Восточная Азия, Ближний Восток, Индия, Китай и Непал, Средняя Азия. Нередко также можно встретить предложения в Южную Америку, страны Карибского бассейна, Австралию и Исландию [9].

Россия могла бы себя позиционировать для данного вида туризма, т.к. в нашей стране множество интересных и зачастую диковинных пейзажей. Природа Камчатки и Урала, Алтай и Байкала так и просятся в кадр. А ещё в России живут сотни народностей, у каждой из которых своя история, уклад жизни и традиции – от эскимосов до осетинцев, от казаков до кочевников южнорусских степей. Словом, простор для творчества в России найдут и поклонники пейзажной съемки, и любители «этнического компонента» [9].

Можно считать, что фототуризм, не является массовым видом туризма, поэтому статистика туристских потоков не ведется, так как количество прибытий с целями фототуризма является незначительным. Однако в настоящее время у большинства туристов становятся непопулярными массовые туристские программы и направления, в связи с этим увеличивается популяризация необычных и непривычных видов отдыха, в том числе фототуризма. Благодаря развитию технологий, популяризации социальных сетей и Интернета занятие фотоискусством сегодня считается «модным». Все это, несомненно, должно повлиять на развитие фототуризма, в частности в России. Так же при изучении фототуризма за рубежом требуется провести анализ методик и технологий проведения экскурсий в рамках фототуризма; изучить возможности сотрудничества с туристическими журналами и ВУЗами для использования фототуризма в учебных и рекламных целях.

#### **Список использованной литературы:**

1. Федеральный закон от 24.11.96 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (последние изменения от 01.11.2012 N 169 - ФЗ).
2. Волошина, А.А., Теньгушева, В.М. Фототуризм как оригинальный вид туризма // Сборник статей XIII межвузовской научно - практической конференции студентов и аспирантов «Молодёжь, наука, творчество - 2015». Омск: Омский государственный институт сервиса. - 2015. - Ч.2. - С.11 - 12.
3. Грибкова, Г.И., Зайцева, Т.А. Проектная деятельность в структуре профессиональной компетентности бакалавров туризма // Экономика и предпринимательство. - 2015. - №10 - 2(63 - 2). - С.1091 - 1094.
4. Динамика туризма. [http://e-works.com.ua/work/3446\\_Dinamika\\_turizma.html](http://e-works.com.ua/work/3446_Dinamika_turizma.html) (дата обращения 15.03.2016).
5. Зайцева, Т.А. Сохранение историко - культурного наследия России - одно из стратегических направлений деятельности государства // Актуальные вопросы экономики, управления и права: сборник научных трудов. - 2012. - №3. С.79 - 82
6. Малахова, Н.Н., Ушаков, Д.С. Инновации в туризме и сервисе. - М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н / Д: Издательский центр «МарТ». - 2008. - 224с.
7. Путрик, Ю.С., Караневский, П.И. Пути развития Российского туризма в эпоху глобализации. // Знание.Понимание.Умение. - 2007. №2. - С.178 - 184.
8. Фототуры - <http://photo-tur.ru> (дата обращения 15.03.2016).
9. Тонкости туризма - <http://tonkosti.ru> (дата обращения 15.03.2016).

© Ю.С.Путрик, А.И.Науменко, 2016

**УДК 338**

**И.В.Сенаторов**

студент 4 курса СГАУ  
г. Самара, Российская Федерация

### **СТРАХОВАНИЕ ЭМИТЕНТОВ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ**

Страхователями признаются юридические лица: банки, платёжно– карточные ассоциации и иные кредитно–финансовые учреждения, получившие в установленном законодательством Российской Федерации порядке лицензию от соответствующих

государственных органов на свою деятельность, являющиеся резидентами России или представителями банков–нерезидентов, аккредитованными в установленном порядке, заключившие со Страховщиком договоры страхования и имеющие право на изготовление и (или) распространение платежных карточек – пластиковых карт [1, с.576].

Страховым риском является риск убытков Страхователя при осуществлении им операций с использованием пластиковых карточек и обслуживанием держателей пластиковых карточек, в виде неполученного дохода или дополнительных расходов, наступившие вследствие страховых случаев, в пределах осуществления Страхователем банковской или иной финансовой деятельности, на основе выданной, в установленном законодательством Российской Федерации порядке, лицензии, от соответствующих государственных органов на свою деятельность [2, с. 235].

Страховщик предоставляет страховую защиту Страхователю от риска убытков в результате расчета по поддельной пластиковой карточке, при: получении валюты, монет, банкнот, дорожных чеков, векселей или иного письменного распоряжения на выплату определенной денежной суммы Страхователем или его представителем, или любой финансовой организацией, действующей по поручению Страхователя. Подобные платежи проводятся через торговый расчетный терминал (POS терминал); получении валюты, монет, банкнот в банкомате, связанном с сетью, к которой подключен Страхователь; оплате товаров или услуг в случаях, когда платежи проводятся через торговый расчетный терминал (POS терминал) [5, с.224].

Страховщик предоставляет страховую защиту Страхователю от риска убытков в результате расчета по подложной пластиковой карточке, при: при получении валюты, банкнот, дорожных чеков, векселей или иного письменного распоряжения на выплату определенной денежной суммы Страхователем или его представителем, или любой финансовой организацией, действующей от имени Страхователя; при оплате товаров или услуг, когда платежи проводятся НЕ через торговый расчетный терминал [3, с. 68].

Пластиковая карта считается «подложной», если она якобы выпущена Страхователем и содержит все его реквизиты, но: Страхователь в действительности не санкционировал ее печать и / или тиснение на ней, которая хотя и выпущена должным образом изначально, но затем была мошеннически изменена втайне от Страхователя.

Страховщик предоставляет страховую защиту Страхователю от риска убытков в результате расчета по потерянной / украденной пластиковой карточке (эмитентом которой является Страхователь), либо в результате несанкционированного использования любой, содержащейся на карточке, информации третьими лицами: при получении валюты, монет, банкнот, дорожных чеков, векселей или иных письменных распоряжений на выплату определенной денежной суммы Страхователем или его представителем, или любой финансовой организацией, действующей от имени Страхователя; при получении валюты, монет, банкнот в банкомате, принадлежащем Страхователю или в банкомате, связанном с сетью, к которой подключен Страхователь; при оплате товаров или услуг [4, с. 39].

При наступлении страхового случая Страховщик возмещает: материальные убытки Страхователя в виде неполученного дохода или дополнительных расходов, наступившие вследствие страховых случаев при осуществлении [6, с.18]. Страхователем банковской или иной финансовой деятельности; судебные расходы (издержки) Страхователя по делам о возмещении убытков, причиненных в результате наступления страхового случая, если эти



расходы вместе с суммой страхового возмещения не превышают установленной в договоре страховой суммы; расходы понесенные страхователем в целях уменьшения убытков, подлежащих возмещению страховщиком.

### Список использованной литературы

1. Банковское дело / Под. ред. О.И. Лаврушина – М.: Финансы и статистика, 2003. – 576с.
2. Борисова С.П., Борисов В.И., Таликина М.Е. Методика расчета тарифных ставок при страховании инвестиционных рисков // Новая наука: Проблемы и перспективы. 2015. № 5 - 1. С. 235 - 237.
3. Борисова С.П., Борисов В.И., Таликина М.Е. Модель выбора стратегии дифференциации продукта // В сборнике: ЭКОНОМИКА. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. ПЕРСПЕКТИВЫ XXI ВЕКА Материалы международной научно - практической конференции. Саратов, 2014. С. 68 - 70.
4. Борисова С.П., Борисов В.И., Таликина М.Е. Особенности страхования в условиях инфляции // Новая наука: Стратегии и векторы развития. 2015. № 6 - 1. С. 38 - 40.
5. Галицкая С.В. Деньги, кредит, финансы. – М.: Экзамен, 2002. – 224с.
6. Данилин В.А., Бармапова О.Р. Рынок банковских карт в Самарской области – проблемы и перспективы // Деньги и кредит. – 2005. - №12. – С.18 - 22.

© И.В.Сенаторов, 2016

### УДК 659

**М. А. Солдатов**

к.ф. - м.н., доцент

**А. А. Запорожен**

Студентка 2 курса магистратуры,

Кафедра бизнес - информатики и математического моделирования  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

Институт экономики и управления

Республика Крым, Россия

**О. С. Шенко**

Студентка 1 курса магистратуры,

Кафедра менеджмента организации  
Севастопольский государственный университет

Институт финансов, экономики и управления

г.Севастополь, Россия

### ИННОВАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТАРИЙ МАРКЕТИНГА, ПОНЯТИЕ БРЕНДИНГА

Торговая марка и бренд, что более перспективно?

В современном мире очень часто путают понятия «торговая марка» и «бренд». Так в чем же их различие и в чем они пересекаются?

Рассмотрим каждое определение в отдельности. Основоположник четырехмерного брендинга, шведский экономист и маркетолог Томас Гэд, считает, что: «Торговая марка – знак права собственности, что – то вроде гаранта. Она может быть зарегистрирована и находиться в собственности компании или частного лица на протяжении всего срока жизни» [1]. Другими словами, понятие «торговая марка» - это синоним термина «товарный знак».

С определением термина «бренд» ситуация обстоит несколько сложнее, специалисты в области маркетинга так и не сошлись в едином определении.

Французский профессор Стратегии маркетинга в «Школе менеджмента НЕС» Жан - Нозль Капферер считает, что: «Бренд — имя, влияющее на поведение рыночных потребителей / покупателей.»

В своей книги «Бренды которые изменили бизнес» Стюарт Крейнер и Дез Дирлав дают определение: «Бренд обладает не только физическим телом, но и вполне определенными психологическими свойствами. Иначе говоря, бренд сегодня – это не просто носитель информации для разума. Он взывает и к душе. Бренд – это своего рода обещание и, в конечном счете, Вам придется его выполнить. Продукт – это подтверждение того обещания, которое содержит в себе бренд». [2]

Иными словами, «бренд» - это набор качеств и свойств, которые отключают его от конкурентов, с помощью которых компания становится легко узнаваемой и наиболее привлекательной для потребителей. Это наиболее развитая форма «торговой марки», которая пошла выше понятия торгово - промышленной собственности Компании, выраженной графическим или словесным способом.

В настоящее время «бренд» выполняет идентификационную, коммуникативную и психологическую функцию при развитии и продвижении Компании на рынке, выстраивает ассоциативные и доверительные отношения с потребителями.

Развитие бренда в современных условиях?

В условиях жесткой рыночной конкуренции просто необходимо формирование долгосрочных положительных взаимоотношений с потребителями, партнёрами и поставщиками. Именно сильный бренд, который основывается на таких факторах, как: ценность для потребителя, сила компании и индивидуальные конкурентные преимущества, является залогом выстраивания положительного клиентского опыта.

У каждого бренда есть внутреннее и внешнее восприятие себя. Внутреннее, это то, как руководство Компании и компания в целом видит себя в настоящем и будущем, то к чему стремится. А внешнее, это то, как Компанию видят окружающие (клиенты, конкуренты и потенциальные пользователи), с чем она ассоциируется и какие вызывает эмоции. Идеальный вариант, которого хочет достичь любая компания, когда внутреннее и внешнее восприятие станут единым целым.

В мировой практике при достижении поставленной цели чаще всего используется три основных инструмента развития бренда:

1. Построение архитектуры бренда.

Именно от правильного построения архитектуры бренда зависит успех всего проекта.

Существует два вида архитектуры бренда:

- «House of Brands», используется чаще всего американским и европейскими странами.

В рамках одной Компании создается несколько брендов, каждому из которых отводится

определенная роль (стратегический бренд, бренд - рычаг, бренд - звезда и т.п.). Каждое из направлений продвигается независимо от другого под своим собственным именем.

- «Branded House», чаще всего применяется странами востока и пользуется наибольшей популярностью в российских компаниях. Он заключается в создании мегабренда, который является корпоративным и под которым одновременно предоставляется весь спектр товаров / услуг компании.

## 2. Создание идентичности бренда

Идентичность бренда - это комплекс ассоциаций и представлений о том, каким его видит потребитель.

Любая компания, которая решила создать сильную и внутренне последовательную идентичность бренда должна пройти через определенный ряд этапов. В первую очередь необходимо провести анализ рынка, с изучением основных конкурентов, их ценовых предложений, слабых и сильных сторон. Составление полного стратегического SWOT – анализа, с выявлением факторов внешней и внутренней среды компании, так же поможет понять компании где она сейчас находится и задать правильный вектор дальнейшего развития Компании.

Очень важным этапом при создании идентичности бренда является правильно составленная Миссия Компании, ради которой она существует на рынке, уникальные конкурентные преимущества, которые присущи только вашему бренду и которые тяжело или невозможно скопировать вашим конкурентам и позиционирование Компании на рынке.

Создание идентичности бренда – это мультидисциплинарная задача, которая может включать в себя все что угодно. Например, название компании, логотип, стиль, формы продуктов и т.п.

## 3. Разработка программ маркетинговых коммуникаций.

Маркетинговые коммуникации представляют собой процесс и способ передачи информации целевой аудитории о выходах продуктов или услуг, предоставляемых компанией. Они позволяют сделать продукты или услуги Компании более привлекательными для потребителей. В мировой практике существует достаточно широкий спектр используемых приемов продвижения бренда. Рассмотрим наиболее популярные из них.

### 3.1. Реклама.

В наше время современные технологии делают понятие рекламы настолько разносторонним и многовариантным, что дать единого, универсального определения практически невозможно. Сейчас компании используют рекламу как инструмент создания долгосрочного имиджа бренда, так и для увеличения уровня продаж. Человеческая психология устроена таким образом, что чем больше потребитель видит рекламных объявлений определенного бренда, чем больше затраты, по его мнению, компании несут по рекламным статьям, тем выше качество и уровень продвигаемого продукта или услуги. Люди в свою очередь стали некими заложниками маркетологов и рекламистов, которые навязывают им стандарты «правильного» выбора. Все модное стоит дорого, все дорогое притягивает людей и вызывает желание обладать этим. Дорогая реклама способна сделать что угодно модным, и это купят.

Основными инструментами рекламы являются:

- Наружная реклама

К наружной рекламе относится, любая реклама, расположенная в городе: на домах, балконах, щитах, крышах домов, растяжках, транспорте, столбах, подъездах, в лифтах и т.д. Данный вид рекламы считается относительно не дорогим, при правильной локации охватывает большое количество потенциальных клиентов. Правильно подобранный визуальный образ с правильно расположенным логотипом и слоганом, гарантирует привлечь внимание потенциального потребителя. Для этого используются разные техники, некоторые основаны на извечных ценностях, некоторые на осознании превосходства, некоторые на милых графических рисунках, каждый продукт требует проработки визуала. Невозможно продавать меховые изделия по средствам графических изображений, а спорткар с котятками и цветочками.

Например:

1. В Лондоне на Piccadilly Circus установили digital - билборды British Airways, которые «оживают», когда над ними пролетает самолет. Инновационные билборды, созданные рекламной компанией Ogilvy 12th Floor, оснащены техническими средствами наблюдения, которые отслеживают самолеты. Digital - картинка представляет собой ребенка, который встает на ноги и указывает на пролетающий сверху самолет. Затем появляется сообщение о номере рейса и пункте отправления самолета. Идея рекламного ролика в том, чтобы напомнить пассажирам, каким невероятным может быть полет с точки зрения ребенка.

2. Audi разместила невидимые билборды. С помощью водяного пара и немецкого агентства thjnk автопроизводитель продемонстрировал инновационные билборды, которые имеют свойство бесследно исчезать. В поисках альтернативных источников энергии компания Audi разработала водородомобиль A7 Sportback h - tron, оснащенный гибридной силовой установкой с водородными топливными элементами. Установка хэтчбека состоит из двух электродвигателей, первый из которых размещен в передней части автомобиля, а второй — в задней. Производители утверждают, что водород преобразуется в электроэнергию и из трубы, вместо выхлопных газов, выделяется только водяной пар.

3. Голографические билборды грандиозного шоу «ПАРФЮМЕР». Для печати ярких билбордов 3x6 метров компанией ARDE использована новейшая технология – голографическая печать. При создании голографического билборда используется специальная плёнка – новый вид носителя для струйной прямой печати всеми видами чернил. Она легко ламинируется, после чего отпечатанное изображение устойчиво к воде и обладает антивандальными свойствами. Но главное отличительное свойство голографического билборда – это, разумеется, его выразительность. Ведь в определённых ракурсах и изменяющемся освещении на нём неожиданно меняется и само изображение, переливаясь самыми неожиданными цветами!

- Интернет

По последним подсчетам в апреле 2015 года насчитывалось 3,2 миллиарда пользователей интернета (всё население Земли составляет 7,2 миллиарда человек) из них 2 миллиарда проживают в развивающихся странах.

В период с 2000 по 2015 год удельный вес пользователей интернета увеличился почти в семь раз – с 6,5 до 43 процентов мирового населения. (пресс - релиз МСЭ от 26 мая 2015

года.) Это говорит о том, что для продвижения бренда, и других маркетинговых коммуникаций, Интернет – это оптимальный и очень быстро развивающийся сегмент.

Относительно дешевый и современный инструмент маркетинговых коммуникаций. В настоящее время он набрал уже достаточно больше показатели популярности т.к. каждый человек на земле пользуется интернетом. В основном поиск всей необходимой и интересующей информации происходит через мировые сети.

К рекламе в интернете относится:

- баннерная реклама на сайтах, форумах.
- контекстная реклама в поисковых системах Яндекс, Google, видеоролики ( другими словами вирусный маркетинг).
- Таргетированная реклама. По средствам аккаунтов и групп в социальных сетях, с размещением объявлений и постов.
- Продвижение в социальных сетях (Social media marketing (SMM) — процесс привлечения трафика или внимания к бренду или продукту через социальные платформы)
- Видеоролики на YouTube – здесь окупают себя креативные ролики, учитывая, что аудитория данных видеоресурсов постоянно растет.
- SEO ( оптимизация сайтов Компании для выхода на первые позиции в мировых поисковых системах)
- Тизерная реклама – анимированные картинки с шокирующими надписями, которые стимулируют пользователя перейти по рекламе.
- Рекламные статьи – статьи размещенные ради популяризации сайта.
- Короткие push - уведомления реклама Подобная реклама приходит как всплывающее окно, похожее на уведомление из социальных сетей, появляется даже при выключенном браузере. Уведомление содержит короткий текст, картинку и ссылку.
- Реклама в мобильных приложениях на базе Android и iOS. Преимущество данной рекламы, ее нельзя заблокировать, при этом размер банера невелик, что не раздражает и не мешает пользователю использовать приложения на своем гаджете.

- Печатные средства массовой информации

Один из самых традиционных способов распространения рекламы. Целевая аудитория - это взрослые, образованные, читающие люди. Достаточно платежеспособные. Выделяют: рекламу в контексте, реклама на страницах с объявлениями и статьи, которые публикуются на правах рекламы. Используются местные периодические издания. Существуют платные и бесплатные публикации.

- Телевидение

Довольно дорогостоящий вид распространения рекламной информации. Реклама на телевидении бывает нескольких видов: видеоролики, бегущая строка, телемагазины, спонсорство.

Для эффективной рекламы на телевидении большое значение имеет время выхода, но и стоимость на такое «пиковое» время наиболее высокая. Так же большую роль играет рейтинг и аудитория канала, и значимость канала местный либо федеральный.

- Радио

Данный вид рекламы позволяет охватить молодежь, относится к среднему ценовому диапазону. Выделяют: музыкальные заставки / ролики и дикторские

объявления\спонсорство. Так же, как и на телевидении необходимо учитывать время выхода в эфир.

Одна из интересных сегментов аудитории радио – это автолюбители, отдельные ролики могут быть направлены непосредственно на них, при этом не обязательно продвигая продукт или услуга полезную именно владельцам транспортных средств.

- ВТЛ - реклама

Достаточно популярный вид рекламы в настоящее время. Это определенное общение представителей компании с потребителями.

Различают: разнообразные рассылки (почтовые, e - mail, sms), промоакции, флеш - mobs, выставки и ярмарки, постановочные рекламные мероприятия / сюжеты(ивент), PR.

- «Сарафанное» радио

Иными словами, это положительный клиентский опыт, наиболее действующий вид рекламы. Ведь для каждого человека наилучшей рекламной той или иной компании считается хороший отзыв друга или соседа.

Данный инструмент выстраивается длительное время за счет развития и продвижения бренда в правильном направлении, но приносит большие плоды.

Сначала мы работаем на «имя», потом «имя» работает на нас.

Для усиления и укрепления «имени», используют агентов WOM - «Word - of - mouth marketing», так сказать агенты улучшающие и формирующие мнение о компании или бренде. Это могут быть наемные сотрудники, либо агенты которые пользуются услугами компании со скидкой за продвижение. Они рекомендуют, советуют и пишут «хвалебные песни» о компании, тем самым создавая мнение.

3.2. Паблिसити.

Существует два основных понятия данного термина. Известность, популярность бренда и продвижение товара на рынок путем воздействия на потребителя. К методам такого воздействия относятся рекламные акции, которые сопровождаются раздачей сувениров или значительных скидок, публикация рекламных статей в средствах массовой информации, спонсирование программ на телевидении или радио и реклама на обычных медианосителях. Очень часто именно формирование положительного отклика паблисити ставится, как основная задача отдела маркетинга и отдела по внешним коммуникациям с общественностью ( PR)

Иными словами, паблисити – это публичная оценка деятельности Компани, которая включает в себя все характеристики успешного бренда: известность среди целевой аудитории, лояльное отношение, доверие потребителя и престиж.

Как измерение лояльности потребителей, маркетологи используют Индекс потребительской лояльности NPS (Net Promoter Score), индекс показывает приверженность потребителя к товару, услуге или компании. Потребителю необходимо ответить на главный вопрос:

«Какова вероятность того, что Вы порекомендуете компанию / товар / бренд своим друзьям / знакомым / коллегам?»

- Спонсорство

Это финансовая поддержка, которую оказывает компания не коммерческим организациям при проведении различных мероприятий в обмен на «особые» права или

статусы. Спонсорская деятельность работает на повышение престижа компании и формирование позитивного представления о ее бренде.

### 3.3. Связи с общественностью (PR)

Это деятельность, которая устанавливает и поддерживает доброжелательные отношения с обществом. В данном случае под обществом понимается не только потребитель, но и поставщики, подрядчики, правительственные, международные организации, но и сами работники Компании. Иными словами, это управление общественным мнением.

Существует огромное количество видов PR: черный, социальный, внешний / внутренний, позитивный / негативный, внешний / внутренний и т.д.

PR технологии – это сложный и весьма эффективный инструмент, который может как превознести, так и потопить компанию. С помощью данного инструмента разрабатываются целые стратегии по формированию имиджа компании и восприятия ее потребителем.

### 3.4. Директ - маркетинг или Прямой маркетинг

Данный вид коммуникаций позволяет потребителям получить всю необходимую информацию и приобрести продукцию или услуги компании с помощью каналов распространения информации (почтовая рассылка, каталоги, телемаркетинг и т.п.). Директ - маркетинг адресован непосредственно потребителю, его цель получить прямой ответ на обращение рекламы. И как итог – заказ или покупка, услуги или товара.

### 3.5. Стимулирование сбыта

Стимулирование сбыта включает в себя все виды маркетинговой деятельности, которые имеют отношение к увеличению продаж продукции / услуг Компани. Стимулирование сбыта работает в двух направлениях, на основную деятельность и на потенциального потребителя. Например, программы лояльности, скидки, акции, конкурсы для дилеров, предоставление специальной поддержки дилеров при условии увеличения продаж и т.п. Это больше относится к массовому сегменту продаж, сюда не входят продажи бизнес сегменту, которые осуществляются при других условиях.

### 3.6. Личные продажи

Это инструмент маркетинговых коммуникаций, который используется для продажи при непосредственном, личном контакте с потенциальным клиентом. Раньше личные продажи относили к промышленному маркетингу, но в настоящее время они становятся неотъемлемым инструментом продвижения, при чем как при работе с массовым сегментом рынка, так и с корпоративным – бизнес сегментом. Данные продажи хороши при долгосрочных совместных проектах, либо регулярных объемах продаж одному контрагенту, либо при агентской схеме работы.

### 3.7. Программы лояльности

Очень разносторонний и эффективный инструментарий используемый в маркетинге в частности в прямых продажах.

Термин «лояльность» происходит от английского слова «loyal» – верный, преданный. В словаре лояльность определяется как «верность действующим законам, постановлениям органов власти (иногда только формальная, внешняя), а также «корректное, благожелательное отношение к кому - либо или чему - либо, [4]»

Компании используют данный инструмент с различной целью, в частности:

1. «Выход на рынок», когда компания выходит на рынок с новым или обновленным продуктом. Ей необходимо «познакомить» потребителей и потенциальных потребителей с продуктом или услугой. Такой вариант лояльности больше относится к краткосрочным.

2. «Переманивание клиентов», когда компания решила захватить часть потребителей другой компании – конкурента. Такие программы часто бывают очень агрессивными для конкурентов, экстремальными для самой компании, и очень приятными для потребителей. Данные программы так же относятся к краткосрочным, но они хорошо просчитаны, и появляются сразу после каких-то действий конкурирующей компании, например: после введения новых тарифов, новой услуги. Компания предлагает условия, которые конкурирующая компания предложить не сможет, или если сможет то только с течением времени. А выигранное время – это прибыль и клиенты.

3. «Удержание клиентов». Компания проводит мероприятия для сохранения своей клиентской базы, при повышении оттока либо выхода на рынок новой компании с идентичным продуктом. Здесь программы уже зачастую перекликаются с условиями конкурентов, либо имеют какую-то отличную от конкурента особенность. Например: новые тарифы на телефонию от мобильного оператора. Новая компания: Пакет на телефонию ниже, чем у конкурентов, мобильный интернет по стандартным для региона ценам. Наша компания: Пакет телефонии неизменен, добавлена опция Любимые номера за 0, и в подарок 1 Гбайт интернета в месяц.

4. «Поощрение преданность бренду», чем дольше с компанией, тем больше возможностей и подарков в виде скидок, бонусов, участия в конкурсах от компании, и прочего.

5. «Нащупать слабое место основного конкурента», иногда программы лояльности компании используют для выяснения стратегий компании – конкурента. После таких лояльностей конкурирующая компания «вынуждена» предложить что-то взамен и в кратчайшие сроки, учитывая поведение компании и реализацию лояльности, можно создать готовый продукт, не акцию не лояльность, который может долгое время быть конкурентоспособным и оптимальным для выбора потребителей.

Программы лояльности включает в себя три уровня:

1. Эмоциональный. Расположение к себе потребителя, при этом расположение может получить как сама программа, как бренд, как продукт. Здесь важно, чтобы продукт удовлетворял внутренние ожидания потребителя. Зачастую ему нужно быть «модным».

2. Рациональный. С доказанной оптимальностью опций, характеристик непосредственно для каждого потребителя. Это может быть индивидуальный подход к определению рациональности, может так же быть основан на «общественном мнении».

3. Поведенческий. Когда продукт уже знаком, или компания знакома и ей доверяют. И есть понимание того, что продукты или услуги от данной компании – оптимальны для конкретного потребителя, либо группы потребителей. (Хороший пример – это компания Apple).

В заключении хочется отметить, что маркетинг, на сегодня – это постоянно обновляющийся инструмент продвижения, это необходимая и каждодневная коммуникация с потребителем, это явление креатива и моды, это имидж и формирование мнения, это постоянно «растущий и развивающийся» вместе с компанией помощник.

Эти инновации которые опережают время. Как описано в статье за последние несколько лет, инструментов продвижения продукта или услуги в Интернете стало гораздо больше, и так будет и дальше.



Маркетинг – это и есть инновации в рекламе и продвижении, это стратегия компании, ее риск и победа, ее имидж и прибыль.

Можно производить немисливо вкусные конфеты, но какой в них толк если о них никто не знает.

Создавая бренд, в первую очередь нужно подумать о его статусе, выбрать сегмент, подготовить стратегию, подобрать визуализацию для потребителя, понять какие мероприятия нужны в случае выхода на рынок, в случае есть «не пойдет с первого раза», и что делать дальше. Это сложный процесс, который требует не только знаний в разных сферах человеческой деятельности, но и интуиции, креатива и риска.

### **Ссылки на литературу:**

1. Гэд Т. 4D брендинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики / пер с англ. СПб., 2005.
2. Крейнер С., Дирлав Д. Бренды, которые изменили бизнес / пер с англ. [Звукозапись] / Стюарт Крейнер, Дез Дирлав; исп.: А. Ананьев. М., 2005.
3. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Пер. с англ. под ред. С. В. Божук. — СПб.: Питер, 2004.
4. Бутчер С. Программы лояльности и клубы постоянных

© М.А. Солдатов, 2016

© А.А. Запорожец, 2016

© О.С. Шепко, 2016

**УДК 621**

**А.С. Соснин**

магистрант 2 курса кафедры промышленной теплоэнергетики

**Е.С. Бородина**

старший преподаватель

**М.П. Тюрин**

профессор

Московский государственный университет дизайна и технологий

г. Москва, Российская Федерация

### **РАБОТА ТУРБИН В МОТОРНОМ РЕЖИМЕ (БЕЗПАРОВОМ)**

Безпаровым режимом называется работа турбоагрегата с включенным в сеть генератором без пропуска пара через турбину. В этом случае генератор работает в моторном режиме, вращая ротор турбины с синхронной частотой и потребляя из сети активную мощность, необходимую для преодоления механических и вентиляционных потерь турбины и генератора.

Этот режим автоматически возникает при закрытии стопорного клапана действием защиты или в ручном режиме при включенном в сеть генераторе. Обычно этот режим агрегата считается недопустимым, поскольку при отсутствии протока пара через турбину

потери на трение могут чрезмерно разогреть ротор и корпус и привести к серьезным повреждениям проточной части турбины. Поэтому в инструкциях по эксплуатации турбин среднего и высокого давления указано на недопустимость безпарового режима работы турбины, а в установках с начальным давлением 12,75 и 23,5 МПа (130 и 240 кгс / см<sup>2</sup>) время работы турбины в этом режиме ограничивается 4 мин. Исключения могут составлять случаи работы турбогенератора в режиме синхронного компенсатора при наличии эффективной системы охлаждения проточной части.

Перевод турбин в режим синхронного компенсатора в последнее время стал широко практиковаться, особенно на старых малоэкономичных агрегатах. Вырабатывая реактивную мощность, они в то же время являются аварийным резервом активной электрической мощности энергосистемы. Иногда в этом режиме оказывается целесообразным использовать и более современные агрегаты во время провала нагрузок. Как известно, неравномерность электрического графика заставляет держать при малых нагрузках значительное число агрегатов, поскольку останов турбины с последующим ее пуском через непродолжительное время связан с пусковыми потерями теплоты и может оказаться экономически нецелесообразным. В таких условиях перевод турбогенератора в режим синхронного компенсатора без расцепления муфты оказывается удобным для эксплуатации. Отечественной энергетикой накоплен достаточно большой опыт перевода на безпаровой режим турбин различных типов и мощностей. Этот опыт показывает, что способ охлаждения проточной части турбин при таком режиме работы зависит от их конструкции. Наиболее просто переводятся на безпаровой режим одноцилиндровые конденсационные турбины небольшой мощности. С целью обеспечения минимальных потерь на трение, эти агрегаты в безпаровом режиме должны работать при глубоком вакууме в конденсаторе. Для обеспечения вакуума в концевые уплотнения подается пар избыточного давления, охлажденный до температуры насыщения или даже слегка увлажненный. При работе в безпаровом режиме, когда весь цилиндр турбины находится под вакуумом, подсос воздуха через эти неплотности может сильно перегрузить эжектор. В этом случае эжектор будет работать на перегрузочной ветви, при этом вакуум резко ухудшится. Ухудшение вакуума приведет к увеличению потерь на трение в турбине, соответствующему увеличению мощности, потребляемой генератором из сети, и потребует увеличения расхода пара на охлаждение. Кроме того, может ухудшиться температурный режим проточной части турбоагрегата. При работе турбины в безпаровом режиме с глубоким вакуумом ее конденсатор должен снабжаться в необходимом количестве циркуляционной водой. Конденсатный насос должен быть включен по схеме рециркуляции и находиться постоянно в работе для обеспечения охлаждения паровых эжекторов. Охлажденный пар может подаваться либо через головную часть турбины с отводом через выхлопной патрубок, либо проходить проточную часть в обратном направлении. В первом случае пар будет охлаждать головную часть агрегата и затем, нагреваясь, двигаться к выхлопу турбины. В этом случае турбоагрегат оказывается более мобильным, а температурный режим элементов проточной части ближе к расчетному, хотя потери электроэнергии на поддержание турбины в безпаровом режиме будут при этом несколько выше. При принудительном охлаждении проточной части турбины паром избыточного давления необходимо принимать меры к утилизации теплоты этого пара, чтобы уменьшить потери, связанные с работой турбины в безпаровом режиме. Наиболее сложно обеспечить

работу в безпаровом режиме многоцилиндровой турбины высокого давления, поскольку в этом случае сочетание минимальных потерь с высокой мобильностью представляет известные трудности. При такой системе - охлаждения ротор низкого давления, имея диски и лопатки значительных размеров, вращается в среде с малой плотностью, что уменьшает вентиляционные потери, и в то же время благоприятное распределение температуры по длине проточной части ЦВД позволяет достаточно быстро поставить турбину под нагрузку. При этом температурный режим цилиндров можно достаточно гибко регулировать температурой и количеством охлаждающего пара.

Для решения вопроса об экономической целесообразности перевода турбины на безпаровой режим необходимо учитывать все потери турбогенератора, работающего в режиме синхронного компенсатора.

К таким потерям относятся:

- а) расход электроэнергии на вращение роторов турбины и генератора;
- б) потери тепла с охлаждающим паром;
- в) потери тепла на паровые эжекторы или расход электроэнергии на водяные эжекторы;
- г) мощность, потребляемая конденсатным насосом;
- д) расход электроэнергии на подачу циркуляционной воды в конденсатор.

Таким образом, перевод турбогенераторов в режим синхронного компенсатора является удобным способом содержания турбин во вращающемся резерве.

#### **Список использованной литературы:**

1. Цанев С.В., Буров В.Д., Ремезов А.Н. Газотурбинные и парогазовые установки тепловых электростанций. М.: Издательство МЭИ, 2002. С. 584.

2. Андрищенко А.И., Лапшов В.И. Парогазовые установки электростанций (термодинамический и техникоэкономический анализы циклов и тепловых схем). Л.: Энергия. 1965. С. 248.

3. Капелович Б.Э. Эксплуатация паротурбинных установок. "Энергия", 1975 г., 288 с.

© А.С. Соснин, Е.С. Бородина, М.П. Тюрин, 2016

**УДК33**

**А.Е.Софронова**

студентка группы ЭС - 12

СВФУ им. М. К. Аммосова Физико - технический институт

г. Якутск, РФ

e - mail: ftu - es12@mail.ru

**П.В.Евсеев**

старший преподаватель ФЭИ, СВФУ им М. К. Аммосова

научный руководитель

## **СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)**

Якутия – крупнейший по территории субъект Российской Федерации. Она расположена на северо - восточной части Азии в бассейнах рек Лены, Яны, Индигирки и Колымы.

Площадь республики составляет 3.103,2 тыс. кв. км. Рельеф местности в разных районах республики очень разнообразен – это и горные хребты и долины и плоскогорья. В Якутии бесчисленное количество озер и рек, сотни ледников и наледей.

Якутию по праву называют сокровищницей недровых богатств. Широко известны месторождения алмазов в Западной Якутии и золота в бассейнах рек Алдан, Индигирка, Яна.

Туризм - сфера, активно развивающаяся в Якутии. Все только начинается, но, по мнению специалистов, перспективы Республики Саха в области туристического бизнеса довольно хорошие, конечно при условии создания качественной инфраструктуры туристического бизнеса и грамотной рекламной кампании.

Развитие туризма стимулирует сохранение культурных традиций, возрождение традиционных ремесел, изучение истории, экономическое развитие отдаленных сельскохозяйственных территорий, занятость местного населения в сфере услуг и производстве экологически чистых продуктов питания.

Сегодня на рынке внутреннего туризма наиболее востребованными турами являются речные круизы по Лене и на Ленские столбы. Операторы пытаются приспособиться к разным потребительским сегментам и формируют туристические продукты, отличающиеся особой длительностью и ценовой характеристикой. Так, например, предлагаются туры выходного дня, однодневные, ночные круизы на судах раз - личного класса, походы на лошадях, туры по индивидуальным программам. Появились такие комплексы как «Чочур - Мыран», «Орто дойду», «Ытык Хайа». Имея значительный потенциал, особенно в направлениях, не имеющих аналогов в других регионах РФ, общее развитие сдерживается рядом проблем:

- Низкая конкурентоспособность старого фонда размещения.
- Малый ассортимент туристских услуг, несоответствие международным стандартам.
- Значительная продолжительность «мертвого» сезона в связи с природно - климатическими условиями.
- Недостаточная развитость инфраструктуры городского хозяйства, несоответствие мировым стандартам.
- Отсутствие программ поддержки туристических фирм, занимающихся въездным туризмом и программы комплексного развития туристических объектов города Якутска.
- Нехватка гостиничных номеров в пик туристического сезона и другие. Также сдерживающими факторами являются: неудовлетворительное состояние дорог; отсутствие доступной информации о внутренних турах, нехватка квалифицированных кадров; несоответствие между качеством и ценой услуг, а также низкий уровень сервиса.

Правительством Республики Саха (Якутия) была принята Государственная целевая программа «Развитие предпринимательства и туризма в Республике Саха (Якутия) на 2007–2010 годы». Создается единый туристический комплекс Якутии ОАО «Национальная туристическая компания», который будет выполнять функции своеобразного оптового продавца турпродуктов Якутии на внешнем рынке, у которого будут средства со всем маркетинговым набором продвижения услуг. На внешнем рынке республика может конкурировать по тем видам продукции, аналогов которых нет в других регионах РФ. Это Оймякон, «Полнос холода», круизы до Тикси, этнографические туры на «Русское устье», визит к малочисленным народам севера, оленеводам и т. д.

Следуя в русле мировых тенденций развития туризма, Республика Саха (Якутия) намерена реализовать Стратегию развития туристской индустрии в период до 2025 г. Для этого в качестве основных стратегических направлений рассматриваются:

- создание нормативно - правовой базы, устанавливающей четкие правовые нормы поведения всех участников туристической деятельности, открывающие простор для устойчивого развития;

- на основе привлечения отечественных и иностранных инвестиций формирование системы туристских объектов и туристской инфраструктуры (гостиницы, транспорт, объекты питания и т. д.) в том числе за счет централизованных государственных, капиталовложений и льготных инвестиционных кредитов;

- создание в Якутии особой экономической зоны туристско-рекреационного типа «Северный мир» используя механизм государственно - частного партнерства;

- создание и совершенствование системы образования и специализированной профессиональной подготовки кадров для обеспечения туристской деятельности;

- разработку комплексной целевой программы «Развитие туризма в Республике Саха (Якутия) до 2020 года» за счет средств Государственного Бюджета Республики Саха (Якутия), федерального бюджета, средств бюджетов муниципальных образований и внебюджетных источников, включая собственные средства субъектов туристской деятельности;

- разработку и реализацию брендинговой политики, организация широкомасштабной рекламной кампании, создание сети массовых информационных каналов для создания благоприятного имиджа Республики как туристического региона;

- создание механизмов взаимодействия органов власти разных уровней, министерств и ведомств, органов власти и бизнеса в интересах становления и ускоренного сбалансированного развития туристской индустрии на территории республики.

Реализация указанных стратегических направлений является залогом успешного становления новой отрасли.

### **Список использованной литературы**

1. Егоров, П.Н: Монография Перспективы развития туристического рынка Республики Саха (Якутия). / Санкт - Петербург 2014г. ISBN 978 - 5 - 94047 - 377 - 0
2. Пособие для предпринимателей «Туризм в Якутии»
3. [http://tourlib.net/statti\\_tourism/borisova.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/borisova.htm)

© А.Е.Софронова, П.В.Евсеев, 2016

**УДК 336.45**

**Е.В. Стрельников**

к.э.н., доцент УрГЭУ - СИНХ

г. Екатеринбург, РФ

E - mail:Strelnikoff76@mail.ru

## **СИСТЕМОЛОГИЯ ИДЕНТИФИКАЦИИ РИСКОВ ССУДНОГО РЫНКА**

Определение рисков в деятельности любой структуры В экономике представляется важной и значимой проблемой. Подобная проблема может быть решена по нескольким направлениям. В частности, одним из направлений определения рыночных рисков можно

рассмотреть с позиции применения модели Мертона и модифицированных моделей, базисом для которых представляется модель Мертона[1].

В рамках определения любых рисков и выявления иных неблагоприятных последствий на рынке модель Мертона может послужить неким базисным началом. Так, рассматриваемую модель можно также применять и в качестве некоей основы для выявления дефолтов компаний, и определения преддефолтного состояния. Таким образом, в рамках категории первичные модели для определения рыночного риска можно использовать следующие варианты:

- модели первого пересечения (first - passage - time model), в данном классе моделей как сам дефолт, так и преддефолтное состояние может происходить когда процесс оценки активов «первый» раз пересекает границу дефолтного состояния (порог дефолта), который может быть интерпретирован как некая средняя величина суммарных обязательств, в данном варианте формально пик рыночного риска или время дефолта  $\tau$  может определяться как некая инфинитная функция, которая существует в следующих пределах -  $\inf\{t \geq 0, V_t \leq B\}$ [2];

- структурные модели с эндогенным порогом дефолта (endogenous default threshold), представляют относительно инновационное расширение первоначальной модели Мертона. В данном случае границы дефолта могут быть определены в соответствии с оценками акционеров и инвесторов, они не фиксируются на каком - то определённом уровне или значении, что в перспективе может оказать влияние на величину и порядок определения рыночного риска; в этом отношении все модели, каким - либо образом связанные с определением эндогенного порога дефолта могут быть просто не приемлемы для применения;

В этом отношении достаточно полезной и приемлемой будет более продвинутой модель Мертона, на базе которой был выстроен целый ряд структурных единиц, позволяющих определить рыночный риск[3, с. 126].

Однако, при прочих равных условиях, одним из относительно привлекательных моментов в рассматриваемой модели может быть тот факт, что основным параметром в KMV - модели, видится показатель ожидаемой частоты дефолтов (expected default frequency), который представляет собой некую вероятность того, что в данной компании в течении определенного промежутка времени, например, в течении 1(одного) года произойдет дефолт. В данном случае следует отметить, что в классической модели Мертона вероятность дефолта компании есть не что иное, как величина активов за 1(один) год, в случае же если динамика среднерыночных цен ( $V$ ) будет находится ниже порога значения активов ( $B$ ), который по сути может отражать состояние пассива компании в соответствии с допущениями. Принятыми в первоначальной модели Мертона[6]. В этом случае рассматриваемая далее модель EDF может быть принята как функция от текущей величины актива  $V_0$ , или среднего за год актива  $\mu$ , также следует обратить внимание на величину волатильности  $\sigma$ , и порога значения активов  $B$ . используя все перечисленные условия мы можем представить наиболее приемлемую и низкорискованную форму вычисления ожидаемой частоты возникновения дефолтов[7, с. 3586].

Так, предложенная методология в относительной степени несколько корректирует модель Васильчека - Килхофера, в отношении способа вычисления рыночного риска. при этом корректировка происходит в отношении изменения показателя EDF, и введении

нового показателя  $EDF_M$ . В данном случае подобная модификация может быть выражена в следующих изменениях[9, с. 462]:

#### **Список использованной литературы:**

1. Белякова, М. Ю. Разработка комплексной методики оценки инвестиционной привлекательности объекта инвестирования / М. Ю. Белякова // Управление риском. – 2006. – № 3(39). – С. 34–42.
2. Дорждеев, А. В. Риски долговых обязательств как объект управления / А. В. Дорждеев // Управление риском. – 2008. – № 3(47). – С. 2–9.
3. Коробко, В. И. Золотая пропорция и проблемы гармонии системы : учеб. пособие / В. И. Коробко. – М. : АСВ, 1998. – 372 с.
4. Мантенья, Р. Н. Введение в эконофизику : корреляция и сложность в финансах / Н. Р. Мантенья, С. Г. Юджин ; [пер. с англ. В. Я. Габескирия]. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 192 с.
5. Пыткин, А. Н. Банковские риски и новые требования к организации банковского надзора / А. Н. Пыткин, Р. В. Зике // Российское предпринимательство. – 2013. – № 14. – С. 65–70.
6. Сосненко, Л. С. Сигнал риска и его характеристики / Л. С. Сосненко, Б. А. Матвеев // Управление риском. – 2009. – № 1. – С. 2–8.
7. Стрельников, Е. В. Изменчивость риска производных финансовых инструментов / Е. В. Стрельников // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2(часть 16). – С. 3584–3588.
8. Стрельников, Е. В. Экономическое значение финансовых инструментов в стабилизации на рынке / Е. В. Стрельников // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2(часть 10). – С. 2226–2230.
9. Шапкин, А. С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. – М. : Дашков и К°, 2008. – 544 с.

© Е. В. Стрельников, 2016

**УДК 338**

**Ж.М. Темукуева**

Магистр 1 - го года обучения ИИЭиКТ, КБГУ им. Х.М. Бербекова  
г. Нальчик, Российская Федерация

**М.Х. Бозаев**

Магистр 1 - го года обучения ИИЭиКТ, КБГУ им. Х.М. Бербекова  
г. Нальчик, Российская Федерация

### **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОДГОТОВКИ ДОКУМЕНТАЦИИ К АУКЦИОНАМ ДЛЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛОЩАДОК**

Разработка документации об электронном аукционе является важным аспектом для заказчика. Организатор закупки должен предоставить такие условия, как законность, доступность и прозрачность всего процесса. Условия документации не должны преступать закон о размещении заказов и других нормативных актов, не должны порождать условия,

ограничивающие возможность участника в подаче заявки на участие в аукционе и многое другое.

Электронная торговая площадка (ЭТП) — программно - аппаратный комплекс организационных, информационных и технических решений, обеспечивающих взаимодействие продавца и покупателя через электронные каналы связи [1].

Сущность электронной торговой площадки состоит в том, что она предоставляет возможность объединить поставщиков и потребителей различных товаров и услуг в одном информационном и торговом пространстве. Электронная торговая площадка предоставляет своим участникам услуги, которые способны повышать эффективность их бизнеса.

На сегодняшний день электронная торговая площадка представляет собой любой Интернет - ресурс, с помощью которого имеется возможность заключать сделки купли - продажи между предприятиями (покупатели и продавцы). У заказчиков имеется возможность осуществлять электронные торги, оптимизируя затраты — аукционы, конкурсы, запросы котировок и предложений, а у поставщиков — участие в проводимых закупках, а также размещение информации о предлагаемой продукции и услугах. В некоторых случаях, торговые операции размещают специализированные компании, а также они имеют возможность обработки полученного результата и даже, возможно, определения победителя процедуры.

Интернет - аукцион (он же «онлайновый аукцион») — аукцион, проводящийся посредством интернета, на специализированных сайтах (либо сайт - аукцион, либо электронная торговая площадка). В отличие от обычных аукционов, интернет - аукционы проводятся на расстоянии (дистанционно) и в них можно участвовать, не находясь в определённом месте проведения, делая ставки через интернет - сайт или компьютерную программу аукциона [2].

Любой электронный аукцион включает в себя документацию.

Документация электронного аукциона состоит из нескольких частей:

1. Информационная карта, в которой содержится информация о месте проведения аукциона (электронный адрес торговой площадки). Например: [www.b2b-center.ru](http://www.b2b-center.ru). Также информационная карта содержит требования к содержанию и составу заявки на участие. Рекомендуется подавать заявку на участие только после того, как проконсультировались со специалистами. В случае несоответствия указанным требованиям, заявку откладывают и не допускают участника до торгов.

2. Проект муниципального контракта. Здесь содержится информация о месте доставки товара, график поставки, а также условия оплаты. Особое значение эта информация имеет для поставщиков продуктов питания. График поставки может быть ежедневный, еженедельный и т.п.

3. Техническое задание или спецификация. В данном разделе подробно содержится информация о технических характеристиках товаров, работ и услуг, которые необходимо будет предоставить заказчику. Результатом данного пункта является сформированная заявка на электронный аукцион.

Проблема в подготовке документации заключается в неосведомленности и неподготовленности участников аукциона. Безусловно, это сказывается на корректном заполнении документации, в результате чего заявку откладывают или же включают в список неисполнительных участников.



Электронные документы подписываются усиленной электронной подписью лица, которое имеет право функционировать от имени участника аукциона, заказчика, а также оператора электронной площадки.

По срокам электронные аукционы бывают:

- аукционы с начальной ценой менее 3 - х млн. рублей;
- аукционы с начальной ценой более 3 - х млн. рублей.

Разница между этими двумя видами заключается в том, что аукционы с начальной ценой менее 3 - х млн. рублей предоставляют информацию о проведении аукциона на торговой площадке за 7 дней (либо раньше) до даты завершения приема заявок. В то время как, аукционы с начальной ценой более 3 - х млн. рублей, сообщают о завершении приема заявок за 20 дней (либо раньше).

После того, как заказчик подпишет контракт, участник аукциона должен в течение 5 дней тоже подписать этот контракт или направить протокол разногласий. В противном случае, в отношении участника применяют санкции, в частности – деньги, перечисленные в счет обеспечения заявки, переходят к заказчику аукциона. А самого участника включают в черный список.

Таким образом, электронный аукцион является отраслью электронной коммерции, который подтвердил свое преимущество, так как не только частные лица, но и Российское правительство размещает свои заказы. Для частных лиц организация аукционов представляет абсолютную выгоду, так как они обладают запасом товаров, которые необходимо продать и получить сумму, превышающую его начальную стоимость в 2 - 3 раза.

#### **Список использованной литературы**

1. Т. Фалина, А. Родионова. ЭТПлогия. Журнал Citizen.Seldon. 2013г.
2. Интернет - ресурс: Электронный аукцион [Электронный ресурс]: [2013]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 13.01.2016).

© Ж.М. Темукуева, М.Х. Бозаев, 2016

**УДК 330**

**В.К.Терзиев, Е.Н.Стойнов**

<sup>1</sup>Национальный военный университет им. Васила Левского,  
Велико Тырново, Болгария

<sup>2</sup>Руссенский университет имени Ангела Кънчева,  
Руссе, Болгария

### **ОБЩАЯ СТРАТЕГИЯ БУДУЩЕГО, УТВЕРЖДЕННАЯ ВСЕМИ ЕВРОПЕЙСКИМИ ПУБЛИЧНЫМИ СЛУЖБАМИ ЗАНЯТОСТИ**

Динамичные изменения социальной среды, предопределяющие изменения в образе поведения и действий на рынке труда и поставщиков общественных услуг, ставят европейские публичные службы занятости (ПСЗ) в ближайшие годы перед серьезными

испытаниями. Это обуславливает необходимость развития и применения общей стратегии ПСЗ к 2020г., которая описывает изменения роли и функции ПСЗ, связанных с реализацией стратегии „ЕС - 2020“. Эта стратегия определяет роль публичных служб занятости, и в соответствии с заключением Комитета по занятости (КЗ) „Извлечение пользы из перехода“. При этом она учитывает и различия в институциональной организации, целях, продуктовом портфеле и структурах европейских общественных систем занятости. А это значит, что ПСЗ должны проводить политику активизации с устойчивыми результатами, в соответствии с вызовами социальной среды, провоцированными переходными рынками труда.

То обстоятельство, что работодатели сталкиваются с все большими трудностями при наборе персонала, внимание ПСЗ направлено на спрос на рынке труда. Это так, потому что малые и средние предприятия зачастую нуждаются в большей поддержке со стороны публичных служб занятости. А это само по себе смещает фокус в сторону более тесного сотрудничества между европейскими публичными службами занятости.

Для гарантирования оптимального функционирования рынка труда, как решающего фактора для успеха стратегии „ЕС - 2020“, публичные службы занятости нуждаются в получении полномочий для выполнения наводящей функции. При определении понятия „наводящий“ уточняются несколько уровней, начиная от углубленного понимания многочисленных переходных процессов, проявляющихся постоянно на рынке труда, переход в чистом представлении об услугах, предоставляемых участниками рынка труда, для того, чтобы достичь максимального раскрытия и исследования рынка труда.

Направление включает в себя также и воспитание участников рынка труда к совместной работе и инновациям в тесном сотрудничестве с государственными или частными партнерами и особенностями участников рынка труда, политики на рынке труда.

Для того, чтобы внести свой вклад в подход „извлечение пользы из перехода“, публичные службы занятости призваны обеспечить преемственность при переходах на профессиональное развитие. Для более плавного перехода от учебы к работе, например, их стремление должно находиться в тесном взаимодействии с различными заинтересованными сторонами в области образования и профессиональной подготовки. Для того, чтобы избежать частых переходов между занятостью и безработицей, публичные службы занятости должны повысить осведомленность о важности стойких результатов активизации и информированности работодателей об их ответственности и возможности по обеспечению рабочей силой. И, наконец, но не в последнюю очередь, публичные службы занятости могут сотрудничать со службами управления по вопросам карьеры и способствовать усвоению навыков такого управления, которые обеспечивают возможность лицам, ищущим работу, справиться с колебаниями своего профессионального развития.

Особенно важное значение определяется способности публичных служб занятости энергичных действий, направленных на обеспечение максимального воздействия на политику в области рынка труда. Кроме того, указанные последствия стратегии ПСЗ к 2020г. для бизнес - моделирования и предоставление услуг со стороны публичных служб занятости с помощью нескольких ключевых принципов применения. После призыва к подготовке убедительных бизнес исследований для доказывания добавленной стоимости публичных служб занятости, эта стратегия описывает необходимый путь изменений, направленных для достижения желаемой новой стратегической ориентации „ПСЗ 2020“.

Деятельность европейских публичных служб занятости уже никогда не будет просто „обычной деятельностью“. В подтверждение этому является то, что в последние годы на рынке труда изменения все чаще становятся быстрыми и крупными. Более того, социальная функция публичных служб занятости находится в процессе преобразования. Сегодня они должны превратиться в „ориентированные на занятость порталы для систем по пособиям по безработице“.

Поставленные перед различными рисками и возможностями, а также и перед четко очерченными обязанностями и ожиданиями, публичные службы занятости нуждаются в ясном и стабильном заключении о необходимых процессах, которые должны быть реализованы успешно, для того, чтобы оставаться адекватными и эффективными. Объяснения и определения общей стратегии на будущее, утвержденной всеми европейскими публичными службами занятости, являются основным приоритетом. Он представляется сейчас, когда политические лица хотят знать, как публичные службы занятости могут обеспечить воздействие и реализацию стратегии „Европа 2020“. В ответ на это ставятся акценты на изменение окружающей среды, изменение рынков труда, изменения и роль ПСЗ, эксплуатационные последствия для ПСЗ.

#### *Изменяющаяся социальная среда*

Управление рынком труда тесно связано с макроэкономическим управлением. Все страны Европы сталкиваются с необходимостью справиться с последствиями финансового и экономического кризиса и ведут поиск новых направлений для своей отрасли. В целях установления бюджетной стабильности в еврозоне принимаются меры жесткой экономии и правительства накладывают финансовые ограничения. Глобализация поставила под давление конкурентную позицию Европы. Процесс старения населения в Европе ускоряется и баланс между людьми трудоспособного возраста и пенсионерами начинает нарушаться.

В результате этого существуют ожидания об уменьшении активного населения в трудоспособном возрасте, что является серьезной угрозой для рабочей силы. Из-за этого старения, появляются серьезные вызовы к организации медицинских услуг, постижения экономического роста и финансирования системы социального обеспечения (защиты). Потребность в прогнозировании со стороны правительств путем дальновидных мер и планирования, для поддержания достаточно квалифицированной рабочей силы, является более, чем необходимой.

Не следует упускать из виду и то обстоятельство, что Европе сталкивается с экологическими проблемами. Глобальное потепление и истощение природных ресурсов заставляет различные сектора экономики сделать переориентировку и поставить акцент на устойчивый бизнес. Более того, „зеленое измерение“ экономики приводит к возникновению новых требований к квалификации.

Появляются и новые поколения - молодые люди, которые имеют другое отношение к труду, различные компетенции и личные качества, разные ожидания от общественных услуг. Подрастающее поколение растет в мире, насыщенном технологиями и информацией, с которыми они справляются интуитивным, интеллигентным способом. Социальные сети, усвоение виртуальных навыков и объединение задач, очевидно, являются частью процесса их развития. Между тем появляются новые формы занятости.

Современное предоставление услуг в значительной степени зависит от информационных технологий и, следовательно, влияет на новые программные продукты и новые технологии, новые инструменты для сбора, получения и обмена данными, из альтернативных каналов коммуникации и сотрудничества, из более социального и мобильного рынка.

Тем не менее, политика занятости, создание новых рабочих мест или трудового права, остаются вне сферы публичных служб занятости, интернета и т.д. Все эти технологические новшества также изменяют основные механизмы рынка труда, такие как: способ найма персонала или способа, по которому ищущие работу лица подают заявку на данное рабочее место. Технологии увеличивают потенциал публичных служб занятости и в их качестве информационных брокеров. Между тем, многие страны - члены ЕС все более трудно справляются с несоответствием между спросом и предложением рабочей силы. Процент безработицы растет и всеобщая война за таланты, видимо, неизбежна, так как предприятия должны справиться с ростом числа свободных рабочих мест, на которые трудно найти достаточно квалифицированных работников, и нехватка лиц, ищущих работу с необходимой квалификацией в результате демографических изменений.

Низкий процент участия некоторых целевых групп с не очень хорошей статистикой на рынке труда вызывает дополнительную озабоченность. Хотя, хорошо известно, о недостаточном участии молодежи с низкой квалификацией, людей в возрасте 55 лет и больше, мигрантов, людей с профессиональными возможностями, долгосрочных безработных, бедных и других групп в неблагоприятном положении, продолжают оставаться структурной проблемой. Кроме того, все больше увеличивается и разница в плане образования. В то же время инвестиции в программы обучения в продолжении всей жизни остаются все еще недостаточно амбициозными в Европе. Более того, они даже уменьшаются.

Социальные представления о роли правительственных агентств и служб общественных услуг меняется, многие публичные службы занятости сталкиваются с неопределенным политическим выбором, связанным с долгосрочным финансированием и сферой их деятельности. Независимо от того, что вследствие банковского кризиса активизировались призывы к регулированию рынка, и, что реализация политики остается ключевой функцией публичных служб занятости, в некоторых странах растет тенденция ставить акцент на автономные ответственности граждан и предприятий. Иногда может быть уменьшена необходимость вмешательства поставщиков в публично финансируемые услуги и, безусловно, подчеркивается необходимость в интеллигентном инвестировании публичных средств.

Из общественных служб занятости ожидается справиться одновременно с текущими и будущими проблемами. Быстрое реагирование на изменяющиеся условия и сочетание краткосрочных мероприятий с устойчивостью решений, требуют гибкости, организационной способности к реагированию и творчеству. Публичные службы занятости могут обеспечить опережающие меры и повлиять на изменения рынка труда, путем обмена информацией с органами, которые подготавливают политику и действуют в анти-циклическом направлении.

#### *Изменение рынков труда*

В течение последних десятилетий в каждой стране, члене ЕС, все больше утверждается точка зрения, что публичные службы занятости должны играть более активную роль для

уменьшения зависимости от пособий по безработице. В ответ на фундаментальные изменения рынка труда, в обществе постепенно складывается новый набор функций, принятых от ПСЗ, которые направлены на поддержку в продолжении всей трудовой деятельности. Такое постепенное отклонение от альтернативы „безработица - занятость“ является следствием введения новой парадигмы „переходных рынков труда“ ведущими представителями имеющей то же название школы (например, Schmid, Auer, Gazier). При этом, политические стратеги ищут новый, благоприятный баланс между гибкостью и безопасностью - „flexicurity“, для работодателей и работников. Оба подхода можно рассматривать как ответ на все более неустойчивый рынок труда и его последствия для социальной безопасности.

Несколько тенденций приводят к концу традиционный рынок труда, характеризующийся стереотипом, что единственно мужчина способен прокормить семью, работая полный рабочий день до выхода на пенсию, часто в одной и той же компании. Среди этих тенденций находит место и переход от массового производства к производству более специализированных услуг, выход женщин на рынок труда, эрозия внутренних рынков труда и т.д. В результате этих изменений трудовые отношения становятся все более неустойчивыми, и в конечном итоге, приводят к различным переменам жизни людей к / в рамках / и за пределами рынка труда.

Рассмотренные переходные рынки труда были согласованы с (новыми) социальными рисками, которые обычно приводят к негативным последствиям для групп в неблагоприятном положении. Речь идет о: рисках невозможности высоких доходов из - за недостатка образования; риск непостоянства доходов из - за колебаний спроса и переходов с одного на другое рабочее место; риск полной потери зарплаты из - за вынужденной безработицы; риск ограниченных возможностей получения дохода из - за социальных обязательств, таких как уход за детьми или пожилыми людьми; риск снижения или отсутствия возможности дохода из - за травм, хронических заболеваний или старости.

Новая реальность переходных рынков труда требует новых ответов политики, которая служит для мобилизации потенциала граждан с целью справиться с „рисковыми переходами“ и улучшить свою собственную (трудовую) жизнь. Именно поэтому ученые ввели понятие „положительные переходы“, которое включает в себя самоусиливающийся процесс дополнительного инвестирования в способность к трудоустройству граждан.

В сочетании с ролью „новой“ публичной системы занятости, подход „переходных рынков труда“ представляет собой (по крайней мере) тройное обновление с точки зрения обычной функции системы социального обеспечения. Философия подхода представлена с помощью следующих шагов:

- Новое сочетание „активной“ и „пассивной“ функции, объединенное понятием „активная безопасность“. Вместо пассивной компенсации потери дохода и защиты рабочих мест, правительствам следует активно инвестировать в человеческий капитал и в рабочие места, чтобы помочь людям справляться самим и защитить себя. Ставя цель „активная безопасность“ при одновременном укреплении как прав, так и обязанностей безработных граждан, общественные системы занятости проводят политику активизации, приводящей к устойчивым результатам.

- Новая опережающая роль в ответ на потенциальные переходы в профессиональном развитии. Вместо того, чтобы осуществлять переходы с одного на другое рабочее место,

правительствам следует поставить акцент на поддержку профессионального развития, обеспечивая людям перспективу и право на мнение по этому вопросу. Публичные системы занятости должны сделать возможными переходы из данной работы и в ее рамках, так как экономическое положение и личные предпочтения могут меняться с течением времени. Использование термина „публичная система занятости“ вместо „публичная служба занятости“, помогает выйти за рамки различных институциональных структур для предоставления услуг публичной занятости, существующих в конкретных национальных условиях. Одновременно с этим, данный термин выражает идею, что управление рынком труда осуществляется не отдельным министерством или государственным агентством, а путем создания системы (сети).

- Переход от конвенциональных (традиционных) услуг к облегчению, указаниям и руководству со стороны публичных систем занятости, где понятие „ориентация“ имеет два значения: с одной стороны, управление, руководство, содействие и обеспечение качества предоставляемых услуг и партнерских связей; с другой стороны, предоставление (интернет) инструментов и первичных услуг для поддержки управления карьерой отдельных лиц. Когда применяется подход комплексной карьеры или на всю жизнь, целевая группа публичных систем занятости расширяется, включая новых „клиентов“ (рабочих, служащих, незанятых в трудовой деятельности групп) без традиционной связи с публичными службами занятости.

Кроме тройного обновления обычной функции публичных систем по занятости, осуществляется и четвертое большое изменение, т. е. переориентация на пакет услуг, направленный в основном на спрос рабочей силы. В соответствии с увеличением трудностей нахождения работы, для эффективного приобщения лиц, ищущих работу, необходимо постижение сочетания с углубленным пониманием спроса на рабочую силу и качественным оказанием помощи работодателям. Повышенное внимание к потребностям работодателей является благоприятным и для безработных, потому что, таким образом, помогает им ориентировать свое профессиональное развитие на реальные и реалистичные перспективы. Тесное сотрудничество с предприятиями помогает также создать дополнительные возможности для найма более уязвимых лиц, которые ищут работу.

Возрастающие взаимозависимости между национальными рынками труда в Европе требуют больше международного сотрудничества между европейскими государственными службами занятости. Оптимальное функционирование европейского рынка труда, как правило, требует управления и даже использования основных различий между национальными и региональными рынками. Изменения роли общественных служб / систем в области занятости должны осуществляться в европейском контексте. Ожидается, что объявленная реформа EURES увеличит прозрачность рынка труда на европейском уровне, поддержит мобильность лиц, ищущих работу в рамках Европейского союза и поможет преодолеть дефицит национальных рынков труда.

*К общему пониманию изменений и роли публичных служб занятости*

Сегодня публичные службы занятости уже сталкиваются с рядом неотложных задач (связанных также и с реализацией Европейских принципов по занятости), таких как, повышение уровня занятости и сокращение числа свободных рабочих мест, на которые трудно найти достаточно квалифицированных работников. Эти задачи должны решаться

путем инвестирования в сильное и устойчивое активное посредничество. Главная цель - „больше людей должны работать дольше и различно“.

Для постижения этой цели, публичные службы занятости должны принять более комплексный подход к спросу и предложению рабочей силы, принимая во внимание многочисленные переходы, осуществляемые постоянно на рынке труда и к индивидуальному профессиональному развитию. Публичные службы занятости могут воспринимать такой комплексный подход, обеспечивая преемственность и переход за пределы институциональных и географических границ.

Обеспечение преемственности между различными переходами в профессиональное развитие, прежде всего, является вопросом делегирования прав. Лиц, которые ищут работу или меняют работу, должны получить возможность сами обеспечивать преемственность, чтобы взять под контроль собственную карьеру. Поддержка перехода, однако, должна быть направлена и к работодателям. В частности, малые и средние предприятия часто испытывают потребность в большей поддержке при объявлении вакансий, которые требуют квалификации и являются привлекательными для ищущих работу, разработке управления человеческими ресурсами на основе квалификации и создание меры для удержания персонала. Короче говоря, ожидается, что предприятия также примут меры в связи с переходами.

Более общий подход к работе и намерению обеспечить преемственность между различными переходами в профессиональном развитии, направлен на преобразования и улучшения соответствия между спросом и предложением рабочей силы, как основное направление деятельности публичных служб занятости. Учет, например, всех видов умений и навыков, освоенных при всех видах переходов в системе профессионального развития, значительно увеличивает объем и качество процесса поиска и их соответствие.

Обеспечение преемственности связано с переориентацией от действий (только) по поставке услуг к действиям (также и) по спросу услуги, в связи с чем составляются сценарии для удовлетворения конкретных потребностей рынка труда в рамках наиболее качественного, эффективного и действенного набора услуг. Предоставление услуг должно быть организовано путем интеграции различных участников процесса, чтобы удовлетворить потребности граждан и предприятий более гибким и более точным способом. Таким образом, облегчается сотрудничество публичных и частных, коммерческих и некоммерческих субъектов с целью достижения целей и обеспечения надежного функционирования переходных рынков труда на европейском уровне. Укрепление партнерских отношений с частным службами занятости позволяет выявить возможности, что приводит к первому выводу - общественные службы (системы) по трудоустройству берут на себя „направляющую функцию“ и должны получить полномочия сделать это законно (как со стороны лиц, создающих политики, так и со стороны клиентов). Такое направление рассматривается в качестве катализатора для достижения максимальной организационной способности для реагирования.

Прояснить смысл понятия „направление“ в качестве ключевой стратегии публичных служб занятости для достижения целей „Европа 2020“ и получения надежной пользы от перехода, обуславливает необходимость определять понятия „ориентация“ на нескольких уровнях. Речь идет о следующих:

- публичные службы занятости направляют путем повышения прозрачности рынка труда и предоставления фактических данных в помощь разработке политики;

- публичные службы занятости направляют, обеспечивая стандарты для активной политики на рынке труда;
- публичные службы занятости направляют путем установления потребностей рынка труда и имеющихся предложений на услуги;
- публичные службы занятости направляют путем установления соответствия между гражданами и работодателями, предоставляя адекватные и доступные услуги;
- публичные службы занятости направляют, обеспечивая возможность участникам рынка труда для сотрудничества и инноваций;
- публичные службы занятости направляют, предоставляя операции на рынке и создавая партнерские отношения;
- публичные службы занятости направляют, приводя в соответствие участников рынка труда с политикой / потребностями на рынке труда (путем отбора, сертификации, координация, руководства, управления);
- публичные службы занятости направляют, выступая в качестве поставщиков дополнительных услуг при отказе на рынке.

Указанные уровни ориентации могут быть истолкованы и как последовательные этапы основного процесса ориентации на рынке труда, а именно:

- анализ потребностей рынка труда;
- сопоставление потребностей рынка труда с предлагаемыми услугами участников рынка труда;
- связь потребностей с предложениями услуг, или (когда нет подходящего предложения) принятия стратегического решения о следующем выборе: создание связи с / между другими участниками или предоставить необходимую услугу из внутренних ресурсов.

Реализацию этих „направляющих функций“ целесообразно сопоставить с требованиями и ожиданиями клиента. Особое внимание следует уделить и на способы, которыми услуги для работодателей могут быть оптимизированы с помощью „направления“.

Публичные службы занятости, в качестве информационных брокеров на рынке труда, имеют возможность направлять. С целью исполнения политики и охраны общественных интересов, публичные службы занятости имеют право и осуществляют ориентирование.

Объем и интенсивность направляющих (ориентирующих) функций, принятых отдельными европейскими публичными службами занятости, может отличаться в зависимости от соответствующих национальных условий, но все они должны обеспечить амбициозное и оптимальное функционирование рынка труда, предполагая направляющие функции.

Одним из основных переходов профессионального развития, который должен облегчить, путем направления, возможность того, чтобы больше людей работали дольше и различно, является переход между рынком труда и образованием / профессиональной подготовкой. Для того, чтобы „отметить значение умений“, публичные службы занятости, более чем когда - либо должны тесно взаимодействовать с различными заинтересованными сторонами в кластерах для идентификации умений, проверки умений и навыков, направления умений, проверки умений, установление соответствия между спросом и обучением.



Прежде всего, взаимодействие должно быть направлено на добавленную стоимость, которую публичные службы занятости могут дать образованию, профессионально - техническому обучению или профессиональной подготовке на основе исследований рынка труда. Так, например, основным полем сотрудничества может быть активизирование исключенных из школы учеников или низко квалифицированных лиц, которые ищут работу. И чтобы повысить устойчивую пригодность к занятости, публичные службы занятости являются тем звеном, которое должно содействовать развитию на протяжении всей жизни.

Мобилизация потенциала лиц, ищущих работу, требует от работников и работодателей инвестировать средства в развитие умений и навыков с целью продления трудовой жизни. А это означает избегать быстрый переход от занятости к безработице. Мгновенное, краткосрочное приведение в соответствие означает всегда делать оценку возможности для мобилизации потенциальных лиц, ищущих работу и для инвестирования в реальное приобретение навыков с их стороны, или на повышение этих навыков. Таким образом, публичные службы занятости должны принять меры для повышения осведомленности о важности стойких результатов от активизации.

Стойкие результаты от активизации не следует рассматривать как эквиваленты промежуточных этапов профессионального развития, как непрерывную занятость до выхода на пенсию. Устойчивость достигается тогда, когда избегается быстрое возвращение к безработице и, когда ищущее работу лицо владеет навыками управления своей карьеры, для того, чтобы справиться с будущими переходами в своем профессиональном развитии. Результаты от активизации, однако, рассматриваются как устойчивые, только если они в равной степени полезны для отдельных граждан, работодателей и рынка труда в целом. Публичные службы занятости могут использовать различные тактики для повышения осведомленности в отношении стойких результатов. С одной стороны, объяснения сущности профессий и предложений на работу лицам, которые ищут работу и меняют свое место работы, является существенно важной частью качественного образования и устойчивого направления (профессионального развития). Следует также предлагать и конкретные услуги для улучшения условий труда для конкретных целевых групп, таких как рабочие и служащие с „ограниченными возможностями, которые влияют на их трудоспособность“, пожилые люди и сотрудники, которые возвращаются на работу после длительного перерыва.

С другой стороны, публичные службы занятости могут информировать работодателей об их обязанностях и возможностях в связи с обеспечением предложений рабочей силы и предложений финансовых компенсаций за наем уязвимых работников, или для их удержания на работе, в связи с приобретением новых навыков для новых рабочих мест, в соответствии с утвержденном сетью руководителей ПСЗ 24 июня 2011г. (Будапешт, Венгрия). При этом ПСЗ информируют и о производительности и обязательствах обеих сторон - работодателей и работников. Публичные службы занятости могут также оказывать помощь предприятиям (в частности, малым и средним предприятиям) в отношении их политики компетенций (предоставления информации, руководства для повышения квалификации персонала, помощь в реконструкции рабочих мест и пр.), если такая помощь не предлагается на частном рынке. Не в последнюю очередь сказано, публичные службы

занятости могут также способствовать инновационной деятельности и продвижению новых видов свободных рабочих мест или новых форм труда.

Обеспечение преемственности, однако, не только помогает публичным службам занятости решать текущие проблемы, а и улучшить посредничество между спросом и предложением рабочей силы. Оно предоставляет им и возможность подготовить рынок труда к будущему и перейти от реагирования к опережающим действиям не только в отношении лиц, ищущих работу, но и всех остальных граждан и работодателей. Чтобы повысить надежность профессионального развития, публичные службы занятости должны способствовать всем гражданам и работодателям перейти к управлению карьерной реализации и развития.

Этот социальный процесс начинается с развития навыков и умений управления карьерой в процессе образования. Он продолжается, когда закончившие образование лица выходят на рынок труда, возможно, вместе с прохождением профессионального обучения. Услуги по управлению карьерой предлагаются, когда сотрудники находятся в опасности от освобождения, когда решают сменить работу или когда хотят совместить работу с учебой или заботой. Услуги по направлению карьеры ставят своей целью - помочь лицам, ищущим работу, выполнить устойчивый переход к занятости или на другое рабочее место. Поддержка управления карьерой может, однако, быть предоставлена и предприятиям, в том случае, если они намерены расширить или сузить свою деятельность, сделать слияние, реконструкцию ориентации их деятельности или организации труда.

С точки зрения направления, публичные службы занятости обеспечивают доступ к услугам по управлению карьерой, в частности для лиц, которые вышли из рынка труда (например, молодые люди, которые не работают, не учатся или учатся). Предоставляя информацию для изменения спроса и предложения рабочей силы, они могут помочь как работникам, так и работодателям установить пробелы в квалификации и перспективах развития. Путем направления к определенным конкретным услугам по управлению карьерой, они облегчают переходы на рынке труда и обеспечивают преемственность, с тем, чтобы предложить устойчивые решения существующим проблемам поиска соответствия и конкретные цели политики.

В зависимости от различных целевых групп, различаются несколько уровней интенсивности услуг по управлению карьерой. Такие, как:

- консультирование по вопросам занятости (оценка, разработка и реализация плана действий по интеграции на рынке труда);
- консультирование по вопросам профессионального развития (разработка и реализация плана действий для устойчивой интеграции на рынке труда - также и для занятых в с) на основе Tibor Bors Borbély - Pecze и A. G. Уоттс: „Европейские публичные службы занятости и руководство на всю жизнь“, Программы Европейской комиссии для взаимного обучения для публичных служб занятости, 2011г.
- консультирование по вопросам реабилитации (разработки и осуществления широкого плана действий для устойчивой интеграции на рынке труда, в частности для лиц с особыми потребностями или возможностями, которые влияют на их трудоспособность);
- распространение информации о профессиональном развитии и состоянии рынка труда (для предприятий и для широкой общественности).

Указанные услуги имеют как общие цели поддержки процесса интеграции, так и содействие в выборе профессии и создания возможностей для переходов на рынке труда.

#### *Оперативные последствия для общественных служб занятости*

Внедрение общей стратегии совсем не означает, что оперативные последствия для каждой из публичных служб занятости будут одни и те же. Не следует упускать из виду то обстоятельство, что в отдельных странах существуют специфические условия, которые оказывают влияние на эти последствия. И для того, чтобы гибко и точно отреагировать на многочисленные внутренние или внешние изменения, публичные службы занятости с целью обеспечения преемственности подлежат преобразованию и обновлению, в соответствии с отдельными элементами, характерными для различных государств членов ЕС. Нет никаких сомнений, что международное сотрудничество в европейском контексте предлагает много преимуществ в этом отношении. Независимо от национальных условий, реализация упомянутых выше настоящих и будущих изменений роли и функций способствует существенным переходам с сильным влиянием на предоставление и открытие данной услуги, и более того, всей модели управления и реализации деятельности самих публичных служб занятости.

Публичные службы занятости нуждаются в возможностях и способностях для обеспечения максимального воздействия на политику в области рынка труда, независимо от и из - за изменчивости экономических, социальных или финансовых обстоятельств. Это дает возможность действовать гибко с решающим значением. И для того, чтобы публичные службы занятости воздействовали эффективно и постоянно на постоянно изменяющиеся общественные и политические требования, необходимо, чтобы их системы и службы были созданы для энергичных действий и имели организационную способность для реагирования. В противном случае ПСЗ окажутся неадекватными в данной конкурентной среде. Существуют различные способы для достижения гибкости, в том числе за счет интеграции услуг, управления, оцифровки и многоканальности, сегментации клиентов, организационной реструктуризации, внедрения архитектуры предприятия, сокращения бюрократии и т.д.

Эволюция от более бюрократически ориентированной организации к более гибкой, открытой, ориентированной на рынок и сетевые структуры, требует интеллектуального и культурного изменения как бизнес - модели, так и руководства, индивидуальных способов работы. При разработке политики следует включать соображения, касающиеся последствий для механизмов для реализации политики. Так как, они сами являются работодателями, публичные службы занятости сталкиваются с теми же трудностями, я отношения найма и сохранения персонала, как и другие участники рынка труда. Как бесспорные посредники обнаружения таланта, однако, они должны выступать в качестве образца для желаемого поведения при найме на рынке труда, что ожидают от работодателей. Устойчивое управление человеческими ресурсами имеет решающее значение для того, чтобы обеспечить в будущем качественные услуги и максимальное воздействие на политику в области рынка труда.

Для управления процессом реализации долгосрочной стратегии обеспечения преемственности, определяются несколько общих основных принципов. Речь идет о следующих:

- основанный на ценностном подходе, согласно которому публичные службы занятости получают свою легитимность, как направляющий факторов на рынке труда, прежде всего в результате ценностей, которые отстаивают. Некоторые из представляемых

ими ценностей - справедливость, честность, взаимность, уважение, социальная ответственность, профессионализм и преданность делу. Эти ценности должны быть воплощены в повседневное оказание услуг;

- направление на пользователя, адаптация и дифференциация, в силу того, что услуги, предлагаемые ищущим работу лицам, должны быть приспособлены в максимально возможной степени к индивидуальным потребностям и требованиям. Индивидуализированные услуги не только повышают удовлетворенность клиентов и эффективность вмешательства публичных служб занятости, но и повышают экономическую эффективность, так как публичные средства могут быть распределены более интеллигентно и более точно, для тех, кто больше всего нуждается в государственной защитной сети;

- оцифровка, проявление которой в виде ожидаемого увеличения готовности для использования и доступности, в результате инвестиций в удобную для пользователя технологию, увеличивает готовность для использования и доступности. Кроме того, технологические решения дают возможность публичным службам занятости снизить эксплуатационные расходы и увеличить достижение результатов. Электронные услуги могут быть использованы и как дополнение к другим каналам в зависимости от индивидуальных потребностей клиентов;

- универсальность, в соответствии с которой публичные службы занятости должны предлагать бесплатные и доступные для всех граждан и предприятий. услуги. Как правило, публичные усилия по активизации направляются на наиболее уязвимые группы, такие как пожилые люди, молодые люди с низким уровнем квалификации, люди с ограниченными возможностями и иммигранты. Все чаще публичные службы занятости имеют поручение активизировать получателей замещения доходом безработицы, увеличивая таким образом, предложение рабочей силы, чтобы уменьшить бремя системы социального обеспечения;

- делегирование полномочий, известное как управленческая ответственность, в соответствии с которой публичные службы занятости должны инвестировать в делегирование прав гражданам путем предоставления услуг, которые ставят своей целью обеспечение возможности для развития на основе личных способностей и сил, для удовлетворения своего профессионального развития и подготовки к возможным изменениям в нем. Иначе говоря, их цель состоит в поддержке и укреплении потенциала в соответствии с автономным управлением переходов в профессиональном развитии;

- деятельность на различных уровнях, в соответствии с которой публичные службы занятости должны иметь возможность реагировать быстро и точно на конкретные потребности на региональном и местном рынке труда, при необходимости. Направление и соответствие активных мер на рынке труда с региональными и местными приоритетами в области занятости, может быть осуществлено в сотрудничестве с муниципалитетами и местными организациями, путем создания местных служб для предоставления услуг и увеличения возможностей регионального управления. Так как рынки труда, однако, действуют не только на местном, но и на региональном, национальном и международном уровне, публичные службы занятости, прежде всего, должны быть в состоянии действовать на этих различных уровнях организации рынка труда, чтобы предоставлять услуги на соответствующем уровне и искать баланс между местными требованиями и региональными, национальными и международными потребностями;

- социальные инновации, в силу которых публичные службы занятости имеют намерения поощрять поставщиков услуг, исследовать и разрабатывать новые продукты и новые методики, так как инновации на рынке труда помогают им предлагать различные варианты решения социальных проблем. Проекты партнерства, эксперименты, проведенные участниками, общественным предпринимательством и хорошими практиками коллег, должны стимулировать публичные службы занятости к постоянному обновлению структуры услуг и повышению организационной зрелости;

- интеграция и оперативная совместимость, в соответствии с которой публичные службы занятости должны быть готовы к интеграции продуктов и услуг, разработанных совместно с партнерами. Их системы и стандарты должны быть совместимы с системами и стандартами других поставщиков услуг, что является необходимым условием для достижения максимального охвата и максимальной поддержки. Обмен знаниями и информацией между европейскими публичными службами занятости помогает значительно улучшить реализацию стратегии „Европа 2020“;

- доказанная эффективность в отношении бюджетных ограничений и информации для успешного решения, которая дает возможность публичным службам занятости принимать наиболее эффективные меры. Публичные службы занятости имеют различные способы для поиска успешных решений. Они могут выполнять модельные проекты, чтобы изучить новые методы и активные меры, могут делать оценки программ и предусматривать анализ целевых групп или проводить анализ краткосрочных и долгосрочных воздействий (мотивации, блокирования, результатов программирования или анализа затрат и выгод), а также использовать контрольные испытания случайным образом, для создания инновационных политик и программ. Полученная информация для успешного решения не только имеет важное значение для достижения целей „Европа 2020“, но ее сбор, обработка и обмен является обязательным, особенно для лиц, проводящих политику и для сотрудников публичных служб занятости.

Кроме того, публичные службы занятости должны быть в состоянии выполнять убедительно бизнес исследование предоставленной ими стратегии, с тем чтобы способствовать реализации „Европа 2020“. Они должны показать, что они могут предложить и как они могут достичь высокой рентабельности на нескольких уровнях, а именно::

- для системы пособий по безработице: снижение пассивных расходов на политику на рынке труда, увеличение публичных доходов;

- для экономики в целом: лучше и быстрее достичь соответствия, уменьшить зависимость от пособий, увеличить производительность и покупательную способность;

- для всего общества: перспективы для молодежи, укрепление активной гражданской позиции, целеустремленности и социальной стабильности, снижение социального отчуждения и маргинализации. Подготовка убедительного исследования бизнеса также зависит от эффективности и действенности модели управления и бизнеса, на который публичные службы занятости рассчитывают для фактической реализации стратегических возможностей.

На основе всего этого можно сделать итог, что публичные службы занятости, для выполнения новой стратегической ориентации, должны инициировать, управлять и контролировать путь изменений, который открывается перед ними. Процесс управления изменениями может включать в себя следующие шаги:

- определение общей стратегии ПСЗ к 2020г.;

- уточнение последствий для каждой отдельной публичной службы занятости, вытекающих из основных задач и целей;

- определение общих приоритетов для действий и поддержки, отраженных в рамочной программе;
- оказание поддержки управлению и вводу отчетности на различных уровнях в отдельных публичных службах занятости;
- идентификация и картотека заинтересованных сторон;
- включение всех заинтересованных сторон в организацию и за ее пределами и создание адекватной коммуникации;
- мобилизация потенциала собственного персонала публичных служб занятости путем предложения адекватных условий для обучения и достаточных инструментов для управления карьерой;
- отслеживание хода и качества изменений;
- увеличение обмена информацией и устранение барьеров между бизнес - единицами и организациями.

Таким образом, общая стратегия на будущее, утвержденная Европейскими публичными службами, является ответом на вызовы динамических изменений в социальной среде и в соответствии с требованиями стратегической программы развития „Европа 2020“<sup>1</sup>. Делает впечатление то, что она направлена на реализацию эффективной системы управления человеческими ресурсами, основанной на управление по компетенции и компетенциям в соответствии с развитием информационных и нано - технологий, и в ответ на потребности, с одной стороны, так называемого „цифрового поколения“, а с другой - современного, глобализованного рынка труда. Реализация Общей стратегии должна обеспечить жизнестойкости активной социальной политики, основным субъектом которой являются люди (публичные службы занятости, их действия, направленные на обеспечение постоянной занятости и социальной защиты) во взаимодействии с факторами социальной среды, в которой конечным результатом является формирование активного рынка труда, на котором встречаются интересы личности с интересами общества. В этой последовательности мыслей, наши исследования направлены на активный рынок труда, к которому мы стремимся в ходе реализации социальной активности человеческих ресурсов в соответствии с шаблоном коллективной квалификации, как основы для эффективного социального управления по результатам.

© В.К.Терзиев, Е.Н.Стоянов, 2016

## УДК 330

**В.К.Терзиев, Е.Н.Стоянов**

<sup>1</sup>Национальный военный университет им. Васила Левского,  
Велико Тырново, Болгария

<sup>2</sup>Руссенский университет имени Ангела Кънчева,  
Руссе, Болгария

## **СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ, КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ**

Исходной основой нашего исследования является этимология понятия „адаптация“, которое происходит от латинского слова „adaptatio“, воспринятого в русском языке, как

„адаптация“<sup>4</sup> и в немецком - “adaptation”<sup>3</sup>. В литературном языке, воспринимается как регулировка, приспособление. В биологии выражает адаптацию организмов к условиям среды существования. В литературе используется как регулировка, согласование текста с целью его доступности для читателей и слушателей<sup>4</sup>. Измененная социальными процессами, адаптация, интерпретируется как приспособляемость личности к социальной среде.

Делает впечатление, что это понятие является объектом исследования в различных областях науки, как в естественных, так и в гуманитарных науках. Более детальный обзор генезиса и развития этого понятия, показывает, что наиболее подробно представлены и изучены проблемы адаптации - в биологии. Начиная с Ж.Бюффона, в трудах которого дается пояснение зависимости организмов от их приспособляемости к окружающей среде (хотя сам Ж. Бюффон не использовал понятия адаптация), адаптация была предметом исследования практически всех известных биологов. Речь идет о К. Бер, Вейсман, Ч.Дарвин, Н.Я.Анилевский, К.М.Завадский, Ж.Б.Ламарк, И.П.Павлов, А.Н.Северцов, И.М.Сеченов, Ж.Сент - Илер, А.Д.Слоним, Н.В.Тимофеев - Ресовский, А.А.Ухтомский, Г.И.Царегородцев, И.И.Шмалгаузен и другие. Вся история развития учения об адаптации, как правило, отражает борьбу между двумя основными концепциями, сформулированными Г. Б. Ламарком и Ч. Дарвином<sup>5</sup>.

Жан Батист Ламарк объясняет понятие адаптация, как непосредственное (прямое) приспособление организмов к условиям среды. Смысл непосредственного приспособления состоит в том, что полезные признаки появляются в организме в ответ на изменения в среде. Поэтому и сами организмы, и все их изменения изначально являются целесообразными, но это не всегда очевидно. Идея вполне логичная, но не совсем точная. Это так, потому что многочисленные факты не могут быть объяснены. Так, например, совершенно невозможно было бы объяснить разнообразие организмов, живущих в одинаковых условиях. Позже Ж.Б.Ламарк разрабатывает новые идеи - об „упражнении органов“ и „психическом контроле адаптации“, которые оказываются полностью несостоятельными. Впоследствии учение Ж.Б.Ламарка, а также различные аспекты и модернизации его многочисленных последователей, были названы „ламаркизмом“, „жофруизмом“, „психоламаркизмом“, „механоламаркизмом“, „детерминизмом“, „прямой перестройки“, „непосредственным (прямым) приспособлением“. А и само понятие „приспособление“, также часто подразумевается именно в этом его значении<sup>6</sup>.

<sup>3</sup> Виж Речник на чуждите думи в българския език С. 1982, с.34.

<sup>4</sup> Виж Речник на чуждите думи в българския език С. 1982, с.34.

<sup>5</sup> Андреева, Д. А., Социальная психология, М.: МГУ, 1998, 1994.

Арон, Р., Этапы развития социологической мысли. М.:1993.

Белова, А. Ю. Социально - психологическая адаптация военнослужащих, уволенных в запас // Материалы Всероссийской научно - методической конференции „Наука и образование: тенденции и перспективы их развития“. Тверь, 2003.

Березин, Ф. Б. Психическая и психофизиологическая адаптация человека. М., 1988.

Терзиев, В., Възможности за повишаване..., цит. изд., с.163 - 170; 203 - 205.

<sup>6</sup> Андреева, Д. А., Социальная психология, М.: МГУ, 1998, 1994.

Арон, Р., Этапы развития социологической мысли. М.:1993.

Белова, А. Ю. Социально - психологическая адаптация военнослужащих, уволенных в запас // Материалы Всероссийской научно - методической конференции „Наука и образование: тенденции и перспективы их развития“. Тверь, 2003.

Принципиально различное понимание адаптации предлагает Чарльз Дарвин. По его словам, изменения в организмах не зависят от среды, а изначально являются случайными по отношению к ней и определяются не только изменчивостью, но и от наследственности, естественного и искусственного отбора. Случайные изменения оцениваются с середины, причем полезные укрепляются, а вредные удаляются. Так как сама окружающая среда также изменяется во времени и пространстве, то адаптации являются относительными и бесконечными. Взгляды Ч.Дарвина прекрасно объясняют роль адаптации в смысле происхождения и развития всего многообразия организмов, эволюции живой природы, что впоследствии получает название „адаптация генезиса”. Учение Ч.Дарвина также имеет множество последователей и называется „дарвинизмом”, „теорией отбора”, „статистической теорией эволюции”, „вероятностной теорией адаптации”<sup>7</sup>.

Основные идеи адаптации, сформулированные и разработанные в биологии, оказывают влияние на разработку и развитие этого понятия в ряде научных дисциплин. История биологических взглядов на адаптацию человека, является практически зеркальным отражением этапов развития социологической мысли. Идея непосредственного приспособления к условиям социальной среды, оказывается не менее привлекательной и жизнеспособной. Но в отличие от биологических дисциплин, в социологии адаптация - долгое время не изучалась, как самостоятельный предмет. Параллельно с другими общественными науками (философия, психология, экология, демография), чтобы понять и описать социальные процессы, социологи используют самые значительные достижения биологии, в том числе и категории адаптации.

Среди первых, которые обращаются к проблеме адаптации, является английский философ и социолог Х.Спенсер. Представляя общество как „социальный организм”, Х.Спенсер распространяет на него и законы биологической адаптации. Независимо от своего увлечения по эволюционной теории Ч.Дарвина и уверенности в необходимости применения идеи естественного отбора к обеспечению общественного порядка (социального дарвинизма), Х.Спенсер на самом деле поддерживает и развивает механоламаркистское направление в понимании адаптации. В соответствии с предложенной им „теорией равновесия”, адаптация рассматривается как устойчивая балансировка организма (человека) с окружающей среде (обществу), в результате чего общественное устройство усложняется, повышается его „функциональность”. Социологические взгляды на адаптацию других ученых в начале XX века, также развиваются под воздействием учения о борьбе за существование и естественного отбора (L. MiBristol, G. Chatterton - Hill, J.A.Tomson, M.R.Torpe)<sup>8</sup>.

---

Березин, Ф. Б. Психическая и психофизиологическая адаптация человека. М., 1988.

<sup>7</sup> Андреева, Д. А., Социальная психология, М.: МГУ, 1998,1994.

Белова, А. Ю. Социально - психологическая адаптация военнослужащих, уволенных в запас // Материалы Всероссийской научно - методической конференции „Наука и образование: тенденции и перспективы их развития”. Тверь, 2003.

<sup>8</sup> Андреева, Д. А., Социальная психология, М. : МГУ, 1998, 1994.

Арон, Р., Этапы развития социологической мысли. М. :1993.

Белова, А. Ю. Социально - психологическая адаптация военнослужащих, уволенных в запас // Материалы Всероссийской научно - методической конференции „Наука и образование: тенденции и перспективы их развития”. Тверь, 2003.

Березин, Ф. Б. Психическая и психофизиологическая адаптация человека. М., 1988.



Широкую известность получают труды польско - американского социолога Ф.Знанецкого, который рассматривает адаптацию через взаимодействие социальных ценностей (как характеристики общества) и общественного устройства (как характеристики личности). Бесспорной заслугой Ф. Знанецкого является идея, связанная с раскрытием процесса социальной адаптации через освоение личностью социального опыта, через ее „социальное действие“, основанного на том, как личность переживает социальную ценность. Изучая адаптацию польских крестьян - эмигрантов в Америке, У.Томаси и Ф.Знанецкий убедительно доказывают, что процесс адаптации человека является, прежде всего, социальным<sup>9</sup>.

Опираясь на это утверждение, для целей нашего исследования, объектом исследования наших поисков является понятие „социальной адаптации“, которое понимается в самом общем смысле, как состояние равновесия личности с социальной общностью. Переживание этого равновесия является психологическим феноменом, но как процесс, адаптация наполнена социальным содержанием, что делает ее объектом экономики и социологии. В связи с этим, категория социальной адаптации относится к экономической и социологической категории.

Достижение равновесного состояния личности, социальной общности, предполагает освоение внутреннего восприятия общественной жизни в ее многообразии и тенденций его развития. В этом смысле адаптация логически может рассматриваться как единство нескольких аспектов: нравственного, политического, правового, социально - психологического, экономического и профессионального. Эти стороны социальной адаптации относятся, соответственно, к различным сторонам общественной жизни, в которых отдельная личность ищет себя и смысл своего существования. Реализация социальной приспособляемости дает возможность, с одной стороны, бесконфликтного общественного развития человека, а с другой стороны, приводит к стабилизации социальной общности. Эластичность, гибкость и зрелость, а следовательно, и стабильность социальных систем и структур в значительной степени влияет на степень социальной приспособляемости. Степень социальной приспособляемости является необходимым условием для степени активного включения личности в реальную жизнь социального сообщества. Законченный процесс социальной адаптации является аргументом личности, чтобы определить себя полноценным элементом социальной системы, общественного организма в целом.

#### *Социально - психологический аспект социальной адаптации*

Психические проявления и особенности социальной среды в целом и отдельных ее компонентов (с учетом различных социальных групп), представляют объект исследования в области социальной психологии. В процессе социальной адаптации, независимо от своих предпочтений и не предпочтений, личность оказывается зависимой от психических проявлений социальной среды. Ее приспособление к общественной психике является многовариантным процессом, определенным в своей основе индивидуальными особенностями человека. Различия между индивидуальными особенностями человека и

---

<sup>9</sup> Белова, А. Ю. Социально - психологическая адаптация военнослужащих, уволенных в запас // Материалы Всероссийской научно - методической конференции „Наука и образование: тенденции и перспективы их развития“. Тверь, 2003.

Безрезин, Ф. Б. Психическая и психофизиологическая адаптация человека. М., 1988.

однородностью психических проявлений социальной психики, создают проблемы в социально - психологическом аспекте социальной адаптации.

Адаптация к национальной психике или психике конкретного класса общества, опосредствуется через микро социальные группы, в которые включается личность. Система социальных групп имеет общие социально - психологические характеристики, которые придают облик микро социальным группам. Восприятие личностью этих общих характеристик осуществляется путем социально - психологического общения в малых социальных группах. А это связано с социально - психологическим аспектом адаптации, как феноменом группового общения, психическим климатом.

Психический климат и социальная адаптация находятся в функциональной зависимости. Влияние факторов психологического климата на адаптацию личности имеет атрибутивное значение. Психический климат стоит в центре социально - психологической компоненты адаптации к каждой отдельной статической и временной социальной группе. Различные определения понятия психического климата или очень обширные по объему, или выходят за рамки конкретных наук. Нужно одно определение, на основе которого взаимосвязи климата и социальной адаптации будут понятными и точными.

Психический климат является результатом общения членов определенной микро социальной группы и представляет собой динамичную систему, которая состоит из мыслей, чувств, настроений и переживаний этой группы, рассматривается как функциональная единица. В этом смысле, психический климат рассматривается как душевное состояние данной небольшой группы, определенного коллектива. Также, как отдельный человек принимает в свой эмоциональный мир других людей, так и коллектив, через присущую ему психическую жизнь отталкивает, принимает или удаляет некоторых из его членов. Этот своеобразный духовный мир микро социальной группы приобретает свою прочность на основании близости целей, интересов и необходимости совместной деятельности отдельных личностей. Создавшись, психический климат оказывает свое существенное отражение на поведение членов социальной группы и на всю группу, как определенное целое. Другими словами, психический климат можно рассматривать в двух более ясно определенных разновидностях: как положительное и отрицательное проявление климата. Критерием этого деления является положительное и отрицательное его влияние на членов определенного микро социального сообщества.

Положительная ценность психического климата является отражением бесконфликтности в отношениях, взаимоуважения и привязанности, честности и взискательности, волевой решимости и бескомпромиссности. Все это предусматривает и в то же время определяет положительную сторону социально - психологического климата. В такой атмосфере общения, каждая личность имеет возможность для полного проявления своих и приобретенных знаний, способностей и навыков. Состояние психического равновесия обеспечивает необходимые внутренние условия для восприятия растущих социальных требований, направленных на каждого человека. При положительном психическом климате эти требования, не обеспокоенные никакими препятствиями, бесконфликтно переходят в поведение личности. Это способствует достижению заранее составленных эталонов поведения личности в обществе.

Отрицательная ценность психического климата микро социальной группы является качеством противоположной как по содержанию, так и по своим функциям. Нормальный

психический баланс в отношениях нарушается, единство коллектива снижается, процесс труда сопровождается психической усталостью, существует возможность для возникновения и возобновления конфликтов. Все эти моменты из жизни микро социальной группы являются признаками неравновесного, отрицательного, негативного психического климата. Его функция является противоположной оптимальным требованиям для коллективной жизни и труда.

Две полярные разновидности значения социально - психического климата определяют сами собой функциональную значимость адаптационного процесса личности к общественной психике.

Каждая микро социальная группа имеет свой, специфический психологический климат, но эту особенность не следует воспринимать механически. Существуют общие черты и особенности социально - психологической жизни, которые представлены в отдельных микро социальных группах и через них развиваются и обогащаются. На основе этого механизма и „работает“ социальная психика больших социальных групп. Эти общие психологические характеристики являются отражением сущности общественной жизни в стране, ее экономической, политической и культурной жизни. Современная психологическая наука рассматривает психику не как абсолютно автономное явление, а как строго определенное явление конкретного общественного бытия человека. В этом смысле, адаптация к социально - психическим особенностям общества является и адаптацией к политическим принципам этого общества.

„Пропущенный“ через психологическую жизнь малых социальных групп, социально - психологический аспект адаптации „заканчивается“ сам в себе, как целостная комплексная психологическая адаптация к макросоциальному сообществу, в котором данная личность участвует<sup>10</sup>.

#### *Нравственный аспект адаптации*

Любое общество содержит „совокупность принципов, норм или правил поведения людей, регулирующих их отношения друг к другу и к обществу, к определенной группе, к государству, к семье и т.д., и поддерживаемых личным убеждением, традицией, воспитанием, силой любого общества или определенной его группы“. Эти принципы или нормы представляют нравственный конкретный тип общества и существуют только в нем. Моральные нормы отражают стороны общественного бытия людей, выраженные в их отношениях, они являются различными для отдельных типов обществ, имеют различные экономические и политические принципы существования.

Этические нормы поведения проявляются в поведении людей и определяются как моральные отношения, как практический дух, существующий в виде нравов, обычаев, привычек, рассуждений, оценок, которыми пользуются люди в своей повседневной жизни. Практическая мораль „встречает“ человека еще на начальных этапах его существования в общественной жизни. А его проявлением являются семья, школа, среда, круг друзей и знакомых, интимные взаимоотношения и т.д.

---

<sup>10</sup> Ванева Л. Н. Гармонизация социальных отношений в реальном социуме. Автореф. Дис. кандидата социологических наук. Саранск, 1999.

Васильев В. П. Социологическая проблема управления и социальной защита. Социологические исследования // 1999, №11.

Градев, Д. Социальная адаптация на личности. С.: Военно издательство, 1976.

Входя в нравственную жизнь, человек реализует свой нравственный аспект адаптации к обществу. Строгие этические теории предлагают убедительные правила нравственного поведения, и абстрактность нравственных норм и законов, всегда воспринимаются с пониманием. Это отталкивает их репрезентативное влияние с точки зрения практического поведения личности и социальных группах. На основе этого этический аспект адаптации в большинстве случаев проходит через проблему бытовых вопросов и повседневных препятствий, которые нас сопровождают. Стремление к самостоятельности и сохранению чувства собственного достоинства делает человека недоверчивым. Единственно пережитые прошлые моральные взаимоотношения становятся критерием практических нравственных оценок по отношению общественной жизни, независимо от ограничительных рамок, в которых она воспринимается, зачастую в пределах малых социальных групп или в интимных отношений.

Этический аспект социальной адаптации начинается с восприятием практических нравственных отношений, которые не всегда, в каждом конкретном случае, представляют собой положительную сторону нравственной жизни. В этом обстоятельстве содержится риск проявления отрицательного отношения к нравственной жизни общества. Практическая логика склонна к обобщению единичного и ситуативного. Моральный конфликт, безнравственный поступок, как и индифферентность в этическом отношении, вызывают чувства и создают реальную основу для обобщения нравственного негативизма.

Существуют и противоположные тенденции, которые выражаются в недостаточно положительных оценках нравственных явлений на основе свободы выбора идеала.

Нравственный аспект социальной адаптации может быть выражен путем столкновения между моральными отношениями в практической жизни и теоретически идеализированными нормами и законами, представленными наукой о морали. Часто люди живут свою жизнь воспринимая только на психологическом уровне взаимоотношений с обществом. Проявление добра и зла, сбалансированность и аморальность, воспринимаются ими на эмоциональной основе и это затрудняет реальную приспособляемость к социальной необходимой жизни.

Процесс усвоения нравственных норм и законов это процесс формирования сознания, связанный с общим развитием личности.

Могут быть определены следующие трудности в процессе адаптации в этом аспекте, которые мы представляем только схематично, потому что находятся вне целей этого социального и экономического анализа.

Во - первых, нравственное воспитание не может охватить практически всех членов общества. Есть много случаев, когда воспитание с нравственным содержанием остается вне объекта, на который оно направлено.

Во - вторых, из - за психической неустойчивости, протекающий нравственный конфликт может вызвать психические травмы, которые не смягчаются в течение всего жизненного пути человека.

В - третьих, во многих случаях существует несоответствие между семейным и несемейным нравственным воспитанием, и это противоречие заметно смущает процесс этической стороны адаптации.

В - четвертых, ситуативные удары на психику человека (потеря близкого человека, самообвинение о непоправимых ошибках, глубокое разочарование и др.), могут привести к закрытию личности в себе и сделать ее социально акинетической.

Несмотря на указанные трудности в реализации нравственного аспекта социальной адаптации, безусловно, можно утверждать, а это доказано и из практики, что в обществе есть реальное слияние потребностей и норм, в определенных группах.

#### *Юридически - политический аспект социальной адаптации*

Социальная адаптация личности консолидирует этическое начало с юридически - политическим социальным механизмом. Правовой и политический аспект, развивающиеся в структуре процесса адаптации, являются чрезвычайно близкими и это дает основание рассматривать их вместе с точки зрения исследования процесса.

Правовые нормы отражают совокупность прав и обязательств, предназначенных для регулирования поведения людей и функционирования социальных институтов.

Поведение личности в соприкосновение с правовыми нормами и эта связь не всегда находится в равновесии. Проблема приспособления к юридическим обязательствам не решается знанием и соблюдением правовых норм и законов, несмотря на то, что это является необходимым этапом в адаптационном процессе. Часто страх от наказания предопределяет социально - адаптивное поведение, а это только одна фиктивность равновесия, адаптации к наказуемым нормам права. Действительная адаптация к законам права выражается в соответствии социально направленных потребностей личности с социальными потребностями общества.

Многоаспектность усовершенствования категории социальной адаптации, как и ее многослойной природы, предполагают применимость различных подходов и определение ее концептуальной рамки.

© В.К.Терзиев, Е.Н.Стойнов, 2016

**УДК 338.48**

**Р.Т.Тимакова**

К.с. - х. н., доцент

Институт торговли, пищевых технологий и сервиса  
Уральский государственный экономический университет  
г. Екатеринбург, Российская Федерация

## **ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ТУРЫ НА УРАЛЬСКОЙ ЗЕМЛЕ**

Как говорится: «человек был, есть и будет есть» [4, с.40]. Гастрономический туризм – идея не нова. Мир многолик и разнообразен. Путешествуя по свету, мы знакомимся со страной, в том числе и через кухню, когда пробуем местные деликатесы. Наряду с известными гастрономическими турами в страны Западной Европы есть экзотические, но не менее известные гастрономические традиции Китая и Японии, Израиля и Индии. ...

Конечно, можно сказать – а зачем куда - то ехать, все это можно попробовать и у нас. В наших городах рестораторы открывают этнические рестораны, которые следуют

традициям определенного народа: через меню, концептуальные решения интерьера, посуду, мебель, униформу обслуживающего персонала, музыкальное сопровождение, название заведения. Да, предлагаемое меню обширно и разнообразно. Работают шеф - повара из этих этнических стран. Но что - то здесь не так. То ли сырье не то, то ли запахи; то ли сказывается отсутствие национального колорита страны вокруг ресторанов... Исторически неповторимая атмосфера самой страны настраивает нас на волну удовольствия в предвкушении яств национальной кухни еще до посещения страны. Разумеется, что знакомство с национальной кухней происходит и в рамках экскурсионных туров. Как побывать во Франции и не посвятить один из дней для посещения винодельни Plou&Fils в долине Луары?! Это семейный бизнес на протяжении ряда поколений. Увлекательно посмотреть на процесс от начала производства до дегустации. Само очарование винодельни, огромные бочки в подвале, полумрак, прохлада и собственно дегустация, которая обволакивается французской речью. При этом совершенно невозможно удержать от покупки понравившегося вина в качестве подарка из Франции.

Гастрономический туризм также сочетается с событийным, пляжным, сельским туризмом (участие в сборе ягод и грибов, фруктов с дерева и овощей с грядки; предоставленная возможность самостоятельно испечь пироги и сварить варенье); эко - туризм сочетается с гастрономическими турами. Особняком стоят собственно гастрономические туры. Они могут быть индивидуальными или малыми группами; это мастер - классы, посещение пищевых производств, частных виноделен, сыроделен, фермерских хозяйств, кулинарных шоу, гурмэ - фестивалей...

Как же представлены гастрономические туры в России и привлекательна ли наша страна для гастрономических туров? С чем же ассоциируется наша страна, уральский регион? Какие туры предлагать: массового направления или узкоспециализированные? Из стран СНГ есть предложения гастрономических туров в Абхазию, Грузию, Армению. Развивается сельский туризм с элементами гастрономического в Подмосковье. Предложения по гастрономическим турам есть, но очень мало.

Чаще всего для зарубежных гостей Урал и Свердловская область звучат тождественно. Свердловская область для туристов – золото, изумруды, малахит, самоцветные камни; Урал промышленный, выставка военной техники в Нижнем Тагиле; Екатеринбург - город на границе Европы и Азии, место расстрела царской семьи, саммит ШОС, ЭКСПО; Президентский центр Б.Н. Ельцина. Производственный потенциал области позволяет активно развивать промышленный туризм. За рубежом о туристической привлекательности региона знают мало и знания очень разрозненны, что связано с рядом причин: отсутствие хороших информационных ресурсов на иностранных языках, разработанных концепций позиционирования, брендинга Урала; неумение использовать имеющиеся конкурентные преимущества туристского потенциала территории и работать с целевой аудиторией. Нет общей концепции развития туристской инфраструктуры.

В России курс на развитие внутреннего туристического продукта был дан еще в 2010 году. Позже была создана федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011—2018 годы». Однако раньше не использовалось само понятие «гастрономический тур», говорилось об отдельных мероприятиях: экскурсии, конкурсы, мастер - классы. Экскурсии были направлены прежде всего на ознакомление с технологическим циклом производства предприятий пищевой

промышленности. Сама идея продвижения гастрономических туров совместно с этнографическим туризмом на Урале возникла уже давно. В октябре 2011 года для участников международной туристической выставки «EXPOTRAVEL - 2011» состоялся инфо - тур по сельскому и гастрономическому туристическому маршруту «Золотая роса» для знакомства с местными традициями, с блюдами марийской и татарской кухонь, приготовленными по старинной рецептуре. Обсуждение этой темы продолжалось в 2013 году в рамках межрегионального форума «Большой Урал». Процесс запущен, но о значительных достижениях говорить пока преждевременно.

В 2013 году в Свердловской области была презентована программа развития туристического кластера «Самоцветное кольцо Урала». В 2014 году программа вошла в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ». Этот туристический маршрут протяженностью в 647 км проходит по территории 12 муниципалитетов, включая Екатеринбург, Алапаевск, Реж, Невьянск, Нижний Тагил, Ирбит, Артемовский [5].

В июле 2015 года Министерство инвестиций и развития Свердловской области совместно с группой компаний VISTA разработали первые шесть тематических маршрутов по Самоцветному кольцу Урала, которые объединены в три темы: «Уральский быт и ремесла», «Техника Урала» и «Промышленный Урал». В рамках продвижения проекта «Самоцветное кольцо Урала» в одном из маршрутов выходного дня («Гончары и золото») предлагается обед из русской печи; в гончарной мастерской Сергея Масликова в поселке Нижние Таволги угощают чаем из таволги.

В рамках некоторых экскурсионных программ прослеживаются элементы гастрономического туризма. Интересен опыт Нижнесинячихинского музея - заповедника деревянного зодчества им. И.Д.Самойлова. Одна из составных частей комплексной экскурсии – обед в уральской избе. В присутствии гостей выпекается хлеб в печи, запекается гусь или поросенок; гостей угощают выращенными на своем огороде картофелем и овощами; соленьями из собственноручно приготовленных запасов. В музее проводится «Уральское чаепитие с шаньгами».

Туристический портал «ЕДЕМ ВМЕСТЕ» предлагает дегустационный тур по ресторанам Екатеринбурга с посещением трех ресторанов и дегустацией в каждом на выбор двух блюд: ресторан «La Manche» - это ресторан рыбной кухни (средиземноморская, русская), ресторан «Веселый Мадыар» представляет венгерскую кухню, ресторан «Сербский дворик» - сербскую кухню.

В городе Заречном организована экскурсия на пивоварню Jawsbrewery (технологический процесс, интересные факты и легенды) с дегустацией четырех сортов пива на площадке пивного бара при пивоварне.

Турагентство «Катюша Трэвел» организует шоколадный тур на фабрику г. Челябинска с экскурсией на производство и дегустацией кондитерских изделий. Представляется очень интересная экскурсия в Этнический центр народов севера и ездового собаководства (поселок Южно - Челябинский прииск) с катанием на собачьих упряжках, с посещением питомника самоедской лайки и сибирской хаски, с чаепитием в настоящем чуме. А можно было бы организовать не просто чаепитие, а предложить попробовать основные продукты питания хантов и манси: рыбу, мясо оленя или лося, ягоды, орехи.

Рыболовно - охотничий клуб «Дикий Север» проводит увлекательные путешествия по Северу Уральского региона, по приполярному и полярному Уралу: сплавы; вертолетные,

вездеходные, охотничьи экспедиции, на квадроциклах; рекомендует уникальный гастрономический тур по приполярному Уралу. Участники экспедиции в условиях вне цивилизации смогут наслаждаться изысками русской, японской, итальянской, французской, немецкой, европейской, вегетарианской кухнями с роскошной сервировкой.

Опыт гастрономического туризма есть в Челябинской области, в Ханты - Мансийском округе. В октябре 2015 года Министерство культуры Челябинской области подало заявку на участие в проекте «Национальный календарь событий». Одним из предлагаемых событий является фольклорно - гастрономический фестиваль «Уральские пельмени на Николу зимнего» – красочное ярмарочное мероприятие, сопровождаемое народными забавами, хороводами, плясками, массовой дегустациейпельменей лучших производителей Южного Урала. Т.е. через событийный туризм постепенно внедряются элементы гастрономического туризма.

Гастрономический туризм – перспективное направление для разных категорий туристов. Ценность (участники гастрономического тура платят деньги в отличие от просто пляжного отдыха), привлекательность (востребованное современное предложение) и универсальность (доступность, всесезонность) гастрономических туров очевидны. Можно начать с комбинированных туров – экскурсия +... Предприятия питания региона имеют возможность предлагать блюда уральской кухни. Работникам туриндустрии необходимо акцентировать внимание на данном моменте при формировании и предложении туров туристам.

Несмотря на то, что рестораторы недостаточно предлагают русскую, уральскую кухню и в меню часто представлены блюда разных кухонь, интерес к особенностям русской национальной кухни и к самобытным уральским кулинарным традициям есть. Ведущие повара заново открывают старинные рецепты блюд.

Урал отличается многонациональностью, и уральская кухня, как собирательный образ, сформировалась под влиянием различных народов: русских, татар, башкир, финно - угор, жителей Севера, народов Востока, поэтому в уральской кухне прослеживаются и русские, и азиатские корни в технологии приготовления блюд. Она ассоциируется с районированными продуктами растениеводства и продуктами животноводства в ореоле проживания и выращивания определенных видов животных, птицы; с отличительными технологическими приемами и технологиями. Определенное влияние оказывают климатические особенности и географическое расположение региона.

Пельмени - не просто любимое блюдо уральцев, но и известный бренд. Этимологические словари указывают, что русское слово пельмени является заимствованием из финно - угорских языков, возводя его к слову «пельнянь» («хлебное ухо»: пель «ух» + нянь «хлеб») [1]. Похожие блюда есть у разных народов. Уральская кухня предлагает пельмени не только с мясом, но и с редькой, грибами, картофелем, квашеной капустой, рыбой. Способы их подачи различны: в Челябинске – со сметаной, горчицей, майонезом, уксусом с перцем, в Екатеринбурге - с бульоном; в Тюмени любят обжаривать пельмени, а в Башкирии — запекать.

Рецептура окрошки (существует с конца XVIII века) претерпела изменения. Обязательными ингредиентами в окрошке по - уральски, кроме привычных, являются квашеная капуста и редис.



В названиях блюд, соусов отражается принадлежность к уральскому региону: окрошка уральская с рыбой, говядина по - уральски, запеченная рыба в горшочке по - зауральски, котлета зауральская, мясо по - старозауральски, мясо по - уральски и др.

Нереально представить уральскую кухню без квашеной капусты с морковью или клюквой; без огненной смеси помидор, чеснока и хрена - хреновины («Горлодер», «огонек»). «Соус чили по - уральски с душевным и проникновенным названием...» писал Борис Телков, писатель из Нижнего Тагила, о хреновине [2].

К особенностям местной кухни можно отнести и любовь к тесту, к «бабушкиной» выпечке: пироги открытые и закрытые (с рыбой, сырым картофелем, луком и яйцом, капустой, калиной, черникой, яблоками...), пирожки, расстегаи, кулебяки. Процессу приготовления картофельной шанги в русской печи был даже посвящен короткометражный фильм. Мясные пирожки - посикунчики популярны в Пермском крае и Свердловской области, в Оренбургской области - курник с начинкой из мяса птицы, баранины, говядины. Исключительной популярностью в уральской кухне пользуются блины.

К уральской экзотике можно отнести черемуху, которая растет в наших лесах. Из нее делают муку для приготовления начинки для сладких пирожков. В лесах растут брусника, клюква, калина, черника, из зелени - черемша. Уральцы почитают грибы - не только маринуют, солят, готовят супы, икру, тушат, жарят, добавляют в пироги и пельмени, но и любят собирать их.

На Урале широко используют паренье для любых корнеплодов: репа, брюква, редька или морковь. Кисель распространен в нашем регионе с XIX века. Ранее основой для его приготовления были пшеничные отруби, в наше время - фрукты и ягоды. Любимым и широко распространенным для Урала напитком считается компот. Почитаемы в уральской кухне бутерброды, например, «Раусшмейсер по - уральски» - такой трехслойный бутерброд из яичницы - глазуни, шпика и ветчины.

Уральская кухня – огромный пласт кулинарных традиций, сформированных на протяжении веков; эта кухня не оставляет равнодушным никого.

Как отмечалось выше, гастрономический туризм - направление перспективное, но его развитие напрямую связано с общим развитием туризма в регионе. Нераскрученность бренда Урала и Свердловской области в частности, слаборазвитая инфраструктура (гостиницы, предприятия питания, сувенирные лавки, транспорт), отсутствие хороших дорог, низкий уровень сервиса, высокая ценовая политика являются основным камнем преткновения. Для активного развития этого направления играет большую роль государственно - частное партнерство, поддержка внутреннего туризма на государственном уровне. Туризм в Свердловской области развивается в основном за счет местных жителей, школьников. Необходимо целенаправленно заниматься маркетингом региона, формированием бренда для создания определенной инвестиционной и туристической привлекательности региона. Позиционирование уникальности Урала заключается в популяризации среди россиян и повышении узнаваемости среди потенциальных иностранных туристов.

Нашему региону есть что предложить для развития гастрономического туризма: разнообразие блюд, как приготовленных по старинным рецептурам, так и современной уральской кухни; посещение современных ресторанов, стилизованных предприятий

питания, изб на деревенском подворье (с ознакомлением быта различных народностей Урала); туры по предприятиям пищевой промышленности; посещение пасек и фермерских хозяйств; дегустация свежесобранных и переработанных дикорастущих ягод и грибов (с организацией сбора или без), свежельвленной и приготовленной рыбы (выловленной самостоятельно или организаторами тура).

Попечительский совет Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» утвердил с 2012 года Региональную премию в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» - Урал. Одной из оцениваемых категорий является «Лучший проект в области развития и продвижения территорий». В рамках этой категории в 2014 году проект первого life - style журнала о Екатеринбурге в социальной сети FaceBook стал лучшим проектом, который будет способствовать узнаванию Екатеринбурга в информационных сетях.

С 2016 года правительство Свердловской области планирует продвигать региональную программу «Урал для школы», предполагающую интеграцию экскурсионных маршрутов в школьные образовательные программы [3, с.214]. Весьма логично при составлении программ экскурсий, туров по Самоцветному кольцу Урала как бренду Свердловской области (150 объектов туризма), по программе «Урал для школьников» (33 автобусных маршрута) предусмотреть предложение предприятиями питания обед в традициях уральской кухни.

Федерация рестораторов и отельеров России, реализуя различные проекты в сфере гостеприимства, может способствовать продвижению гастрономического туризма как в России, так и на региональном уровне.

Высшие учебные заведения также могут внести свою лепту в популяризацию уральской кухни. Например, для профиля подготовки «Ресторанная деятельность» по направлению подготовки «Гостиничное дело» в учебном плане предусмотрена дисциплина «Национальные особенности питания и гостеприимства», по направлению подготовки «Технология продукции и организация общественного питания» предлагаются для изучения элективные курсы дисциплин «История русской кухни» и «Питание как часть национальной культуры народов». В рамках этих дисциплин необходимо уделить больше внимание родной уральской кухне.

#### **Список использованной литературы:**

1. Википедия - версия энциклопедии на русском языке. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org>
2. Телков Б. Н. Записки отдыхающего // Урал. - 2001. - Вып. 10. - с.200.
3. Тимакова Р.Т. Путешествуя по Екатеринбургу.... Сборник научных трудов по материалам Международной научно - практической конференции 5декабря 2015г.: в 5 частях. Часть V. Уфа: «Аэтерна», 2015 - с. 210 - 215.
4. Тимакова Р.Т. Маркетинговые исследования в ресторанном бизнесе. Сборник статей Международной научно - практической конференции1 сентября 2015г. Уфа: «Аэтерна»,2015 - с. 40 - 44.
5. «Ura.ru» - российское информационное агентство. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://ura.ru>

© Р.Т.Тимакова, 2016

## ВЫСОКТЕХНОЛОГИЧНЫЙ СЕКТОР ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ: АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Российская экономика и промышленность в настоящее время пребывают в зависимости от конъюнктуры мирового рынка энергоносителей. В условиях обострения внешнего давления, запрет выхода российских заемщиков на мировой рынок капитала, существенное ослабление национальной валюты – все это усиливает риски дефолта российских предприятий. Кризиса 2008 года выявил высокую уязвимость экономики России от мирового рынка, регулирование которого осуществляется дискриминационными для России способами.

Наряду с этим, исчерпывает себя и потенциал экспортно - сырьевого типа экономического развития, базирующийся на отраслях топливно - энергетического комплекса. Об этом наглядно свидетельствует снижение со стороны предприятий ТЭК инвестиционного предложения (даже в период высоких цен на нефть), что препятствует экспортной экспансии организаций реального сектора экономики [2]. Длительный период стабилизации 2002 - 2008 гг., тем не менее, не позволил преодолеть «технологический провал».

«Технологический провал» можно охарактеризовать снижением (начиная с 1992 г.) в промышленном производстве долей отраслей высшего технологического передела<sup>11</sup>, при этом оставаясь на уровне около 30 %, в то время как доля ТЭК в это же время была на уровне 11 - 12 %. За период экономического спада (1992 - 1998 гг.) ситуация кардинально изменилась: доля отраслей высшего передела снизилась до 23 - 25 %, а доля топливно - энергетического комплекса выросла до 30 - 33 % [1]. Причиной к изменению типа развития в 2002 г. можно назвать «нефтяной шок», в то время цены на энергоносители постоянно росли и достигли своего максимума в июле 2008 г. [5]. Это обстоятельство положительно сказалось на доходах государства, государственных фондов, прибылей нефтегазовых и смежных предприятий, а также на укреплении национальной валюты. Данное обстоятельство стало оказывать на рост существенное влияние через снижение конкурентоспособности отечественных экспортеров и усиление позиций импортеров. И как результат - произошло снижение темпов роста экспорта и увеличение темпов роста импорта в 2002 - 2008 гг. [6]. Это привело к сокращению активного сальдо торгового баланса почти на 36 %.

Таким образом, основные макроэкономические показатели того периода свидетельствуют, что в течение 2002 - 2008 гг. не только не было создано условий для преодоления «технологического провала», но и напротив – такое явление усугубилось (табл. 1).

---

<sup>11</sup> Машиностроительный комплекс, химический и нефтехимический комплекс.

Таблица 1. Структура промышленного производства и экспорта в различные периоды экономического развития [4]

Доли отраслевых комплексов в структуре производства и экспорте	Внутри - ориентированный тип развития (1999–2001 гг.)	Экспортно - сырьевой тип развития (2002–2008 гг.)
Доля ТЭК в структуре пром. производства, %	38,4	40,4
Доля МСК в структуре пром. производства, %	16,6	17,8
Доля ТЭК в структуре экспорта, %	51,5	60
Доля МСК в структуре экспорта, %	9,3	6,5

В настоящее время потенциал экспортной - сырьевого типа роста экономики на базе ТЭКа исчерпывает, так как базирование на нем приводит к чрезмерной зависимости от ценовой конъюнктуры мирового рынка энергоносителей. В этих условиях российской экономике нужна новая стратегия развития. Такая стратегия, на наш взгляд, должна базироваться на инвестиционно - технологическом типе развития, в основе этого типа развития должны лежать новые отрасли - лидеры [5].

Такой группой отраслей могут стать отрасли высокотехнологичного машиностроения. Анализ деятельности этих отраслей за период 1992 - 2014 гг. показал, что отрасли ВТС МСК осуществляли экспортную деятельность, как в кризисные 1992 - 1998 гг., так и в период экономического роста 2002 - 2009 гг., что подтверждает конкурентоспособность их продукции [6]. Разработки новых, востребованных мировым рынком образцов продукции позволит реализовать план экспортной экспансии. Именно экспортная экспансия может создать условия для импортозамещения продукции и того мультипликативного эффекта, который может возникнуть в этом случае. Такой эффект будет способствовать развитию не только высокотехнологичного промышленного производства, но и других смежных отраслей с различным уровнем технологического передела.

#### Список использованной литературы:

1. Degtyarova I.V., Tokareva G.F. Modern trend in dynamics and structure of working capital of the Russian economics // Asian Social Science, Vol. 11, No. 13 (2015) - P. 61 - 70.
2. Багаутдинова И.В., Токарева Г.Ф. Определение эффективности функционирования оборотного капитала // Российское предпринимательство. - 2013. - № 22 (244). - С. 54 - 63.
3. Багаутдинова И.В., Токарева Г.Ф., Шалина О.И. К вопросу о социальной справедливости, прогрессивной шкале налогообложения и институциональных «ловушках» // Налоги и финансовое право, №8. 2015, С. - 134 - 144.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ
5. Официальный сайт ЦБ РФ <http://www.cbr.ru>
6. Токарева Г.Ф. Влияние научно - технического прогресса на структуру капитала в рыночной экономике // Интеллект, инвестиции, инновации. - 2013. - №1. - С.47 - 52.

© Г.Ф. Токарева, 2016

## УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

**Аннотация.** На современном этапе развития промышленного комплекса России, машиностроение занимает важную роль, так как от его продукции зависит развитие всех отраслей промышленного производства. А качество продукции, в свою очередь, зависит от инновационной составляющей предприятий. Электротехническая промышленность занимает важнейшую часть в данной отрасли, обеспечивая своей продукцией энергетическую составляющую России.

**Ключевые слова.** Промышленность, машиностроение, рынок, капитал, электротехническая отрасль, инновации, направления, развитие, качество.

Трансформация экономики промышленного комплекса в рыночную экономику в России осуществлялась неравномерно. Те отрасли, которые были ориентированы на международные рынки, быстро адаптировались к новым условиям хозяйствования, интегрируясь в глобальную систему хозяйствования, привлекали инвестиционный капитал для пополнения и обновления своих основных фондов, разрабатывали, приобретали и внедряли рыночные технологии стратегического управления компанией и корпоративного менеджмента.

Отрасли и подотрасли машиностроения, которые были ориентированы на национальный рынок и, в основном, являлись монополистами, прошли этап антикризисной реструктуризации и развиваются на базе создания новых производств, организованных в последние двадцать лет, в большей степени при вмешательстве или поддержке государства.

Но существует большая группа отраслей и подотраслей промышленности, товарная продукция которых направлена на инвестиционный спрос, а это прежде всего машиностроение, которое оказалось наиболее уязвимым в условиях рынка. Это определялось закрытостью социалистической хозяйственной системы; отсутствием выхода на мировой рынок продукции машиностроения; отсутствием интеграции в систему международных стандартов и технологий; низкой рентабельностью и отсутствием инвестиционного спроса.

Начиная с 2000 - х годов стало наглядно формироваться мнение, что без государственного регулирования основных задач инвестиционного, инфраструктурного и инновационного направлений, промышленность России не сможет обеспечить необходимый уровень конкурентоспособности своей продукции и реализовать конкурентные преимущества на мировом и национальном рынках. Следовательно, для стратегического развития данной важнейшей отрасли экономики, формирование и

реализация ее современного экономического, технического, технологического и управленческого уровня, необходимо разработать новую государственную инновационную промышленную политику, которая определяет и учитывает приоритетные национальные цели в промышленности, а также разработать и сформировать современные стратегии развития ведущих отраслей промышленности, механизмы и инструменты их осуществления[1].

Эта задача стала основополагающей в течение последних десяти лет, когда была разработана концепция государственной промышленной политики, сформирован и принят полный комплекс стратегических документов, указов и постановлений Президента и Правительства РФ, определяющих цели, задачи и направления стратегического развития промышленного потенциала страны.

Для формирования основных приоритетов развития отраслей и подотраслей промышленности были разработаны отдельные стратегии развития, которые содержали мероприятия государственного регулирования, и целевые индикаторы, учитывающие отдельные аспекты и особенности отраслевого развития. Федеральные целевые программы и отраслевые стратегии - это результат согласованного взгляда государства, общества, бизнеса и независимых экспертов на то, как должна развиваться определенная, конкретная отрасль промышленности и какие нужны для этого инструменты промышленной политики.

Ключевые документы, определяющие промышленную политику государства в сфере стратегического развития промышленности являются указ Президента РФ №596 «О долгосрочной социально - экономической политике в Российской Федерации» от 7 мая 2012 года, а также ряд отраслевых стратегий.

В настоящее время машиностроительный комплекс РФ объединяет девять подотраслей промышленности, в том числе электротехническую промышленность, которая является важнейшей подотраслью машиностроительной промышленности.

Современная российская электротехническая подотрасль промышленности машиностроения составляет 8 % объема товарной продукции машиностроительного комплекса и более, чем 1,3 % от всей совокупности промышленного производства продукции государства[2]. В электротехнической отрасли в настоящее время функционирует 412 предприятий, составляющих 12 % от общего числа машиностроительных предприятий России, в том числе среди них находится 38 НИИ и профильных конструкторских бюро[2]. Число работников в электротехнической промышленности насчитывает около 300 тыс. чел[2].

Главной целью государственной экономической политики в области электротехнической промышленности является создание и реализация возможностей для стабильного развития организаций и предприятий данной отрасли, как одной из основных отраслей экономики, которая во многом определяет характер используемых технологических процессов во всех сферах деятельности человека.

Инновационные направления развития государственной промышленной стратегии и поддержки отрасли электротехнической промышленности включают в себя:

- правовое, экономическое и организационное обеспечение проведения всех мероприятий в сфере структурной модернизации отрасли на базе стратегических, инновационных приоритетов ее развития;

- развитие методов инновационного управления государственными предприятиями и государственными пакетами акций предприятий;
- комплексное финансирование НИОКР, разработок современных норм, требований и стандартов, участие в финансировании фундаментальных и прикладных исследований;
- государственное регулирование международной деятельности предприятий - экспортеров;
- унификация таможенной политики в связи с новыми требованиями ВТО.

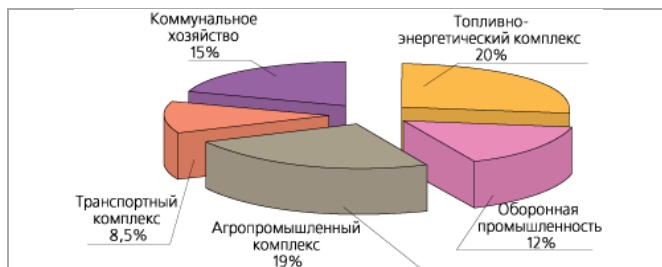


Рис.1. - Диаграмма распределения долей электротехнической продукции на внутреннем рынке страны.

Промышленность электротехнической отрасли выпускает оборудование для всех отрасли экономики, социальной и бюджетной сферы. Основные потребители продукции представлены на рисунке 1.

Общие и основные направления стратегического инновационного развития предприятий электротехнической промышленности можно свести к трем основным мероприятиям инновационной политики (таблица 1).

Таблица 1.

Направления инновационной политики в электротехнической промышленности

№пп	Стратегическое направление развития	Краткое содержание
1.	Применение энергосберегающих технологий	Основной целью современных проектов по энергосбережению является удовлетворение всех энергоемких потребителей промышленности высокоэффективным отечественным электротехническим оборудованием, которое является определяющим в энергосберегающих технологиях. Мероприятия данных проектов сосредоточены на решении следующих задач: 1.Последовательный перевод всех энергоемких предприятий - потребителей электроэнергии на новое энергосберегающее оборудование электротехники, в том числе трансформаторов, электродвигателей,

		<p>конденсаторов, высоковольтной и низковольтной аппаратуры.</p> <p>Осуществление вышеуказанных мероприятий позволит обновить больше 50 % реализуемой электротехнической продукции, поднять уровень промышленного производства на всех предприятиях, осуществляющих ее выпуск, увеличить ресурс и надежность электрооборудования в 1,5 раза, поднять КПД всех видов оборудования и осуществить экономию при смене парка выпускаемых изделий на новые в объеме 50 млрд кВт•ч в год.</p> <p>2. Организация перехода на использование преобразованной электроэнергии. По данному показателю РФ отстает от западных стран в 3–4 раза. Проведение мероприятий по использованию преобразованной электроэнергии снизит объем ее потребления до 50 % .</p> <p>3. Создание и применение комплектного оборудования для малой энергетики и систем рекуперации электроэнергии на транспорте. Реализация мероприятий в этой области позволит расширить применение малой энергетики в отдельных регионах, сельском хозяйстве, быту, резко сократить затраты в себестоимости услуг на электротранспорте. Общий объем экономии электроэнергии при реализации мероприятий в этой области оценивается в 25 млрд кВт•ч в год.</p>
2.	Развитие маркетинговых исследований рынка	<p>Особенностью современной ситуации на рынке электротехнической продукции является расширение маркетинговой деятельности и формулирование новых требований к продукции электротехнических предприятий.</p> <p>Причем эти работы производят сами производители продукции, идет активное перепрофилирование разработчиков и производителей на тесное сотрудничество с организациями – потенциальными потребителями электротехнической продукции.</p>
3.	Структурная и организационная перестройка отрасли	<p>Одним из определяющих факторов успешной работы электротехнических предприятий в условиях рынка является корпоративное управление, которое определяется комплексным сотрудничеством акционеров и администрации предприятий и создания новых интегрированных производственных структур.</p> <p>Интеграция на базе корпоративного управления должна стать основой стратегического технически сложной и</p>



		<p>многономенклатурной отрасли электротехники, необходима полная структурная перестройка всего инновационного и научно - исследовательского потенциала отрасли с созданием крупной корпорации, объединяющей производство с НИОКР при государственном участии.</p>
--	--	---

Концептуальная цель инновационного развития машиностроительной промышленности РФ состоит в создании механизма конкурентоспособного, эффективного и устойчивого развития на основе опережающего роста прибыли предприятий по сравнению с объемами производства.

В связи с этим автором предлагаются организационные, структурные, технологические и институциональные направления инновационного развития машиностроительного комплекса РФ (таблица 2).

Таблица 2.

Стратегические направления инновационного развития промышленности машиностроения

Направления инновационного развития	Анализ современного состояния факторов развития	Потенциальные направления инновационного развития промышленности машиностроения
1	2	3
Тотальная модернизация промышленных предприятий	Незначительный уровень внедрения современных технологий, техники и других модернизационных процессов в производство.	Интеграция промышленных предприятий и создание на этой базе корпоративных структур типа промышленных кластеров и холдингов, с участием научно - исследовательских комплексов. Партнерство с зарубежными профильными компаниями.
Внедрение новых «прорывных» технологий	Лишь 25 % российских предприятий соответствуют мировым технологиям мировым технологическим стандартам.	Разработка современных «прорывных» технологий, повышение квалификации производственного персонала.
Применение новых	В РФ недостаточное	Создание профильных

организационно-экономических интеграционных форм деятельности	- количество Ассоциаций, общественных организаций и Союзов, объединяющих отечественных производителей продукции.	СРО и других общественных организаций, представляющих интересы промышленников на рынке. Повышение качества продукции.
Организация сотрудничества между смежными отраслями промышленности на базе НИОКР	Отсутствие у многих предприятий собственной инновационной, научно-исследовательской и базы по НИОКР. Низкий уровень кооперации и сотрудничества с предприятиями смежных отраслей организаций.	Государственная помощь и поддержка ведущих направлений НИОКР в промышленности. Координация деятельности по выполнению проектов НИОКР. Интеграция отечественной науки в программы международных исследований.
Внедрение современных систем промышленного менеджмента качества.	Используемые в настоящее время в РФ модели управления качеством подготовки персонала не в полной мере способствует повышению конкурентоспособности предприятия и повышению качества выпускаемой продукции.	Комплексное использование в промышленности современных международных стандартов типа ИСО 9001 «Управление качеством продукции и услуг» и подходов TQM.
Выход отечественной промышленности на зарубежные рынки продукции и услуг	Недостаточное присутствие, а зачастую и полное отсутствие промышленной продукции на зарубежных рынках продукции и услуг.	Государственное стимулирование и поддержка ведущих отраслей отечественной промышленности. Повышение качества производимой продукции.
Создание государственных корпораций	Относительно небольшое участие промышленных предприятий в Российских государственных корпорациях.	Организация отраслевых промышленных государственных корпораций.
Ориентация отечественной промышленности на импортозамещение	Доля рынка в 75 % промышленной продукции России занята импортом.	Создание квот для импортной продукции. Комплексное замещение импортной продукции на отечественную.

Из вышесказанного, можно отметить, что организационно - экономические направления инновационного развития предприятий электротехники на сегодняшний день должны быть нацелены на выполнение положений стратегических мероприятий функционирования, в соответствие с требованиями, предъявляемыми внутренним рынком с его современными рыночными отношениями, а также всемирного рынка машиностроительной продукции с его постоянно усиливающейся конкуренцией[3].

По мнению автора, в настоящее время, могут использоваться для реализации стратегий инновационного развития электротехнической промышленности (повышении эффективности функционирования) пять моделей, которые в полной мере охватывают и отрасль промышленности и отдельные предприятия (таблица 3).

Таблица 3.

Модели реализации инновационных стратегий развития электротехнической промышленности.

№пп	Наименование модели.	Краткая характеристика.
1.	Модель локализации производственных процессов.	Данная модель предполагает локализацию производственных процессов предприятий по уже существующим сборочным производствам. Оптимальная ее реализация - это привлечение иностранного инвестора с мировым брендом. Возможно создание совместного предприятия или работа по схеме франчайзинга.
2	Модель межотраслевой кооперации предприятий.	Предлагается глубокая, комплексная межотраслевая кооперация электротехнических предприятий с предприятиями других отраслей. Производства создаются по принципу B2B (business to business). Возможна такая структура и в разрезе отрасли. Пример: производство электронных изделий для энергетики. Здесь важно отметить то, что отрасль электротехники, ориентируясь на потребности других отраслей, примет на себя их производственные риски.
3.	Программная модель	Данная модель предусматривает развитие промышленных производств под определенные разрабатываемые или принятые государственные и региональные программы. К их числу относятся: <ul style="list-style-type: none"> <li>- создание производства отдельных терминалов для расчета пластиковыми картами, а также кассовых аппаратов согласно государственной программы развития э средств электронных платежей;</li> <li>- создание предприятий по производству электронных приборов учета газа, электроэнергии, воды, теплоснабжения согласно государственной программы повышения и развития эффективности применения и использования энергии и тепла.</li> <li>- производства светодиодных ламп и осветительных устройств по государственной программе сокращения энергопотребления и т.д.</li> </ul> В предлагаемой модели основное – это временная

		синхронизация государственных программ и инвестиционной деятельности отрасли.
4.	Кластерная модель.	Организация новых горизонтально - интеграционных производств на основе использования базы технологических кластеров. Данные кластеры должны объединять производство, науку и организацию подготовки кадров.
5.	Организационная модель.	Предлагается использовать модель инновационной организационной структуры промышленного холдинга, особенностью которой является то, что в нее включена отдельная структура: подразделение собственного аудита и контроля. Данное подразделение подчиняется Совету директоров холдинга, что значительно повышает уровень качества стратегического контроля и управления. Основным вопросом при формировании и реализации эффективной организационной структуры стратегического управления предприятием является оптимальное перераспределение основных полномочий в сфере подготовки к принятию и реализации всех управленческих решений.

Модернизация промышленности в России происходит в посткризисный период на фоне крайне динамичного развития ситуации в мировом индустриальном секторе и глобальном рынке, где за последние двадцать лет (период становления и развития рыночных отношений в России) произошли крупные, кардинальные изменения как в организации производственных процессов на основе информатизации, так и в технологической сфере, товарном ассортименте за счет использования новых видов сырья.

В этих условиях необходима четко скоординированная государственная промышленная политика в отношении отечественных производителей. Необходимо более интенсивно стимулировать инновационный стратегический рост, обновление технологической базы более быстрыми темпами по отношению к обновлению техники там, ориентация отечественной промышленности на создание новых рынков и отраслей с учетом требований воспроизводственного процесса, способных конкурировать на глобальном технологическом рынке на равных с развитыми экономиками мира.

#### **Список используемой литературы.**

1. Капитонов С.В., Тюкавкин Н.М. Разработка организационно - экономического механизма устойчивого развития отрасли промышленности с помощью системы базовых экономических показателей // Основы экономики, управления и права. 2012. - № 6(6). - С. 83 - 87.
2. Кисельников Е.А., Сорочайкин А.Н., Тюкавкин Н.М. Оценка стратегии повышения эффективности функционирования предприятий машиностроения на основе капитализации прибыли // Вестник Самарского государственного университета. - 2013. - № 4 (105). - С. 34 - 42.
3. Тюкавкин Н.М. Вопросы объединения предприятий России // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2008. № 1 (39).

© Н.М.Тюкавкин, 2016

## РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

*Постановка проблемы в общем виде.* Большинство ученых, говоря о развитии предприятия, дают известную концепцию жизненного цикла предприятия, раскрывающую этапы его развития. «Жизнь» предприятия подобна жизни человека, времени существования любого предмета труда или услуги. Она имеет свои фазы и особенности развития.

Согласно концепции жизненного цикла предприятия, его развитие проходит ряд стадий, начиная с рождения, расцвета вплоть до прекращения существования или коренной модернизации (так называемой точки бифуркации) Как показывает практика, возможно сопротивление работников о развитию. причины сопротивления условно можно разделить на экономические (потенциальная потеря дохода или его источника), организационные (нежелание менять сложившуюся систему отношений), личностные (психологические особенности – инертность, привычка, страх перед будущим).

*Целью статьи* является выделение этапов процесса развития предприятия на основе формирования его экономической устойчивости.

*Изложение основного материала исследования.* Рассмотрим пять основных фаз развития предприятия, каждая из которых имеет определенные цели, признаки, стиль руководства, задачи и организацию труда.

План развития предприятия дает ответы на вопросы: какие товары и услуги организации будут востребованы? Какие условия и климат необходимо создать внутри организации, чтобы облегчить создание новых видов продукции и выявление новых рынков сбыта? Каковы имеющиеся ресурсы?

Экономисты Грейсон Дж. Младший и О'Делл К. в монографии «Американский менеджмент на пороге XXI века» [1] приводят основные критерии управления развитием фирм. Это управление конкурентоспособностью фирм и управление ее производительностью, причем производительность является предопределяющим фактором развития по мнению авторов: «Единственным направлением развития является ориентация на повышение производительности и достижение уровня производительности труда более высокого, чем у конкурентов» [1, с. 52]. Наилучшим измерителем уровня конкурентоспособности является производительность и наилучшим путем возрождения конкурентоспособности товаров является повышение его экономической устойчивости. Концепция, предложенная американскими учеными, достаточно обоснованна и заслуживает внимания в анализе управления развитием.

В монографии «Рыночный потенциал предприятия» [2] Попов Е.В. вводит понятие новой экономической категории - рыночный потенциал - «совокупность средств и возможностей предприятия в реализации рыночной деятельности» [2, с. 41], который на

наш взгляд, раскрывает проблему управления развитием предприятия через многоуровневую категорию потенциала. «Необходимость введения рыночного потенциала и его составляющих обусловлена насущным требованием разработки аппарата оценки применения современных экономических подходов в деятельности предприятий. Оперативная численная оценка потенциала позволит выявить скрытые резервы в управлении развитием предприятия и, следовательно, его экономической устойчивости» [2, с. 41]. Рыночный потенциал предприятия автор рассматривает по трем уровням:

- аналитический уровень - маркетинговые исследования, анализ конъюнктуры рынка, анализ конкурентной структуры, имитационное моделирование, сегментация рынка;
- производственный уровень - разработка товаров и услуг, процесс ценообразования, сбыт продукции;
- коммуникативный уровень - рекламная деятельность, стимулирование сбыта, формирование общественного мнения.

Самочкин В.Н. в работах «Гибкое развитие предприятия: Анализ и планирование» и «Гибкое развитие предприятия: Эффективность и бюджетирование» [3] обобщает опыт теории и практики российских ученых. Проблема управления развитием предприятия отражена автором в теории гибкого развития, где ключевую роль играет эффективность и экономическая устойчивость. Оценка эффективности в управлении развитием предприятия осуществляется по трем ключевым направлениям:

- новая техника и технологии,
- обновление производства,
- устойчивость предприятие в целом.

Автор трансформирует категорию «развитие предприятия» в понятие «гибкого развития», где гибкость - «это способность без коренного изменения основных производственных фондов осваивать за установленные сроки выпуск определенного количества требуемых рынком изделий» [3, с. 189]. С этих позиций, эффективность деятельности предприятия определяется с помощью ключевых показателей его гибкого развития:

- показатель оценки гибкости предприятия,
- устойчивость предприятия к обновлению (экономический потенциал),
- способность предприятия к обновлению (расчетное число изделий, находящихся в освоении)
- степень гибкости предприятия в текущем периоде,
- готовность предприятия к развитию в будущие периоды.

Оценка эффективности работы предприятия в целом Самочкиным В.Н. осуществляется на основании модели гибкого развития.

Экономически устойчивое предприятие, по мнению автора, «это предприятие, имеющее экономический потенциал (устойчивость к обновлению) в текущем периоде и способное получать необходимый результат, позволяющий ему осваивать за определенные сроки закономерное число изделий, востребованных рынком и обеспечивающих выживание и развитие предприятия (способность к обновлению)» [3, с. 189].

По данному определению можно заметить различный смысл категории потенциала у авторов Самочкина В.Н. и Попова Е.В. На наш взгляд, концепция данная Поповым Е.Н. шире определяет потенциал предприятия, доказывая значимость этой категории не только для управления развитием, но и для всей хозяйственной деятельности предприятия в целом.

Таким образом, каждое предприятие должно стремиться к экономически устойчивому положению как наиболее экономному динамическому режиму долгосрочного функционирования в условиях изменяющейся внешней и внутренней среды» При декомпозиции, она распадается на две цели:

- 1) повышение потенциала прибыльности предприятия;
- 2) обеспечение роста ее рыночной стоимости.

Общие положения требуют конкретизации компонентов экономического развития и рамок, в которых складывается соотношение между ними.

Первая цель вызывает необходимость решения, по крайней мере, трех основных взаимосвязанных задач. Это обеспечение эквивалентности и координации (гармонии) между:

- развивающимися потребностями общества и объемом, номенклатурой и качеством продукции предприятия,
- требованиями к продукции и научно - техническими возможностями по ее экономически эффективному производству,
- сложностью процессов функционирования и развития производства и механизмом их управления.

Вторая цель достигается за счет достижения конкурентных преимуществ в сфере:

- качества продукции,
- низких затрат на производство,
- высокого уровня обслуживания.

Конкурентоспособность хозяйственного объекта можно рассматривать как относительную категорию, которая отражает отличия развития данного субъекта от конкурента по уровню удовлетворения общественных потребностей своей продукцией и эффективности производственно - сбытовой деятельности. В конечном счете, она выражается в рейтинговой позиции на рынке [4, с. 29]. При этом, такие категории, как «механизм управления» и «организация управления» не противопоставляются, а рассматриваются как комплексные категории управления, включающие ряд составляющих категорий и образующие в совокупности подсистему управления предприятия [5].

В качестве *экономического механизма управления* мы понимаем целостную систему состоящую из взаимосвязанных подсистем управления; элементов объекта управления, на которые осуществляются воздействия (факторы управления); ресурсов и стимулов, с помощью которых осуществляется воздействие; методов расчета и принятия управленческих воздействий, позволяющих воздействовать на объект с целью изменения условий его функционирования путем изменения состава или взаимодействия элементов производительных сил.

Процесс формирования механизма формирования устойчивого положения предприятия должен осуществляться на системных принципах оптимизации управленческих решений. Каждая подсистема включает ряд элементов, которые объединяются в определенные конфигурации для достижения конкретной цели. В процессе стабильного

функционирования формируются устойчивые конфигурации (шаблоны) решения задач управления путем согласования элементов из различных блоков.

Собственно механизм развития - это составляющая управления, обеспечивающая динамическое изменение сложившихся конфигураций и наборов элементов, это совокупность критериев, ресурсов и процедур принятия решения, позволяющих проектировать новые механизмы функционирования и управления с требуемыми свойствами.

Множество элементов в управлении развитием находятся в сложных отношениях между собой, взаимодополняя, замещая или ослабляя друг друга. Так, сдельная оплата труда, мотивируя высокую выработку, может снижать качество выполняемых операций без соответствующих организационных мероприятий. Поэтому найденные долгим опытным итеративным путем шаблоны управления меняются пассивно, формируя стиль и культуру управления.

Комплекс последовательных фаз (функций) управления включает в себя:

- прогнозирование и планирование - выработка целей и постановка задач функционирования (тактика) и развитие (стратегия), определения путей и средств реализации планов;
- организация и координация - создание, упорядочение и согласование факторов и процессов выполнения планов;
- стимулирование и активизация - создание мотивов и побуждений людей к согласованным и эффективным действиям;
- мониторинг - систематическое наблюдение за результатами деятельности, их анализ и корректировка планов, путей и средств их реализации.

**Выводы и перспективы развития проблемы.** Методологической основой управления процессом развития является: постановка целей - оценка ситуации - постановка задачи - поиск альтернатив решения - выбор окончательного решения - воздействие на объект управления.

Информационное обеспечение развития базируется на правилах поиска, комплектования, обработки, хранения и передачи информации; на имеющихся архивных данных ранее выполняемых работ; на накапливаемых коллективных и индивидуальных знаниях и опыте; на коммуникационных сетях внутри организации и каналах связи с внешней средой.

Сигналом для процесса организационного развития служит повышение затрат и ухудшение результатов производства. По этим сигналам (значениям критериев управления) изучаются причины ухудшения хода производственного процесса и выявляются факторы, на которые следует воздействовать.

В других случаях воздействие на факторы управления осуществляется в интересах достижения устойчивого экономического положения предприятия.

## Литература

1. Джексон Грейсон С., О'Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века: Пер. с англ. – М.: Экономика, 2001. – 319 с.
2. Попов Е.В. Рыночный потенциал предприятия. – М.: Экономика, 2012. – 559 с.



3. Самочкин В.Н. Гибкое развитие предприятия. Эффективность и бюджетирование. – М.: Дело, 2012. – 372 с.
4. Афанасьев Н.В., Рогожин В.Д., Рудыка В.И. Управление развитием предприятий. – Харьков: ИД «ИНЖЭК», 2013. – 184 с.
5. Афонин И.В. Управление развитием предприятия: стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены: учебн. пособие. – М.: Дашков и К, 2012. – 304 с.

© А.Ф.Умеров, 2016

**УДК33**

**А.Ф.Умеров**

Студент 5 курса специальности «Менеджмент»

ГБОУВО РК «Крымский инженерно - педагогический университет»

г. Симферополь, Российская Федерация

## **КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО - ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК СЛОЖНЫХ СИСТЕМ**

*Постановка проблемы в общем виде.* Экономические явления тесно связаны между собой, эти взаимозависимости играют важнейшую роль в концепции управления их устойчивостью. В условиях изменения управления экономикой значимым становится управление развитием социально - экономическими системами на всех уровнях экономики.

Управление организационно - экономической устойчивостью предприятий недостаточно разработано, на наш взгляд, как в теоретическом, так и в практическом аспекте, в отличие от управления макроэкономическим расовесием, которому посвящены исследования Алама М.С. [1], Фримана С. [2], Нельсона Р. и Винтера С. [3], в том числе работы отечественных экономистов Львова Д.С. [4,5], Глазьева С.Ю. [6].

*Целью статьи является* обобщение теоретических подходов отечественных и зарубежных ученых по проблемам управления развитием предприятий как сложных систем для повышения эффективности их деятельности в условиях стремительных изменений внешней среды..

*Изложение основного материала исследования.* Категория «устойчивость » на микроуровне в «чистом виде» экономистами рассматривается недостаточно глубоко, как правило, только по отдельным критериям (в основном по показателям эффективности). Безусловно «категория устойчивости» неразрывно связана с процессом развития, который является по отношению к устойчивости базовым. В свою очередь, философия определяет развитие как «необратимое направленное закономерное изменение, которое ведет к новому качественному состоянию объекта» [7, с. 175]. Данное определение предполагает взаимосвязь трех категорий: количества, качества и структуры.

Определение количества как наличного числового множества элементов, составных частей целого дано еще Аристотелем: «Количеством называется то, что может быть разделено на составные части, каждая из которых, будет ли их две или несколько, являться

чем - то одним, данным налицо. То или иное количество есть множество, если его можно считать; это величина, если его можно измерить» [8, с. 17].

Качество характеризует целостную нерасчлененную определенность предметов и явлений. Всякий предмет обладает бесчисленными свойствами. Мы воспринимаем и познаем лишь часть этих свойств.

Наконец, структура - это категория, характеризующая распределение и взаимодействие в пространстве элементов, предметов и явлений, программу их развития. Главная особенность структуры - целостность, качественная взаимосвязь составляющих ее элементов. Структура теснейшим образом связана с качеством.

Кучин Б.Л. и Якушева Е.В. в работе «Управление развитием экономических систем: технический прогресс, устойчивость» рассматривают развитие как «совокупное изменение во взаимосвязи количественных, качественных и структурных категорий в системе» [9, с. 4]. Авторы определяют следующие виды изменений:

Количественные изменения - это увеличение или уменьшение составных частей данного целого, выражаемое увеличениями или уменьшениями их числовых значений, приводящими на определенных этапах своего изменения к качественному скачку.

Структурные изменения - это изменения взаимоотношения составных частей, которые совсем не обязательно должны сопровождаться увеличением или уменьшением их числа. Напротив, число составных частей может оставаться неизменным. Между тем структурные изменения также могут приводить к качественному скачку.

Поэтому можно считать, что как количественные, так и структурные изменения играют причинную роль в качественных изменениях.

Возвращаясь к философской мысли, можно сказать, что согласно диалектике, движущей силой всяких изменений в системе являются противоречия. Там, где нет внутренних или внешних противоречий, там не может быть изменений. Что касается количественных изменений, то они обусловлены прежде всего противоречиями, существующими у рассматриваемой системы с окружающей ее средой, в структурных же изменениях главную роль играют внутренние противоречия между элементами системы.

На наш взгляд, следует отметить, что и внешние противоречия не абсолютно безразличны для структурных изменений, но их роль здесь не так велика. Среди главных противоречий современного экономического развития систем следует выделить два явления: интеграцию и дифференциацию хозяйственных процессов. Единство и борьба этих двух противоположных явлений порождают в обществе многообразие различных технико - экономических, политических и социальных структур.

Качественные преобразования, с точки зрения и философии, и экономики связаны с количественными характеристиками.

Кучин Б.Л. и Якушева Е.В. дают следующие виды качественных изменений системы [9, с. 5]:

1. Прежде всего предметы и явления могут изменять свое качество за счет количественного прибавления элементов в результате взаимодействия с внешней средой. При этом количественные изменения лишь тогда изменяют качество, когда они воздействуют непосредственно на структуру.

Исследователи Афанасьев Н.В., Рогожин В.Д., Рудыка В.И. в работе «Управление развитием предприятий» [10] достаточно серьезное внимание уделяют экономической

интерпретации устойчивости системы и анализируют социальные условия его реализации: «Общественные потребности постоянно изменяются как по виду (пирамида потребностей Маслоу), так и по объему, состояние основных фондов предприятия изменяется под влиянием процессов устаревания (деградации), сохранения (ремонта и модернизации) и научно - технического прогресса. В ходе производственной и управленческой деятельности персонал повышает свою квалификацию, но его знания, полученные в период обучения, устаревают» [10, с. 26].

Для развивающихся систем характерны, с одной стороны, устойчивость структуры, с другой – потеря устойчивости, разрушение одной структуры и создание другой устойчивой структуры. В этом проявляется закон «перехода количественных изменений в качественные».

Процесс развития можно представить последовательностью циклов эволюционного изменения состояний внутри системы, со скачкообразным переходом состояния в конце цикла на новый качественный уровень, означающий начало нового цикла развития.

Необратимость, то есть невозможность перехода от новообразованной структуры к старой, а также «устойчивость» и «потеря устойчивости» - обязательные атрибуты любой развивающейся системы. На это свойство развития обратил внимание еще Гераклит: «В одну реку нельзя войти дважды». Свойство необратимости развития накладывает определенные требования на устойчивость систем. Слишком устойчивая система (гиперустойчивая) к развитию неспособна, так как она подавляет любые отклонения от своего гиперустойчивого состояния. Для перехода в качественно новое состояние система обязательно должна оказаться неустойчивой. Однако перманентная устойчивость – это другая крайность, так же вредная для развивающейся системы, как и гиперустойчивость, ибо она исключает запоминание, закрепление в системе характеристик, полезных для взаимодействия с внешней средой.

Возникает необходимость конкретизировать понятие системы.

Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. в «Основах менеджмента» [11, с. 79] дают следующее определение: «это некоторая целостность, состоящая из взаимосвязанных частей, каждая из которых вносит свой вклад в характеристики целого». Теория систем впервые была применена в точных науках и в технике. С конца 50 - х годов эту теорию используют в экономике, в частности в управлении. Поэтому система может рассматриваться как на макроэкономическом уровне - экономическая система государства (рыночная, командная), отраслевая система, но и на микроэкономическом - предприятия (учреждения, организации). Все предприятия являются системами. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф., исходя из теории систем, выделяют два основных типа систем [11, с. 79]:

закрытая система

имеет жесткие фиксированные границы, ее действия относительно независимы от среды, окружающей систему;

открытая система

характеризуется взаимодействием с внешней средой. Энергия, информация, материалы – это объекты обмена с внешней средой через проницаемые границы системы, она не является самообеспечивающейся и имеет способность приспосабливаться к изменениям во внешней среде.

Следовательно, все предприятия являются открытыми системами. (рис. 1).

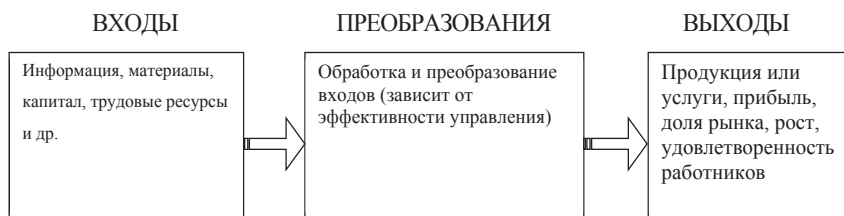


Рис. 1. Открытая система (составлено автором по [11, с.82])

Развивающиеся экономические системы условно можно разделить на социально - экономические и технико - экономические, которые в свою очередь тоже имеют структуру (рис. 2).

Для решения проблемы данного исследования особый интерес представляют технико - экономические системы и их развитие, так как именно они отражают экономические процессы на уровне государства в целом, региона, отрасли, комплексов и отдельных предприятий.

УРОВНИ	Развивающиеся экономические системы					
МАКРО	Социально - экономические системы			Технико - экономические системы		
О	Экономико - политические системы	Экономико - демографические системы	Природо - экологические системы	Отраслевые системы	Региональные системы	Межотраслевые системы
МИКРО	Открытые системы – предприятия (учреждения, организации)					

Рис. 2. Виды развивающихся экономических систем по концепции Львова Д.С. [4, с. 121]

Предпосылками организационно - экономической устойчивости предприятия могут быть проблемы, возникающие вследствие устаревшей структуры фирмы, системой управления ею, сбоями в информационном обмене, неблагополучии в персонале, финансах, технологиях. Соответственно различают: идеологические, организационные, информационные.

Идеологическими предпосылками являются:

- осознание работниками предприятия, что обновление – признак здорового, нормального развития организации;
- формирование и совершенствование новой системы общих ценностей;
- создание необходимого морально - психологического климата.

Организационными предпосылками организационно - экономической устойчивости являются:

- борьба с бюрократизмом;
- разработка действенной системы мотивации сотрудников;
- определение четких целей и стратегий.

К информационным предпосылкам относят формирование надежных каналов коммуникации.

*Выводы и перспективы развития проблемы.* Таким образом, серьезное внимание развитию предприятий ученые стали уделять в последнее время, вследствие возникшей потребности управлять этим процессом. Так в авторских подходах Кучина Б.Л. и Якушевой Е.В. обосновано, что количественные и структурные изменения играют причинную роль в качественных изменениях процесса развития предприятий. Авторы Афанасьев Н.В., Рогожин В.Д., Рудыка В.И. интерпретируют устойчивость системы и анализируют социальные условия его реализации. Американский ученый Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. акцентируют процесс развития в рамках сложных открытых систем являясь последователями теории систем. Но, можно заключить, что единый подход к этому определению в микроэкономике отсутствует.

Нерешенные вопросы теории сдерживают повышение эффективности управления развитием реально действующих предприятий. Для экономики России и Крыма концепции управления развитием предприятий, особенно рекреационно - туристического комплекса, являются особо актуальными в виду активных изменений в экономической системе страны. На наш взгляд, в деятельности рекреационно - туристических предприятий целесообразно изучить возможность применения многофакторных моделей гибкого развития, используя в качестве основных критериев конкурентоспособность и производительность.

### Литература

- Alam M.S. Government and markets in economic development strategies: lessons from Korea, Taiwan and Japan. – NY.: PRAEGER, 1989. – 375 p.
- Freeman C. The Economics of industrial innovation. – Cambridge (Massachusetts): The MIT Press, 1982. – 427 p.
- Nelson R., Winter S. An evolutionary theory of economic change. - Cambridge (Massachusetts): Harvard Univ. Press., 1979. – 472 p.
- Львов Д. С. Экономика развития. – М.: Экзамен, 2002. – 256 с.
- Львов Д. С. Эффективное управление техническим развитием. – М.: Экономика, 1990. – 225 с.
- Глазьев С.Ю. Экономическая теория технического развития. – М.: Наука, 1990. – 356 с.
- Кальной И.И. Философия. – Симферополь: Бизнес - информ, 2012. – 448 с.
- Аристотель Метафизика. Сочинения. Т.1. – М.: Наука, 1975. – 375 с.
- Кучин Б.Л., Якушева Е.В. Управление развитием экономических систем: технический прогресс, устойчивость. – М.: Экономика, 1990. – 117 с.
- Афанасьев Н.В., Рогожин В.Д., Рудыка В.И. Управление развитием предприятий. – Харьков: ИД «ИНЖЭК», 2010. – 184 с.

• Мэскон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 2002. – 702 с.

© А.Ф.Умеров, 2016

УДК33

**Р.Р.Абкадыров**

К.г.н., ст.преподаватель менеджмента и государственного управления

**В.И.Ушакова**

Студентка 5 курса специальности «Менеджмент»

ГБОУВО РК «Крымский инженерно - педагогический университет»

г. Симферополь, Российская Федерация

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МОТИВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКИМ БИЗНЕСОМ**

Постановка проблемы в общем виде. Главной задачей управления человеческими ресурсами является эффективное использование способностей сотрудников в соответствии с целями предприятия и общества в целом. При этом важным является сохранение здоровья каждого отдельно взятого индивида и установление отношений конструктивного сотрудничества между членами трудового коллектива, независимо от принадлежности к различным социальным группам. В любом бизнесе, а в туристическом особенно, ввиду сложности и многогранности построения взаимодействия на этапах «производитель - потребитель», «производитель - производитель», «производитель - менеджмент», «потребитель - менеджмент», в каждом его элементе присутствует фактор взаимодействия управленческого и производственно - реализационного процессов, стабильность и качество которых непосредственно зависят от мотивации сотрудников.

Данная проблема актуальна в настоящее время, так как большинство туристических фирм не знают как правильно мотивировать работников для более качественного предоставления туристических услуг.

Теоретические подходы в этой сфере формируют фундаментальные положения трудов ученых и специалистов [1]. Значительный вклад в развитие теории и практики мотивации трудовой деятельности внесли представители научной школы управления Ф. Тейлор, Ф. Гилбретт и Л. Гилбретт, Г.Эмерсон, А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д. Мак - Грегор, Д. Мак - Клеланд, В. Врум и др. А также свой вклад в создание и развитие теории мотивации внесли украинские ученые Н. Вольский, Г. Цехановецкий, Н. Туган - Барановский и др.

В настоящее время проблемами мотивационного менеджмента в туристических фирмах занимаются как зарубежные, так и отечественные специалисты в области управления, которые разрабатывают наиболее эффективные методы стимулирования персонала.

Цель статьи. Обоснование роли мотивации в совершенствовании деятельности туристической фирмы на основе иерархии потребностей А. Маслоу.

Изложение основного материала исследования. Управление человеческими ресурсами является одним из важнейших компонентов менеджмента туристической фирмы. Высокий

уровень мотивации сотрудников является залогом постоянно растущего уровня качества туристических услуг, по мнению авторов Драчевой Е.Л. и Юликова Л.И., которые исследуют проблему на разных уровнях. Исходя из особенностей качественных характеристик услуги, она не может создать хорошего впечатления без участия персонала. Именно этот факт стимулирует потенциального клиента платить существенно больше, чем эта услуга могла бы стоить в условиях, когда влияние человеческого фактора был бы менее значимым. Мотивационный менеджмент предполагает создание приоритетных условий для творческой и высокопрофессиональной деятельности персонала [4].

Каждый менеджер, если он желает успеха для своего предприятия, призван опираться на знание мотивов и стимулов в профессиональной и индивидуальной деятельности сотрудника на абсолютно любом уровне иерархии подчиненности [5].

Отметим, что возможности эффективного мотивирования необходимо закладывать как в методологии, так и в организации управления. Кроме того, в практике украинского менеджмента необходимо учитывать межличностную культуру, семейное положение, социальную обстановку, политические факторы, менталитет, патриотизм, энтузиазм, терпение и др. Следует иметь в виду, что существует мотивация на уровне топ - менеджмента и мотивация на уровне непосредственного управления. При этом они различаются масштабами деятельности менеджера и уровнем системы управления в целом [2].

Основа (база) мотивации состоит из определенного ряда мероприятий, которые в случае успешной реализации способны увеличить степень качества услуги почти в два раза. Особенно, система мотивации персонала является неотъемлемой составляющей туристической индустрии.

Мотивационный менеджмент в туристическом бизнесе является процессом управления, построенным на приоритетах мотивации делового поведения, то есть на создании условий заинтересованности в результате и стремлении к его достижению. Для современной туристической фирмы это очень важно, поскольку эта заинтересованность непосредственно отражается на процессе предоставления услуг. Причем степень заинтересованности высших ступеней менеджмента в активизации продвижения туристической услуги и вывода ее на конкурентоспособный уровень определяет качественность производимых сотрудниками трудового коллектива материализованных и нематериализованных потребительских ценностей. Например, достаточно сложно мотивировать сотрудника на высококачественное обслуживание в случае, когда непосредственный руководитель вносит определенный дисбаланс, связанный с приоритетностью его лица.

Специалисты западной школы управления, проводя оценку рентабельности организационных единиц, специализирующихся в области сервисной деятельности, пришли к выводу о том, что степень мотивационного восприятия влияет на уровень прибыли предприятия [1]:

$$Z = X(v + m),$$

где  $Z$  - прибыль предприятия сервисной деятельности;  $X$  - сумма денежных средств, проходящих от потенциальных потребителей услуг;  $v$  — степень удовлетворенности клиентуры в процессе приобретения сервисной услуги;  $m$  - степень мотивационного восприятия у потенциального производителя услуги.

Менеджменту туристических фирм необходимо определять пути снижения процента отторжения восприятия мотивационных программ, направленных как на коллектив вообще, так и на отдельных производителей потребительских ценностей, а не заниматься исключительно совершенствованием систем поощрений и наказаний. Всегда необходимо помнить, что есть правило, согласно которому каждый из клиентов должен стоять на первом месте и любой сотрудник должен осознавать степень своей индивидуальной значимости в общем процессе [3]. Иначе, даже если первоначальное количество мотивированных работников к немотивированным составляет 70 / 30, то через несколько месяцев этот процент будет уже 40 / 60 [2].

Общий подход в управлении человеческими ресурсами на предприятии туристического сектора включает целый комплекс взаимосвязанных видов деятельности:

- определение потребности в работниках первой линии взаимодействия (непосредственных производителей потребительских ценностей), в менеджерах разных квалификационных и профессиональных категорий, способных обеспечить бесперебойное качественное производство услуг, исходя из стратегии деятельности компании, ее целей и философской направленности;

- анализ рынка труда;

- отбор кандидатов на вакантные должности согласно установленным в компании требованиям, адаптация персонала;

- планирование карьеры сотрудников фирмы, их профессионального и административного роста;

- обеспечение оптимальных условий труда, в частности благоприятной для каждого сотрудника трудового коллектива социально - психологической атмосферы;

- организация производственных процессов в сочетании с анализом затрат и результатов деятельности, установление необходимых соотношений между количеством оборудования и численностью персонала различных групп или департаментов туристической фирмы;

- управление производительностью труда;

- разработка систем мотивации эффективной деятельности;

- обоснование структуры доходов, степени их дифференциации, проектирование систем оплаты труда;

- организация изобретательской и рационализаторской деятельности;

- участие в проведении переговоров об оплате труда между представителями работодателей и работников;

- разработка и практическая реализация социальной политики предприятия;

- профилактика, улаживания и ликвидация конфликтов [1].

Объем работ по каждому из этих направлений зависит от размеров туристического предприятия, характеристик услуг, ситуации на рынке труда, квалификационных особенностей персонала, социально - психологической ситуации в организации и за ее пределами, а также целого ряда других факторов. Отметим, что в турфирмах особенно ярко проявляется необходимость создания атмосферы конструктивного сотрудничества, при которой каждый член трудового коллектива будет в наиболее полной реализации своих способностей. Это дает не только отличный результат, но и значительно снижает степень отторжения стандартов качественного оказания услуг при проведении тренингов или реализации программ обучения на рабочих местах. Создание такой атмосферы является



наиболее сложной задачей управления персоналом. Она решается на основе разработки систем мотивации, объективной оценки результатов труда, выбора стиля управления, соответствующего конкретной ситуации. Более того, существует прямая зависимость уровня заинтересованности топ - менеджмента в благоприятном рабочем микроклимате с уровнем и качеством производственно - реализационных процессов в турфирме.

В свою очередь, управление персоналом и обеспечению нормальных условий труда базируется на [3]:

- социально - психологической диагностике;
- анализе и регулировании групповых и личных взаимоотношений;
- управлении производственными и социальными конфликтами, стрессами;
- информационное обеспечение системы кадрового управления;
- оценке и подборе кандидатов на вакантные должности;
- анализе кадрового потенциала и потребности в персонале;
- планировании и контроле деловой карьеры;
- профессиональной и социально - психологической адаптации работников;
- управлении трудовой мотивацией;
- правовых основах трудовых отношений;
- психофизиологии, эргономике и эстетике труда.

Существуют различные факторы, действующие на людей в рамках организации. Прежде всего, это иерархическая структура организации, где основное средство воздействия - отношения власти и подчинения (связка «менеджмент - производитель»), в которой часто применяется достаточно действенный способ воздействия на человека через распределение материальных благ.

Особую роль в системе мотивационного менеджмента играют также рыночные отношения, основанные на купле - продаже продукции и услуг, отношениях собственности, соблюдении интересов продавца и покупателя. От того, какому из конкретных факторов предоставляется приоритет, зависит формирование имиджа турфирмы.

Функции планирования, организации, координирования, стимулирования (мотивации) и контроля выполняются менеджерами всех уровней управления: высшего, среднего управленческого персонала и низшего (основного), связанного непосредственно с производителями услуг. Затраты времени и усилий на выполнение той или иной функции менеджмента напрямую зависят от места менеджера в служебной иерархии и его личного потенциала.

Вся система государственного управления, в том числе и в области мотивации, построена на конкретных принципах, закономерностях и правилах поведения руководителей в рамках осуществления ими управленческих функций. При этом ключевым является принцип оптимального сочетания централизации и децентрализации в управлении, эффективного распределения (делегирования) полномочий при принятии управленческих решений. Эффективное управление мотивацией положительно влияет на рентабельность в случае применения во всех функциях менеджмента фирмы.

Выводы и перспективы развития проблемы. Чтобы значительно повысить эффективность труда, сформировать приверженность делу, необходимо учитывать и индивидуальную мотивацию сотрудников. На мой взгляд, в управлении турфирмой, линейный руководитель может опираться на классическую иерархию потребностей А.

Маслоу. Далее следует определить актуальные мотивы сотрудника в ходе беседы и специальных тестов.

Для каждого сотрудника важны собственные мотивы. Если профессиональная деятельность удовлетворяет личным ожиданиям сотрудника, результаты бывают превосходными.

Только при наличии трех составляющих – стимулирования, активации и мотивации – менеджмент действительно является мотивационным. В новых экономических условиях он становится действенным инструментом удержания сотрудников и повышения эффективности их труда в предоставлении туристических услуг клиентам.

### **Литература**

- Волгин А. П. Управление персоналом в условиях рыночной экономики. Опыт ФРГ / А. П. Волгин, В. П. Матирко, А. А. Модине - М.: Дело. 2004. - 454 с.
- Уткин Э. А. Основы мотивационного менеджмента / Э. А. Уткин - М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем" ЭКМОС 2007. - 337 с.
- Солонкина О. В. Психодиагностика в социально - культурном сервисе и туризме: учеб. пособие / А. В. Солонкина, Д. М. Рамендик - М.: Академия, 2005. - 578 с.
- Драчева Е. Л. и Юликов Л. И. Менеджмент. – М.: Академия, 2012. – 288с.
- Агамирова Е.В. Управление персоналом в туризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism/agamirova.htm](http://tourlib.net/books_tourism/agamirova.htm) - 22.12.2015

© Р.Р.Абкадыров, В.И.Ушакова, 2016

**УДК 339.37**

**Е.В. Фёдорова**

старший преподаватель кафедры ОКД  
Институт экономики, торговли и технологий  
Южно - Уральский государственный университет  
г. Челябинск, Российская Федерация

**Л.А. Матюхина**

Студент 3 курса направление Торговое дело профиль Коммерция.  
Институт экономики, торговли и технологий  
Южно - Уральский государственный университет  
г. Челябинск, Российская Федерация

## **РОЛЬ ФРАНЧАЙЗИНГА В ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ**

Широкое распространение франчайзинга в мире обусловлено тем, что система франчайзинга является взаимовыгодной для обоих участников франчайзинговых отношений. Для малого предприятия использование франчайзинговой системы осуществления предпринимательской деятельности – это, в первую очередь, низкие инвестиционные вложения в бизнес, осуществление конкурентоспособного бизнеса с

информационной и рекламной поддержкой. У малых предприятий, осуществляющих предпринимательскую деятельность по франшизе, не возникает необходимость в поиске незадействованного сегмента бизнеса. Кроме того, статистические данные доказывают эффективность франчайзинговых систем: самостоятельные предприятия в сфере предпринимательской деятельности на 85 % сокращают свое существование; предприятия действующие по франчайзинговой системе успешно развиваются и только 10 % прекращают свою деятельность [5, с. 95].

Общее исследование, проведенное международной франчайзинговой ассоциацией IFA (США) [1], показало, что среди ее членов количество банкротств составляет менее 1 % . Но при тщательном анализе франчайзинговых отношений, можно отметить, что сотрудничество дает не только полезный эффект, но и может создавать определенные трудности и ограничения, вытекающие из данной системы, ведь каждый партнер должен подчинить себя общей цели, общим правилам, общим договоренностям, согласовывать свои интересы с интересами противоположной стороны [3, с. 13].

В условиях экономической нестабильности, высоких кредитных ставок и ограниченности инвестиционных возможностей малым предприятиям франчайзинг является положительным фактором для организации предпринимательской деятельности. Франчайзинговое предприятие получает существенные преимущества в плане расширения бизнеса на новых географических рынках без дополнительных финансовых вложений.

Очевидные преимущества франчайзинговой системы не исключают и возникновения трудностей в процессе развития взаимоотношений между звеньями франшизы. Чаще всего возникают трудности при осуществлении контроля над франчайзи, особенно если он значительно географически удален от франчайзингового предприятия. Также одним из неблагоприятных факторов, возникающим в франчайзинговой системе является опоздание оплаты ставки роялти и франчайзингового взноса.

Ставка роялти чаще всего устанавливается исходя из полученной прибыли или товарооборота франчайзи. При этом, франчайзи с целью сокращения суммы роялти скрывает реальный товарооборот.

Негативным моментом для франчайзера так же является высокая вероятность расторжения договора франшизы со стороны франчайзи. Франчайзи имея опыт работы, обученный технологии организации бизнеса может принять решение о выходе из франчайзинговой системы и введении предпринимательской деятельности самостоятельно. При этом, франчайзи из статуса партнера по бизнесу переходит в статус прямого конкурента. Кроме того, одной из главных трудностей для франчайзера является то, что информация о технологии организации и ведения бизнеса может быть разглашена франчайзи [4, с. 15].

Основным недостатком организации бизнеса по франшизе для франчайзи является отсутствие индивидуальности ведения бизнеса, наличие определенных границ принятия решений в рамках договора франшизы. Франчайзи осуществляет предпринимательскую деятельность по определенным договором правилам, технологиям и не имеет право самостоятельно разрабатывать стратегию развития своего бизнеса. Франчайзинговая система не учитывает индивидуальные факторы развития каждого предприятия и направлена на унификацию всего бизнеса независимо от географической территории и специфических факторов развития франчайзи. Также одним из существенных недостатком

для франчайзи можно считать возможность банкротства франчайзингового предприятия, а это в свою очередь приведет к прекращению действия франчайзинговой системы в целом.

Таким образом, как и любой вид организации бизнеса, франчайзинг обладает как преимуществами, так и недостатками. Однако, рассмотренные недостатки не снижают практической ценности франчайзинга и его широкое использование в мировой практике ведения бизнеса еще раз доказывают экономическую эффективность франчайзинга.

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что в условиях нестабильной экономики в России одним из методов организации и дальнейшего динамичного развития бизнеса является франчайзинг с его исключительным механизмом формирования бизнеса.

В современной экономике России происходит развитие малого и среднего предпринимательства. При чем, их развитие чаще всего связано с интеграцией бизнеса малых предприятий с бизнесом крупных торговых или производственных структур. Крупные предприятия, имея финансовые и организационные возможности за счет малого предпринимательства могут эффективно расширить свою распределительную сеть. Малые предприятия за счет гибкости и мобильности эффективно формируют конкурентную среду. Данный вид интеграции малых и крупных предприятий и является франчайзингом [5, с. 95].

Выделим преимущества использования франчайзинга при интеграции малого и крупного бизнеса:

- увеличивается вероятность выживаемости в условиях высокой конкуренции малых предприятий, работающих по франшизе, так как они основываются на квалификацию и помощь крупных предприятий и организуют бизнес на изученных сегментах рынка. Крупные предприятия получают основные преимущества использования франчайзинга сократив затраты на развитие сети распределения товара или услуг;

- социальная значимость достигается за счет быстрого и эффективного развития сети малого предпринимательства на потребительском рынке, что приводит к увеличению занятости населения в сфере торговли и сервиса, повышение уровня удовлетворения потребителей, пополнение регионального и федерального бюджета за счет налоговых отчислений [2, с. 44].

Франчайзинг имеет свои достоинства и недостатки. Наиболее важными из достоинств, является то, что франчайзинг позволяет значительно расширить рынок сбыта стандартного, хорошо известного потребителю товара, сохраняя, при этом, независимость франчайзи, как предпринимателя. Очень важно то, что франчайзинг позволяет резко расширить возможности малого бизнеса, предоставив ему многие возможности крупных предприятий. Тем самым этот экономический инструмент резко повышает выживаемость предприятий малого бизнеса. Наиболее существенные недостатки связаны со стандартностью товара и ограничениями в ведении бизнеса. Франчайзинг снижает конкуренцию, что приводит к снижению качества товара. В конечном итоге франчайзинговая система менее гибка, по сравнению с крупными корпорациями и, тем более с предприятиями малого бизнеса.

Но франчайзинг процветает и потому что в нем сочетается стимул личного владения с управленческим и техническим мастерством крупного бизнеса. Для предпринимателей франчайзинг предлагает краткий путь к росту, так как они получают готовое дело. Для франчайзи франчайзинг дает возможность быстрого расширения. Франчайзи растет, позволяя предпринимателям финансировать его рост через продажу франшиз. Таким

образом, франчайзинг представляет собой наиболее благоприятную форму для начинающих предпринимателей.

#### **Список использованной литературы:**

1. Интернациональная ассоциация франчайзинга. – <http://www.franchise.org/>
2. Муртазин, А.Р. Плюсы и минусы франчайзинга / А.Р. Муртазин // Маркетинг Менеджмент. – 2007. – №10. – С. 44 - 49.
3. Тейванов, С.В. Региональная диверсификация бизнеса на основе стратегии развития франчайзинга: автореферат дис. ... канд. экон. наук / С.В. Тейванов. – Краснодар, 2008. – 24 с.
4. Устюжанин, А.А. Мировой опыт и российская практика развития франчайзинга: автореферат дис. ... канд. экон. наук / А.А. Устюжанин. – Москва, 2010. – 26 с.
5. Устюжанин, А.А. Особенности развития франчайзинга в России // Россия в мировой экономике / Под ред. д.э.н., профессора Касаткиной Е.А., к.э.н. Градобоева В.В. – М.: МАКС Пресс, 2008. – С. 95 - 109.

© Е.В. Фёдорова, Л.А. Матюхина, 2016

**УДК 330**

**Л.С.Филатова**

Магистрант гр. УЭмо 1 - 4

Институт управления в экономических, экологических и социальных системах  
Южный федеральный университет, г. Таганрог, Российская Федерация

### **ИСЖ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ИЗМЕНЕНИЯ УРОВНЯ СТОИМОСТИ ЖИЗНИ**

Разработка систем показателей качества и уровня жизни имеет главенствующее значение для того, чтобы проанализировать социально - экономическое состояние современного общества. Как именно развивается экономика и в какой мере её развитие определяет изменение уровня жизни - именно ответ на эти вопросы может дать объективная оценка уровня жизни, которая должна стать основой развития экономики.

Так и что же такое стоимость жизни и зачем вычисляют её изменения? Сама формулировка «стоимость жизни» не должна восприниматься слишком буквально. Никто не может оценить жизнь как таковую. Речь идет о стоимости материальных благ. Если мы хотим узнать дешевле или дороже стала жизнь, мы должны исключить из рассмотрения изменения дохода, изменение потребительских наборов и учесть лишь изменение стоимости фиксированного набора потребительских благ. Для этого нам необходимо рассчитать показатель индекса стоимости жизни, который подразумевается, как численная характеристика изменения стоимости поддержания определенного уровня(стандарта) жизни.

К основным направлениям использования ИСЖ можно отнести:

- Экономический и социальный анализ, а также обоснование определенных политических решений;

- Индексирование социальных пособий, пенсий, стипендий, оплаты труда государственных служащих;
- Анализ налоговой шкалы;
- Учёт инфляционных процессов в различных расчетах (экономические, статистические, коммерческие и финансовые)

## 2. Основные методологические принципы расчета ИСЖ

ИСЖ это один из показателей, которые расширяют информационный и аналитический состав статистических показателей потребительских цен.

Таким образом, индекс стоимости жизни ни в коей мере не претендует на замену такого показателя, как индекс потребительских цен, который предназначен, главным образом, для измерения изменений во времени в общем уровне цен на товары и услуги, которые население приобретает. К основным принципам расчета ИСЖ относят:

- Показатель разрабатывается по всем городам, которые отобраны для наблюдения за потребительскими ценами;
- Индекс стоимости жизни рассчитывается на основании одного и того же для всех городов набора товаров и услуг, которые являются частью набора, с помощью которого производится анализ цен в рамках исчисления ИСЖ по РФ;
- Берутся усредненные потребительские тарифы и цены товаров и услуг, которые рассчитаны на основе данных регистрации цен определенного выборочного круга торговых предприятий и организаций в сфере услуг;
- Показатель исчисляется ежегодно;
- В качестве весов берутся данные исследования бюджетов домохозяйств Российской Федерации;

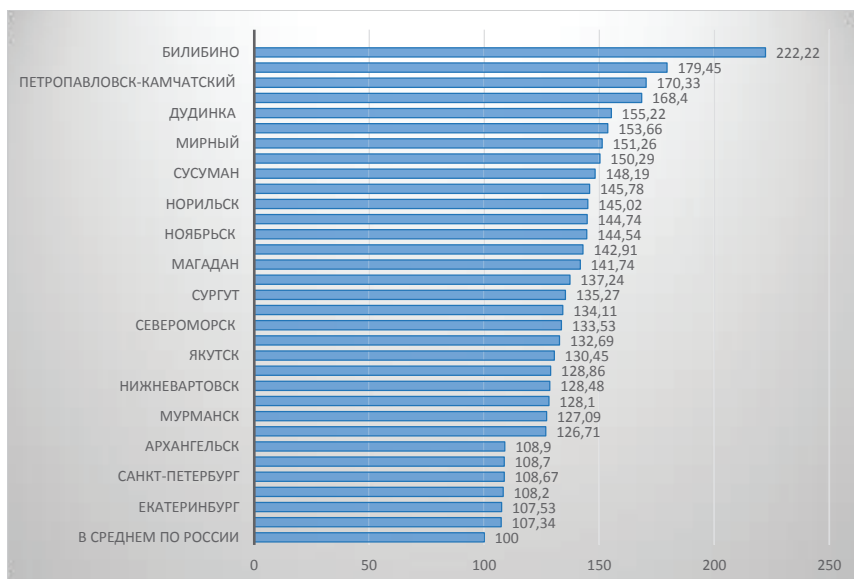


Диаграмма 1. Самые дорогие города России (по индексу стоимости жизни)

Москва в рейтинге по ИСЖ оказалась не самым дорогим для жизни поселением - ее опережают 33 города России. Данный индекс позволяет сравнить уровень жизни в городах страны. К примеру, индекс стоимости жизни равен 75 %, то жизнь в данном городе на четверть дешевле, чем в среднем по стране. А если же индекс равен 150 %, значит, что жить в этом городе в полтора раза дороже, чем по стране в целом. Исходя из данного рейтинга самыми дешевыми для жизни оказались города Саратовской области.

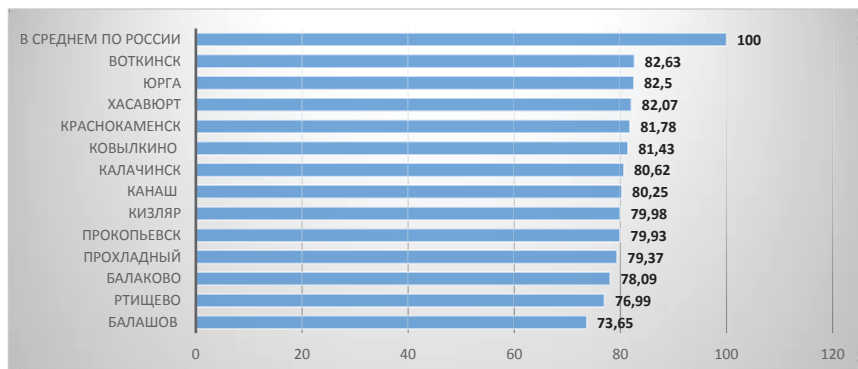


Диаграмма 2. Самые дешевые для жизни города (по индексу стоимости жизни)

Из выше сказанного можно сделать выводы, что индекс стоимости жизни (ИСЖ) позволяет просматривать возможность определения места отдельных городов Российской Федерации по уровню цен набора товаров и услуг по сравнению со всей страной в целом и может быть использован как один из показателей, который характеризует уровень жизни населения. Расчет индекса стоимости жизни ведется на основе данных предоставленных РОССТАТом и может быть без проблем рассчитан. Данный анализ позволяет пронаблюдать на сколько в нашей стране различный уровень стоимости жизни и выявить основные причины данных различий.

#### Список использованной литературы

1. Безгласная Е.А. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ПОКАЗАТЕЛЕЙ УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ // Вестник Самарского Муниципального Института Управления. - 2012. - № 8. - С. – 9 - 17
2. Гаркуша Е.А.К ВОПРОСУ ОБ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЯХ ИНФЛЯЦИИ // Бизнес в законе. Экономико - юридический журнал. - 2013. - № 2. - С. – 290 - 291
3. Методологические рекомендации по расчету индексов стоимости жизни в отдельных городах Российской Федерации - [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики . - Режим доступа: <http://www.gks.ru> / , свободный. (Дата обращения: 10.03.2016 г.).
4. Отличие ИПЦ от ИСЖ - [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики . - Режим доступа: <http://www.gks.ru> / , свободный. (Дата обращения: 11.03.2016 г.).

© Л.С.Филатова, 2016

## **ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ**

В настоящее время рост инновационной активности в России приобретает особое значение. Мировая теория и практика убедительно доказывают, что единственным реальным способом преодоления кризисов и спадов в развитии экономики любой страны являются инновации. Центральное место в повышении инновационной активности организаций занимает проблема кадров, поскольку от того, кто именно и как участвует в инновационном процессе, в конечном итоге зависит общий его результат. Поэтому кадровое обеспечение инновационной деятельности в организациях приобретает важнейшее стратегическое значение.

Управление инновациями в кадровой работе - это целенаправленная деятельность руководителей организации и специалистов подразделений по обеспечению эффективных темпов и масштабов обновления кадровой работы на основе нововведений в соответствии с перспективными и текущими целями развития организации [1].

Среди нововведений в кадровой работе организации, прежде всего, необходимо выделить:

- формирование системы эффективного генерирования идей и механизма аккумуляции творческих идей и предложений;
- развитие инновационных коммуникаций;
- развитие внутрифирменного инновационного предпринимательства;
- развитие персонала в рамках непрерывного организационного обучения;
- мотивация и стимулирование инновационного поведения персонала;
- внесение инновационных аспектов в традиционные функции управления персоналом;
- аттестация и оценка труда кадров инновационных структур, инновационных качеств персонала;
- работа с элитными и новаторскими кадрами;
- разработка нововведений в организации работы кадровой службы;
- организация кадровых инноваций и контроль их реализации;
- разработка схем должностного развития, совершенствование должностных инструкций в связи с развитием рабочих мест, организация труда и персонала.

В целом эффективность управления организацией зависит от вовлеченности в коммуникационный процесс самих работников, особенно обладающих высоким инновационным потенциалом.

Инновационный потенциал работника - это способность персонала к обучению, профессиональному росту, выдвижению новых конкурентоспособных идей, решению креативных задач, а также к принятию инновационных изменений [2].

Традиционно выделяют следующие группы качеств работника, имеющие инновационный характер:

- инновационная готовность к работе (интеллектуальное развитие, способность к приращению общих и профессиональных знаний, профессиональная компетентность);
- мотивационные качества (мотивов к труду, стремление к самовыражению, творчеству, к разумному риску, инициатива);



- инновационное отношение к труду (ориентация на высокие стандарты качества труда, творческое отношение к работе, восприимчивость к нововведениям);

- общечеловеческие и личностные качества (открытость новым идеям, наличие здоровых амбиций, стремление к профессиональному росту, стремление обмениваться идеями и опытом).

В зависимости от преобладания тех или иных качеств сотрудников в коллективе выделяют несколько различных групп работников:

- новаторы открыты новому, поглощены новшествами, могут «схватывать» абстрактные идеи, они согласны рисковать (2,5 % коллектива);

- ранние реализаторы следуют за новаторами, часто оказываются лидерами мнений, оказывая влияние на других (13,5 %);

- предварительное большинство осваивает нововведения после «ранних реализаторов», для принятия решения им требуется значительно больше времени, чем лидирующим группам (34 %);

- позднее большинство приступает к освоению нововведений иногда под давлением социальной среды, иногда в результате оценки собственных потребностей (34 %);

- колеблющиеся принимают решение с большим трудом, являясь, по сути, тормозом в распространении инноваций (126 %).

Таким образом, инновационная деятельность предъявляет дополнительные требования к отбору персонала, учитывающему его творческие качества, а особенности работы в инновационной организации повышают внимание к проблеме адаптации персонала. В инновационной организации возрастает роль мотивации и стимулирования сотрудников, при этом акцент делается на предоставлении возможности самореализации, саморазвития, самооценки, признании личных заслуг.

#### **Список использованной литературы:**

1.Алетдинова, А. А. Методика формирования потенциала организации // Вопросы инновационной экономики. - 2012. - № 1 (11). - С. 11-23.

2. Молосова, Н. Ю. Теоретико-методологические основания понятия «Инновационное поведение» // Изв. Самарского науч. центра Рос. академии науки. 2010. - Т. 12. - № 15. - С. 132 - 136.

© М.Н. Харитоновна, 2016

**УДК 333**

**М.А. Хачатрян**

студентка 3 курса по направлению подготовки 43.03.01 Сервис  
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал)  
СКФУ, г. Пятигорск, Российская Федерация

### **СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

В настоящее время система образования России характеризуется глубокими противоречиями. Во - первых, мы наблюдаем явный дисбаланс между состоянием и развитием бюджетного и платного образования на всех его уровнях.

Во - вторых, происходит коренное изменение структуры спроса на различные образовательные услуги, его повышение на получение высшего образования,

переподготовку и сокращение на начальное и среднее образование в связи с неблагоприятной демографической ситуацией.

В - третьих, отсутствие квалифицированных специалистов в области современных маркетинга и менеджмента и отток перспективных специалистов в другие сферы деятельности, в то время как именно сфера образования способна обеспечить подготовку и переподготовку кадров для любой из отраслей экономики. Именно в этих условиях ставится проблема развития образовательного маркетинга.

Маркетинг в любой отрасли определяется спецификой продукта. Современная трактовка сущности образовательного продукта, прежде всего услуги, охватывает все стороны развития личности, предполагает не только собственно образование в виде усвоения опыта предыдущих поколений в форме знаний, умений и навыков, но и воспитание определенных качеств поведения и их дальнейшую корректировку, физическое и интеллектуальное развитие человека в целом, формирование у него способности к дальнейшему развитию и саморазвитию. С одной стороны, это расширяет возможности образовательных учреждений по привлечению различных целевых групп потребителей, позволяет увеличить арсенал маркетингового инструментария. С другой стороны, приняв маркетинговую концепцию в своей деятельности, образовательные учреждения вынуждены учитывать все потребности своих клиентов. Отсюда вытекает, в том числе, необходимость восстановления разрушенной системы воспитания в российских школах и вузах, реализации научной деятельности студентов и преподавателей в высших учебных заведениях, системы социального обеспечения учащихся.

Спецификой образовательного маркетинга является также и то, что хозяйственные организации в образовании как одной из социальных сфер являются преимущественно некоммерческими и могут использовать различные источники финансирования. Маркетинговая деятельность образовательного учреждения дифференцируется для непосредственных потребителей (учащихся и их родителей) и доноров (заказчиков), в качестве которых могут выступать различные промышленные и финансовые компании, частные предприниматели, зарубежные и отечественные общественные организации, политические партии, государственные и муниципальные органы власти. Маркетинговая деятельность становится многомерной в отличие от традиционного маркетинга в коммерческих сферах[1].

Информационная асимметрия на рынке образовательных продуктов также должна учитываться при определении образовательного маркетинга. В условиях недостаточного финансирования образовательных учреждений маркетинговая деятельность может легко скатиться до интенсификации коммерческих усилий как по отношению к клиентам, так и по отношению к заказчикам. Иногда за respectableм видом образовательного учреждения скрывается целевая установка – максимально заработать при низком качестве образовательного процесса.

Актуальным для образования становится главная цель маркетинга – обеспеченности удовлетворенности потребителя, которая возможна только при оценке результата образования. Сложность оценки результата образования заключается в том, что, во - первых, результат пролонгирован по времени от момента приобретения образовательной услуги до момента применения знаний и навыков в практической деятельности. Во - вторых, результат оценивается получателем с определенной долей субъективизма: молодые люди, получающие образование впервые, часто оценивают удовлетворенность как легкость сдачи экзамена, простоту обучения и т.д., в то же время лица, получающие второе высшее образование, оценивают содержание курсов и профессионализм преподавателей. Поэтому такой многосторонний аспект оценки удовлетворенности образования позволяет легко

завуалировать результативность образования, делая акцент на дополняющие услуги. Поэтому школы "повышают" качество образовательных услуг, а армия малограмотных молодых людей только растет, в вузах поднимают вопросы по развитию образовательного маркетинга, но степень трудоустройства выпускников падает.

Функции, которые выполняет сфера образования в общественной системе, долговременное воздействие на экономику в целом предполагают реализацию концепции социально - ответственного маркетинга. Некоторые учителя, преподаватели, научные работники показывают нам примеры социальной ответственности за судьбы своих воспитанников, за судьбу России. Но в условиях, когда они вынуждены искать способы зарабатывать средства для себя, своей семьи и сохранения собственного образовательного учреждения, система в целом не может рассчитывать на самоотверженность каждого из работников. Сфере образования необходима помощь со стороны общества и государства, только тогда можно рассчитывать на социально ориентированную деятельность системы образования, а не на ее декларативный характер[2].

В настоящее время существует множество образовательных программ, которые реализованы с целью обеспечения качества образования, при помощи инструментов маркетинга значительно сокращает разрыв между реальными и востребованными сообществом и рынком труда образовательными результатами. Они предполагают:

1. Существенное изменение отношений образовательных учреждений с внешней средой;
2. Существенное изменение внутренней среды образовательных учреждений.

Из всего выше сказанного следует, что применение маркетингового подхода в образовательных учреждениях будет стимулировать к проведению маркетинговых исследований удовлетворенности образовательным продуктом и к повышению качества образования.

#### **Список использованной литературы:**

1. Теоретические основы формирования конкурентных преимуществ в сфере образовательных услуг. Мнацаканян М.Р. Бизнес в законе. 2010. № 4. С. 171.
2. Направления развития сферы образовательных услуг. Ашхотов В.Ю., Вирабова М.Р. Новые технологии. 2011. № 2. С. 68 - 70.

© М.А. Хачатрян, 2016

**УДК 336.71.078.3**

**О.С.Хлусова**

Канд.экон.наук, ст.преподаватель кафедры информатики и математики  
ФГБОУ ПО «КубГУ» в г. Новороссийске

**Р.С.Омерова**

Студентка 4 курса ОФО направления Экономика  
ФГБОУ ПО «КубГУ» в г. Новороссийске

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКИМИ РИСКАМИ В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ**

С целью повышения эффективности решения задач, определяющих содержание процесса управления банковскими рисками, в интересах достижения поставленных руководством банка целей в рамках проводимой им кредитной политики и перспектив его

развития, совершенствование системы управления банковскими рисками может быть обеспечено путём:

1.Расширения ассортимента банковских услуг с учётом современных тенденций развития видовой конкуренции в банковской сфере.

2.Совершенствования управления процессом организации и развития клиентских отношений на принципах «клиентоориентированности» на основе использования современных банковских информационных технологий - системы CRM, а также повышения культуры прямого общения с клиентом и уровня профессиональной подготовки сотрудников банка.

3.Совершенствования организационной структуры банка в интересах её соответствия уровню решаемых задач в условиях ужесточения конкуренции в банковской сфере, при повышении роли координации в деятельности подразделений банка, путём включения в её состав Комитета по координации.

4.Совершенствования организационно - распорядительной и специальной документации банка путём: расширения и структурирования банка данных, согласования форматов её представления за счёт внедрения современных информационных технологий и локальных информационных сетей, а также уточнения и чёткого закрепления ключевых процедур управления банковскими рисками, а также совершенствования методической базы, регламентирующей процедуры управления банковскими рисками, предполагающего совершенствование используемых банком методов оценки банковских рисков и противодействия им.

Customer Relationship Management (CRM), ориентированная на упорядочивание процесса управления взаимоотношениями с клиентами, обеспечивает решение следующих задач:

1.Исключение дублирования сотрудниками друг друга в работе с клиентами.

2.Поиск новых рынков потребителей банковских услуг и продуктов по занесённым в базу данных сведениям о связях клиентов.

3.Ведение системы учёта потенциальных клиентов.

4.Проведение мониторинга за деятельностью сотрудников банка, работающих с клиентами.

5. Нахождение «узких» мест в операциях с клиентом из состава бизнес - процессов в ходе их реализации.

Данные о клиентах, поступающие из внешних источников (call - центр, сайт, e - mail) регистрируются в системе. Все контакты распределяются между ответственными менеджерами в соответствии с регламентами банка, что позволяет оперативно отреагировать на запрос потенциального клиента. Вся история взаимодействия с клиентом регистрируется и доступна для просмотра.

Система регистрирует поступившую заявку на кредит и проверяет на наличие существующего клиента. Расчет условий полной стоимости кредита реализован с помощью кредитного калькулятора. Система поддерживает интеграцию с БКИ, Scoring и АБС и анализирует полученные данные для принятия решения по дальнейшему прохождению заявки. После анализа стоп - факторов кредитная заявка проверяется департаментом безопасности и андеррайтером, и формируется соответствующее заключение, которое, в свою очередь, регистрируется в системе. Если клиент принимает решение об отказе от

кредита, оно также регистрируется. В случае изменения параметров запрашиваемого кредита заявка может быть пересмотрена.

По результатам принятия решения о предоставлении кредита происходит информирование менеджера банка и клиента. Информирование менеджера происходит путем отправки ему письма по электронной почте и постановки задачи на приглашение клиента для подписания договора. Информирование клиента о положительном решении происходит посредством электронной почты или SMS - сообщения. Решение «CRM для банков» содержит ряд готовых отчетов и позволяет оценивать деятельность кредитного подразделения в различных разрезах: отчетность по регионам, отчетность по офисам продаж, отчетность по конкретному сотруднику и другие отчеты, а основании данных CRM - системы формируется единое электронное кредитное досье клиентов банка - структурированный набор папок и файлов, содержащих документы, которые предоставляются клиентом, создаются системой автоматически или формируются сотрудниками банка. Права доступа к клиентской информации ограничиваются в соответствии с внутренними регламентами. Кредитное досье формируется в Microsoft SharePoint Server и интегрировано с CRM - системой.

Эффективность внедрения Customer Relationship Management System для коммерческих банков заключается в следующем:

1. Рост продаж за счет фокусировки на доходных / прибыльных клиентах и поддержки сегментной стратегии.

2. Сокращение трудозатрат сотрудников банка, требуемых на выполнение стандартных бизнес - операций по работе с базой клиентов за счёт улучшенной информационной поддержки.

3. Повышение лояльности клиентов.

4. Автоматизация процесса продажи продукта с учётом индивидуальной специфики.

В свою очередь, широкое внедрение в деятельность коммерческих банков принципиально новых информационных технологий, диктует повышение требований к профессиональной подготовке персонала банка. От него в настоящее время требуется не только высокий уровень профессиональной компетентности по профильным специальностям, но и практическое умение в вопросах эффективного применения современных информационных технологий, высокий уровень культуры прямого общения с клиентом. А чтобы соответствовать такому уровню современных требований, каждый сотрудник банка в интересах повышения своей профессиональной подготовки, своего карьерного роста, должен быть готов к систематическому, целенаправленному обучению, в том числе и самообразованию.

Следовательно, повышение внутренней культуры, культуры прямого общения с клиентом и уровня профессиональной подготовки каждого сотрудника банка, а также внедрение новых информационных технологий, ориентированных на упорядочивание процесса управления взаимоотношениями с клиентами, являются задачами, подлежащими решению в интересах становления банка как клиентоориентированного, развития новых форм кредитования, и, в конечном счёте, совершенствования системы управления банковскими рисками.

Затраты на проведение мероприятия по внедрению программного комплекса «Customer Relationship Management System» представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Затраты на внедрение программного комплекса «Customer Relationship Management System»

Статья затрат	Количество	Стоимость	Всего, тыс. руб.
1. Обучение персонала работе с программным комплексом «Customer Relationship Management System»	5	160	800
2. Программный комплекс «Customer Relationship Management System» с проведением локальной сети	1	1045	1045
3. Установка и запуск программного комплекса «Customer Relationship Management System»	1	230	230
Итого затрат	-	-	2075

Отметим, что экономический эффект от реализации предложенного мероприятия будет достигнут за счет быстрой и прозрачной системы оценки кредитных заявок и продаж финансовых услуг, снижая банковские риски и повышая скорость принятия решений.

Рассчитаем величину ежедневного комиссионного дохода коммерческого банка:  $32157 \text{ тыс. руб.} / 249 \text{ дней} = 129,1 \text{ тыс. руб.}$

Предположим, что ежедневный комиссионный доход увеличится как минимум в 1,3 раза и составит  $129,1 \times 1,5 = 167,8 \text{ тыс. руб.}$  Следовательно, его прирост будет равен  $167,8 - 129,1 = 38,7 \text{ тыс. руб.}$  в день или  $38,7 \times 249 \text{ дней} = 9639,3 \text{ тыс. руб.}$

Исходя из величины издержек на реализацию мероприятия по внедрению программного комплекса «Customer Relationship Management System» в работу коммерческого банк, экономический эффект будет равен разнице между приростом годового комиссионного дохода и величиной соответствующих затрат:  $9639,3 - 2075,0 = 7564,3 \text{ тыс. руб.}$

Среди других важных факторов снижения банковских рисков банка необходимо отметить возможность установления индивидуальных параметров обслуживания, в том числе и в области тарифной политики, широкую продуктовую линейку, индивидуальный подход к каждому клиенту, рекомендации партнеров и профессионализм менеджеров.

#### Список использованной литературы:

1. Волков, А.А. Управление рисками в коммерческом банке: Практическое руководство / А.А. Волков. - М.: Омега - Л, 2013. - 156 с.
2. Леонович, Т.И. Управление рисками в банковской деятельности: Учебный комплекс / Т.И. Леонович. - Минск: Дикта, Мисанта, 2012. - 136 с.
3. Хлусова О.С. Управление кредитными рисками коммерческого банка. Экономика, социология и право: журнал научных публикаций. - № 3 Э40 (август - октябрь), 2014 г. Науч. - инфо. Издат. Центр «Институт стратегических исследований». - Москва, 2014. - с.140.

© О.С. Хлусова, Р.С. Омерова, 2016

### ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ДО ООО «ПРОМИНСТРАХ» Г. НОВОРОССИЙСК

Финансовое управление страховой организации определяет ее финансовые возможности по созданию страховых продуктов с оптимальным качеством, ценой, видовым разнообразием и проявляется в обеспечении комплексной страховой защиты страхователей, с одной стороны, и приемлемого уровня убыточности страховых операций, с другой стороны. При этом расширение охвата страхового поля и повышение фактического размера маржи платежеспособности способствуют развитию конкурентных преимуществ страховщика на рынке. Поэтому наиболее перспективным направлением обеспечения финансовой устойчивости страховой организации является достижение необходимого уровня результативности и эффективности страховой и инвестиционной деятельности при формировании и реализации финансовых стратегий.

Оценку финансового управления ООО «Проминстрах» необходимо проводить в разрезе по видам страхования, перестрахования, анализировать структуру страхового портфеля. Обоснование выбора и описание методов оценивания страховых обязательств, с указанием использованных при проведении оценивания допущений и предположений для всех видов страховых резервов. На основе перечисленных выше положений, можно судить об эффективном (неэффективном) финансовом управлении страховой компании.

Оценивание было произведено на основе данных:

- 1.База договоров страхования.
- 2.База договоров исходящего перестрахования.
- 3.Журнал учета страховых выплат.
- 4.Журнал учета расторжений.
- 5.Журнал учета заявленных, но неурегулированных убытков.
- 6.Финансовая отчетность за 2012 - 2014 гг.

Таким образом, данные, которые были использованы для целей проведения оценивания финансового управления, можно признать полными, внутренне непротиворечивыми, разумным образом сгруппированными и сегментированными; доступными в виде брутто - и нетто - перестрахование.

Структура страхового портфеля компании характеризуется следующими показателями (таблица1):

Таблица 1– Структура страхового портфеля ООО «Проминстрах», 2012 - 2014 гг.

Учетная группа	Наименование	2012 г.		2013 г.		2014 г.	
		Страховая премия	Доля в портфеле, %	Страховая премия	Доля в портфеле, %	Страховая премия	Доля в портфеле, %
1	Страхование от несчастных случаев	80 491	5,8 %	38458	5,7 %	68615	5,9 %

2	Страхование ДМС	33 896	2,4 %	16868	2,5 %	27911	2,4 %
4	Страхование ВЗР	27 973	2,0 %	13494	2,0 %	24422	2,1 %
5	Страхование средств наземного транспорта	166 011	11,9 %	74217	11,0 %	137231	11,8 %
6	Страхование средств воздушного транспорта	5 013	0,4 %	3374	0,5 %	3489	0,3 %
7	Страхование средств водного транспорта	4 720	0,3 %	2699	0,4 %	3489	0,3 %
8	Страхование грузов	96 704	6,9 %	45880	6,8 %	80245	6,9 %
10	Сельскохозяйственное страхование	123	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %
11	Страхование имущества	606 981	43,4 %	293495	43,5 %	500079	43,0 %
12	Страхование финансовых рисков	5 093	0,4 %	2024	0,3 %	4652	0,4 %
13	Страхование ДСАГО	1 682	0,1 %	1349	0,2 %	1163	0,1 %
14	Страхование гражданской ответственности перевозчика	30 791	2,2 %	15518	2,3 %	29074	2,5 %
15	Страхование гражданской ответственности владельцев источников повышенной опасности	1 430	0,1 %	1349	0,2 %	1163	0,1 %
16	Страхование профессиональной ответственности	4 487	0,3 %	2699	0,4 %	3489	0,3 %
17	Страхование ответственности за неисполнение обязательств	69 542	5,0 %	33060	4,9 %	59312	5,1 %
18	Страхование прочих видов ответственности	36 101	2,6 %	18892	2,8 %	31400	2,7 %
19	Договоры, принятые в перестрахование	4 674	0,3 %	3374	0,5 %	4652	0,4 %
20	Страхование ОСАГО	208 434	14,9 %	101205	15,0 %	172120	14,8 %
21	Страхование ОСГООП	13 018	0,9 %	6747	1,0 %	10467	0,9 %
ИТОГО		1 397 164	100,0 %	674702	100,0 %	1162974	100,0 %



Основными направлениями деятельности являются страхование имущества 43,4 % от общего объема начисленных страховых взносов, что составляет 606 981 тыс. рублей (2014г.), ОСАГО – 14,9 % или 208 343 тыс. рублей (2014 г.), страхование средства наземного транспорта - 11,9 % или 166 011 тыс. рублей (2014 г). На рисунке 1 представлена структура по основным идам страхования.

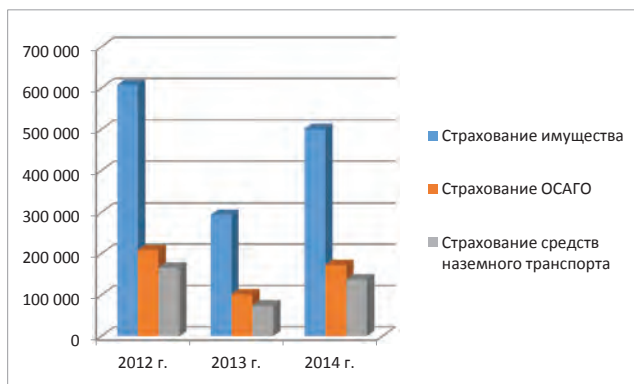


Рисунок 1 - Структура основных видов страхования ООО «Проминстрах»

Для оценки страховых резервов, в том числе резерва произошедших, но незаявленных убытков (РПНУ), произведено следующее распределение направлений деятельности ООО «Проминстрах» по резервным группам, оно является достаточным в части требования однородности рисков (таблица 2).

Таблица 2 – Резервные группы ООО «Проминстрах» 2012 - 2014 гг.

Резервная группа	Наименование резервной группы	Учетная группа
1	Страхование от несчастных случаев	1
2	Страхование ДМС	2
3	Страхование ВЗР	4
4	Страхование КАСКО	5
5	Страхование средств воздушного транспорта	6
6	Страхование средств водного транспорта	7
7	Страхование грузов	8
8	Сельскохозяйственное страхование	10
9	Страхование имущества	11
10	Страхование финансовых рисков	12
11	Страхование ОСАГО	13,1
12	Страхование ДСАГО	13
13	Страхование ОСГОП	14,1
14	Страхование гражданской ответственности перевозчика	14
15	Страхование ОСГООП	15,1

16	Страхование гражданской ответственности владельцев источников повышенной опасности	15
17	Страхование профессиональной ответственности	16
18	Страхование ответственности за неисполнение обязательств	17
19	Страхование прочих видов ответственности	18
20	Договоры, принятые в перестрахование	19

Сегментация производилась в соответствии с правилами страхования, а также с учетом особенностей процесса урегулирования и достаточности необходимых данных для целей актуарного оценивания резерва убытков.

С целью создания сбалансированного портфеля, обеспечения финансовой устойчивости и рентабельности страховых операций ООО «Проминстрах» осуществляет перестрахование. В перестраховочной политике применяется андеррайтинг рисков, принимаемых по договорам страхования, и лимиты ответственности

Таблица 3 – Андеррайтинг рисков, 2012 - 2014 гг.

Вид страхования	Собственное удержание
Страхование от несчастных случаев и болезней	от 1 до 5 млн. рублей (на одного застрахованного)
Добровольное медицинское страхование	100 % от страховой суммы
Страхование средств наземного транспорта (за исключением средств железнодорожного транспорта)	3 млн. рублей
Страхование средств воздушного транспорта	От 3 до 6 млн. рублей (по одному транспортному средству)
Страхование средств водного транспорта	От 3 до 8 млн. рублей (по одному транспортному средству)
Страхование грузов (за исключением нефти, газа и продуктов их переработки)	6 млн. рублей
Страхование имущества юридических лиц, за исключением транспортных средств и сельскохозяйственного страхования	От 6 до 10 млн. рублей
Страхование имущества граждан, за исключением транспортных средств	От 3 до 6 млн. рублей
Страхование гражданской ответственности владельцев автотранспортных средств	1 млн. рублей
Страхование гражданской ответственности владельцев	От 3 до 10 млн. рублей

средств воздушного транспорта	
Страхование гражданской ответственности организаций, эксплуатирующих опасные объекты	10 млн. рублей
Страхование гражданской ответственности за причинение вреда вследствие недостатков товаров, работ, услуг	6 млн. рублей
Страхование гражданской ответственности за причинение вреда третьим лицам	6 млн. рублей
Страхование профессиональной ответственности строителей	6 млн. рублей
Страхование гражданской ответственности перевозчиков	8 млн. рублей
Страхование гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору	6 млн. рублей

В перестрахование подлежат передачи риски по основным договорам страхования и дополнительным соглашениям к ним, страховая сумма по которым равна или превышает размеры собственного удержания.

Проведен анализ страховых обязательств и доли перестраховщика (анализ изменения результатов по сравнению с предыдущим периодом) (таблица 4).

Таблица 4 - Результат расчета РНП и доли перестраховщика в РНП (2014 / 2013гг.)

Резервная группа	РНП	Доля в РНП	РНП нетто - перестрахование
Страхование от несчастных случаев	16 479	6 060	10 419
Страхование ДМС	15 217	-	15 217
Страхование ВЗР	10 202	-	10 202
Страхование КАСКО	75 669	8 289	67 380
Страхование средств воздушного транспорта	1 759	458	1 301
Страхование средств водного транспорта	1 549	116	1 433
Страхование грузов	23 342	8 392	14 950
Сельскохозяйственное страхование	2	-	2
Страхование имущества	203 223	128 280	74 943
Страхование финансовых рисков	2 266	183	2 083
Страхование ОСАГО	114 169	-	114 169
Страхование ДСАГО	911	16	895
Страхование ОСГОП	5 124	1 337	3 787
Страхование гражданской ответственности перевозчика	795	22	773
Страхование ОСГООП	3 795	983	2 812
Страхование гражданской ответственности владельцев источников повышенной опасности	1 373	610	763
Страхование профессиональной	1 654	1 654	-

ответственности			
Страхование ответственности за неисполнение обязательств	19 494	2 210	17 284
Страхование прочих видов ответственности	20 796	20 796	-
Договоры, принятые в перестрахование	3 930	486	3 444
ИТОГО	521 749	179 892	341 857

Проведен анализ резерва убытков и доли перестраховщика в разрезе убытков (анализ изменения результатов по сравнению с предыдущим периодом) (таблица5).

Таблица 5 – Результат расчета резерва убытков и доли перестраховщика в разрезе убытков (2013 / 2012 гг.)

Резервная группа	Резерв убытков	Доля в Резерве убытков	Резерв убытков нетто - перестрахован
Страхование от несчастных случаев	4 664	1 299	3 365
Страхование ДМС	742	-	742
Страхование КАСКО	4 664	1 299	3 365
Страхование средств воздушного транспорта	742	-	742
Страхование средств водного транспорта	2 655	-	2 655
Страхование грузов	17 346	1 649	15 697
Сельскохозяйственное страхование	4 405	654	3 751
Страхование имущества	170	-	170
Страхование финансовых рисков	4 189	2 001	2 188
Страхование ДСАГО	6 693	3 760	2 933
Страхование гражданской ответственности перевозчика	47 478	-	47 478
Страхование ОСГООП	516	-	516
Страхование гражданской ответственности владельцев источников повышенной опасности	702	-	702
Страхование профессиональной ответственности	545	-	545
Страхование ответственности за неисполнение обязательств	416	89	327
Страхование прочих видов ответственности	186	782	(596)
Договоры, принятые в перестрахование	2 055	-	2 055
ИТОГО	100 372	11 676	88 696

В таблицах ниже приводится информация о структуре резерва убытков.

Таблица 6 - РЗУ и доля перестраховщиков в РЗУ (2014 / 2012 гг.)

Резервная группа	РЗУ	Доля в РЗУ	РЗУ нетто - перестрахован
Страхование от несчастных случаев	1 593	-	1 593
Страхование ДМС	133	-	133
Страхование ВЗР	767	-	767
Страхование КАСКО	16 220	1 567	14 653
Страхование средств воздушного транспорта	1 968	-	1 968
Страхование средств водного транспорта	166	-	166
Страхование имущества	2 140	118	2 022
Страхование ОСАГО	20 358	-	20 358
Страхование ДСАГО	503	-	503
Страхование ОСГОП	685	-	685
Страхование гражданской ответственности перевозчика	532	-	532
Страхование гражданской ответственности владельцев источников повышенной опасности	-	686	(686)
Страхование профессиональной ответственности	2 005	-	2 005
Страхование прочих видов ответственности	2 834	-	2 834
Договоры, принятые в перестрахование	211	-	211
ИТОГО	50 115	2 371	47 744

Таблица 7 - РПНУ и доля перестраховщиков в РПНУ(2014 - 2012 гг.)

Резервная группа	РПНУ	Доля в РПНУ	РПНУ нетто - перестрахован
Страхование от несчастных случаев	2 887	1 299	1 588
Страхование ДМС	577	-	577
Страхование ВЗР	1 780	-	1 780
Страхование КАСКО	686	82	604
Страхование средств воздушного транспорта	2 274	654	1 620
Страхование грузов	3 990	2 001	1 989
Страхование имущества	4 285	3 642	643
Страхование ОСАГО	25 344	-	25 344
Страхование ОСГООП	396	89	307
Страхование гражданской ответственности владельцев источников повышенной опасности	177	96	81

Страхование ответственности за неисполнение обязательств	2 421	335	2 086
Страхование прочих видов ответственности	1 041	1 020	21
Договоры, принятые в перестрахование	813	87	726
<b>ИТОГО</b>	<b>46 671</b>	<b>9 305</b>	<b>37 366</b>

Таблица 8 - РУУ и доля перестраховщиков в РУУ (2013 / 2012 гг.)

Резервная группа	РУУ	Доля в РУУ	РУУ нетто - перестрахован
Страхование от несчастных случаев	184	-	184
Страхование ДМС	32	-	32
Страхование ВЗР	108	-	108
Страхование КАСКО	440	-	440
Страхование средств воздушного транспорта	163	-	163
Страхование средств водного транспорта	4	-	4
Страхование грузов	199	-	199
Страхование имущества	268	-	268
Страхование ОСАГО	1 776	-	1 776
Страхование ДСАГО	13	-	13
Страхование ОСГОП	17	-	17
Страхование гражданской ответственности перевозчика	13	-	13
Страхование ОСГООП	20	-	20
Страхование гражданской ответственности владельцев источников повышенной опасности	9	-	9
Страхование профессиональной ответственности	50	-	50
Страхование ответственности за неисполнение обязательств	121	-	121
Страхование прочих видов ответственности	123	-	123
Договоры, принятые в перестрахование	46	-	46
<b>ИТОГО</b>	<b>3 586</b>	<b>-</b>	<b>3 586</b>

Результаты проверки РНП - нетто на достаточность отдельно по направлениям деятельности ООО «Проминстрах» приведены в таблице 9.

Таблица 9 – Результат РНП - нетто на достаточность (2014 / 2012 гг.)

Резервная группа	Резерв незаработанной премии (нетто)	Отложенные акquisиционные расходы (нетто)	Ожидаемые будущие убытки и расходы на урегулирование	Ожидаемые неакquisиционные расходы	Резерв неистекшего риска
Страхование от несчастных случаев	10 419	3 273	1 354	323	-
Страхование ДМС	15 217	2 722	11 723	472	-
Страхование ВЗР	10 202	2 718	4 183	316	-
Страхование КАСКО	67 380	13 717	58 722	2 089	7 147
Страхование средств воздушного транспорта	1 301	347	2 117	40	1 204
Страхование средств водного транспорта	1 433	10	158	44	-
Страхование грузов	14 950	6 941	2 243	463	-
Сельскохозяйственное страхование	2	-	-	-	-
Страхование имущества	74 943	59 505	4 721	2 323	-
Страхование финансовых рисков	2 083	458	104	65	-
Страхование ОСАГО	114 169	13 664	81 631	3 539	-
Страхование ДСАГО	895	147	128	28	-
Страхование ОСГОП	3 787	424	265	117	-
Страхование гражданской ответственности перевозчика	773	164	703	24	118
Страхование ОСГООП	2 812	278	253	87	-
Страхование гражданской ответственности владельцев источников повышенной опасности	763	274	114	24	-
Страхование профессиональной ответственности	-	227	-	-	227
Страхование ответственности за неисполнение	17 284	3 832	2 593	536	-

обязательств					
Страхование прочих видов ответственности	-	5 762	-	-	5 762
Договоры, принятые в перестрахование	3 444	-	758	107	-
ИТОГО	341 857	114 463	171 770	10 597	14 458

В ходе проведения оценки сформированного РНП - нетто в разрезе резервных групп выявлено наличие дефицита страховых премий в сумме 14 458 тыс. рублей. Дополнительный резерв неистекших рисков составляет в сумме 14 458 тыс. рублей. При этом в целом по всем направлениям деятельности ООО «Проминстрах» резерва незаработанной премии по неистекшим полисам достаточно для покрытия возможных будущих выплат и издержек.

Для целей представления результатов анализа использовалась оценка резерва убытков на предыдущую отчетную дату, отраженная ООО «Проминстрах» в финансовой отчетности за 2013 год.

В результате проведенного анализа выявлена переоценка резерва убытков на 31.12.2013, избыток резервирования составляет – 75 % или 118 497 тыс. рублей.

В таблице 10 представлены результаты проведенных расчетов в части резерва убытков.

Таблица 10 - Результаты расчетов  
в части резерва убытков

Сценарий развития	Резерв убытков	Резерв неистекшего риска	Влияние на резерв убытков, %	Влияние на результаты теста достаточности страховых обязательств, %
Ожидаемый сценарий	100 370	14 458	0,0 %	0,0 %
Увеличение приращений факторов развития на 20 %	104 623	-	4,2 %	0,0 %
Рост уровня убыточности на 5 %	121 629	17 599	21,2 %	21,7 %
Рост уровня расходов на урегулирование убытков и прочих расходов на 10 %	100 370	15 038	0,0 %	4,0 %

Ниже в таблице 11 приведены сведения о стоимости активов и обязательств по ожидаемым срокам поступления денежных средств от реализации активов и погашения обязательств.



Таблица 11 - Стоимости активов и обязательств ООО «Проминстрах» (2012 - 2014 гг.)

Активы	До 1 года	Свыше 1 года	Итого
Депозиты в банках	318 547	177 659	496 206
Ценные бумаги, отражаемые по справедливой стоимости на счете прибыли или убытков	12 770	181 910	194 680
Депозиты в банках	318 547	177 659	496 206
Ценные бумаги, отражаемые по справедливой стоимости на счете прибыли или убытков	12 770	181 910	194 680
Итого финансовых активов, чувствительных к изменению процентных ставок	331 317	359 569	690 886
Обязательства			
Резервы убытков, брутто	82 230	18 140	100 370
Доля перестраховщиков в резервах убытков	(9 567)	(2 111)	(11 678)
Кредиторская задолженность	69 546	-	69 546
Итого финансовых и страховых обязательств	145 897	16 029	161 926
Чистый разрыв ликвидности	185 420	343 540	528 960
Совокупный разрыв ликвидности	185 420	528 960	

По состоянию на 31.12.2014 всего активов – 1 900 210 тыс. рублей и всего обязательств – 507 993 тыс. рублей.

По нашему мнению, совпадение и / или контролируемое несовпадение сроков размещения и погашения активов и обязательств является основополагающим фактором для успешного управления деятельностью ООО «Проминстрах». На анализируемом предприятии, как правило, не происходит полного совпадения по указанным позициям, так как операции часто имеют неопределенные сроки погашения и различный характер. Можно отметить, что сроки погашения активов и обязательств согласованы между собой.

На основании проведенного анализа можно сделать вывод о том, ООО «Проминстрах» имеет достаточную величину активов для выполнения всех требований по принятым страховым обязательствам по состоянию на отчетную дату. Следовательно, финансовое управление на анализируемом предприятии можно считать эффективным.

#### Список использованной литературы:

1. Алиев Б.Х. Маркетинговые аспекты развития региональных рынков страхования в России / Б. Х. Алиев, Э. С. Вагабова, Р. А. Кадиева // Финансы и кредит. - 2011. - № 15. - с. 15 - 19
2. Шахов А.М. Финансовые стратегии обеспечения конкурентоспособности страховых организаций // Упр. экон. системами : электрон. науч. журн. - 2011. - № 2 (26).

3.Хлусова О.С. Финансовая устойчивость страховых организаций и пути ее обеспечения. Образовательное пространство ВУЗа: состояние, тенденции, инновационный потенциал. Материалы межвузовской научно - практической конференции преподавателей и студентов г. Новороссийск 16 - 18 февраля 2015. – 327.

© О.С. Хлусова, В.А. Шпарага, 2016

УДК33

**А.Г.Чура**

Магистрант

ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно - педагогический университет»

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В условиях рыночной экономики анализ денежных потоков предприятия является одним из инструментов обеспечения его успешной хозяйственной деятельности. Данное направление анализа помогает оценить финансовое состояние и платежеспособность предприятия, появляется возможность более объективно охарактеризовать ликвидность предприятия в условиях инфляции, более точно определить движение денежных средств по видам деятельности предприятия.

Целью работы является рассмотрение и обобщение методических подходов к анализу денежных потоков предприятия.

Основными задачами анализа денежных потоков являются: выявление тенденций и закономерностей развития денежных потоков предприятия; постоянное исследование путей формирования денежных потоков и оценка степени рационального их использования; своевременное выявление и предотвращение возможности возникновения причин ухудшения платежеспособности предприятия и его банкротства; поиск резервов и поиск ускорения оборота средств.

При анализе движения денежных средств большинство авторов предлагают методику анализа, которая включает следующие этапы:

1. Анализ положительного денежного потока: структура источников поступления денежных средств; динамика источников поступления денежных средств; сопоставления темпов прироста положительного потока капитала с темпами прироста объемов производства и реализации продукции.

2. Анализ отрицательного денежного потока: структура направлений использования денежных средств; динамика использования денежных средств.

3. Анализ чистого денежного потока: сбалансированность положительного и отрицательного потоков; качество чистого денежного потока (высокое качество характеризуется ростом удельного веса прибыли, полученной за счет роста выпуска продукции и снижение ее себестоимости) достаточность поступления денежных средств.

4. Анализ денежного потока по видам деятельности: сравнение финансовой структуры баланса за различные периоды; структура денежного потока от операционной,

инвестиционной и финансовой деятельности; влияние прямых и косвенных факторов на изменение остатка денежных средств.

5. Анализ отклонения остатка денежных средств от чистого финансового результата: оценка наличия денежных средств; отклонения остатка денежных средств от финансового результата.

6. Анализ достаточности поступления денежных средств и эффективности их использования.

Критический анализ методик утверждает, что они не связаны с развитием предприятия. Поэтому нами предложена следующая методика, которая предусматривает следующие этапы: анализ чистого движения денежных средств от производственно - коммерческой деятельности; анализ эффективности движения денежных средств, связанного с развитием предприятия; анализ оптимальности структуры источников финансирования предприятия; анализ продолжительности финансового цикла; анализ оптимальности остатков денежных средств; анализ равномерности и синхронности движения денежных средств; анализ выполнения платежного календаря и анализ отклонений.

Целью анализа чистого движения денежных средств от производственно - коммерческой деятельности является сбалансирование положительного и отрицательного денежных потоков, можно достичь в долгосрочном периоде (смена схем стратегического инвестирования, активности на фондовом рынке, рационального управления имуществом и постоянными расходами).

Основными задачами анализа эффективности движения денежных средств является поиск рациональных путей сокращения потребностей предприятия в заемном капитале снижение риска неплатежеспособности предприятия; обеспечение ускорение оборота капитала предприятия; получения дополнительной прибыли, генерируемой непосредственно его денежными активами.

Важным этапом анализа денежных средств является изучение структуры источников финансирования предприятия, что позволит выяснить, какая сложилась общая тенденция использования финансовых или других активов в текущей работе предприятия и выявить факторы, влияющие на структуру.

Анализ продолжительности финансового цикла предусматривает использования уточненных алгоритмов расчета показателей оборачиваемости запасов, средств в расчетах с покупателями и поставщиками. Он позволяет исследовать поступления оборотных средств в двух стадиях кругооборота - производственной и товарной.

В процессе анализа оптимальности остатков денежных средств необходимо исследовать факторы, вытекающие на их размер и характер формирования во времени. Основными задачами этого этапа анализа денежных потоков, является обоснование остатка денежных средств, что позволит снизить зависимость предприятия от внешних источников привлечения средств; поиск путей сбалансированности объемов денежных потоков.

Целью анализа равномерности и синхронности движения денежных средств является идентификация и оценка основных видов денежных потоков по степени регулярности осуществления. Его главные задачи: оценка равномерности движения денежных средств; исследование факторов колебаний денежных потоков; изучение причины задержек в поступлении денежных средств и отложения запланированных расходов.

Анализ синхронности денежных потоков определяет состояние финансового равновесия предприятия. Его цель - оценка степени согласованности денежных потоков во времени. анализ синхронизации денежных средств основывается на ковариации положительного и негативного их видов. Он должен обеспечить поиск путей повышение уровня корреляции между этими двумя видами денежных потоков.

Завершающим этапом предложенной нами методики анализа является оценка выполнения платежного календаря. Платежный календарь - это форма текущего финансового плана, которая разрабатывается на краткосрочный период с ежедневной сегментацией.

В процессе анализа выполнения платежного календаря осуществляется постоянный аналитический мониторинг отклонений реального движения денежных средств от планового уровня по его результатами можно детально изучить причины, которые повлияли на несоблюдение выполнения платежного календаря.

Таким образом, предлагаемая методика анализа денежных средств дает возможность руководству предприятий сконцентрировать свои усилия на росте финансовой устойчивости, повышении ритмичности операционного процесса, оценке чистого оборотного капитала от производственно - коммерческой деятельности, снижении потребностей в заемном капитале, выявлении внутренних резервов повышения платежеспособности предприятия, обосновании конкретных путей по недопущению брака ликвидности, диагностике потенциального банкротства и выработке рациональности решений по управлению денежными средствами и формированию денежного потока.

#### **Список использованных источников**

1. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ: Учебник для вузов / Под ред. Л.Т. Гиляровской. - 2 - е изд., доп. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2015. - 615 с.
2. Хахонова Н.Н. Методические аспекты формирования учетно - аналитического обеспечения управления денеж - ными потоками коммерческих организаций: Моногра - фия / РГЭУ «РИНХ» - Ростов -н / Д, 2005. - 208 с.

© А.Г.Чура, 2016

**УДК 332.63**

**Е.А. Шарипова**

к.с.н., ст. преподав. БГПУ им. М. Акмуллы  
г.Уфа, Российская Федерация

### **АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ ФОРМИРОВАНИЯ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ**

Управление оборотным капиталом в национальной экономике тесно связано с его составом и размещением. Выявление тенденции изменения элементов оборотных средств и определение структуры дают возможность прогнозировать параметры развития предпринимательства [4].

Геополитические проблемы и ухудшение внешнеэкономических условий привели к снижению объемов промышленного производства, вызванное на фоне начавшегося в предыдущие годы исчерпания традиционных источников экономического роста. Все это стало серьезным вызовом для российской экономической политики в целом и российских предприятий, в частности. В этих условиях для повышения эффективности использования оборотного капитала предприятий актуализируется такой вид деятельности как факторинг - взыскание денежных средств с должников, клиентов факторинговой компанией и управление их долговыми обязательствами. В России рынок факторинга (финансирования под уступку денежного требования) по объёмным показателям в настоящее время догоняет по уровню европейские страны (более 40 млрд долл.) [3]. В отличие от банковских кредитов факторинг является практически беззалоговым источником воспроизводства оборотного капитала, который, в принципе, доступен широкому кругу малых и средних компаний [2]. По данным Центрального банка РФ, в 2004 - 2012 гг. число банков, выполнявших факторинговые операции выросло с 84 до 160, при этом 86 % объема приходится на 5 компаний [3]. Данный вид финансовых услуг требует создания в России высокотехнологичной филиальной сети, которая способна быстро и адекватно оценивать риски дебиторов и потенциальных клиентов.

Для определения эффективности воспроизводства оборотного капитала в экономической литературе можно встретить различные критерии. Как правило, в качестве основного критерия выделяют минимизацию текущей кредиторской задолженности. Подобная стратегия ведет к снижению потери ликвидности предприятия, но, в то же время, для финансирования большей части оборотного капитала требует использования долгосрочных источников и собственных средств предприятия [4]. Минимизация совокупных издержек финансирования осуществляется за счет преимущественного использования краткосрочной кредиторской задолженности как источника покрытия активов. Данный источник воспроизводства капитала признается самым дешевым, однако, для него характеризуется высоким риском невыполнения обязательств (в отличие, например, от финансирования оборотных средств, которое осуществляется преимущественно за счет долгосрочных источников). Максимизация полной стоимости предприятия - данная стратегия включает процесс управления оборотным капиталом в общую финансовую стратегию фирмы [1]. Выбор той или иной модели стратегии воспроизводства позволяет установить величину долгосрочных пассивов и чистого оборотного капитала как разницы между долгосрочными пассивами и внеоборотным капиталом.

При экономическом зрелом этапе доля собственных средств снижается, а привлеченных - растет. При спаде, наоборот, доля привлеченных средств снижается и увеличивается удельный вес собственных (прибыли и амортизации). На этой фазе цикла доля самофинансирования может достигать 90 %. Однако в любом правиле существуют исключения. Так, например, при развитии инфляции, снижающей платежеспособность предприятий во время экономического спада, вместо ожидаемого роста доли самофинансирования происходит увеличение доли привлеченных средств, если базовая ставка рефинансирования ниже уровня инфляции [5].

Представленный анализ формирования оборотного капитала в условиях перехода от ресурсно-сырьевой к инновационной модели развития экономики с перспективой формирования постиндустриальной информационной экономики позволяет по новому

подойти к проблеме учета, планирования и управления оборотным капиталом промышленных предприятий.

#### **Список использованной литературы:**

7. Багаутдинова И.В., Токарева Г.Ф. Определение эффективности функционирования оборотного капитала // Российское предпринимательство. - 2013. - № 22 (244). - С. 54 - 63.

8. Багаутдинова И.В., Токарева Г.Ф., Шалина О.И. К вопросу о социальной справедливости, прогрессивной шкале налогообложения и институциональных «ловушках» // Налоги и финансовое право, №8. 2015, С. - 134 - 144.

9. Degtyarova I.V., Tokareva G.F. Modern trend in dynamics and structure of working capital of the Russian economics // Asian Social Science, Vol. 11, No. 13 (2015) - P. 61 - 70.

10. Дегтярева И.В., Токарева Г.Ф. Факторы, влияющие на функционирование оборотного капитала в современной российской экономике // В сборнике: Управление экономикой: методы, модели, технологии четырнадцатая международная научная конференция: сборник научных трудов. Уфа, 2014. С. 41 - 46.

11. Токарева Г.Ф. Влияние научно - технического прогресса на структуру капитала в рыночной экономике // Интеллект, инвестиции, инновации. - 2013. - №1. - С.47 - 52.

© Е.А. Шарипова, 2016

**УДК 368**

**Р.А. Шириязданова**

Студент 4 курса экономического факультета  
Уфимский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

**Научный руководитель:**

**З.Ф. Шарифьянова**

к.э.н., доцент кафедры «Финансы и кредит»  
Уфимский филиал Финансового университета

при Правительстве РФ

Г. Уфа, Российская Федерация

### **АНАЛИЗ СТРАХОВОГО РЫНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Роль страхования в современной экономике как одного из наиболее эффективных механизмов защиты интересов населения, хозяйствующих субъектов и государства достаточна велика. Необходимо разобраться, что представляет собой страхование.

К. Маркс определяет страхование как экономическая необходимость, связанную с покрытием убытков, вызываемых чрезвычайными событиями [2]. Важно отметить тот факт, что страхование является одним из факторов развития прогресса, позволяя минимизировать риски при внедрении научно – технических разработок и технологий. Основные показатели страхового рынка за 2011 – 2015 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Показатели страхового рынка в Российской Федерации  
в 2011 – 2015 гг., млрд. руб. [3]

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Страховые премии, всего</b>	<b>663,66</b>	<b>812,47</b>	<b>904,86</b>	<b>987,77</b>	<b>1 023,82</b>
в том числе:					
по обязательным видам ( без ОМС)	110,81	150,21	165,73	178,85	246,23
по добровольным видам	552,85	662,26	739,13	808,92	777,59
<b>Страховые выплаты, всего</b>	<b>303,14</b>	<b>370,78</b>	<b>420,77</b>	<b>472,27</b>	<b>509,22</b>
в том числе:					
по обязательным видам	62,69	76,09	94,77	109,19	141,75
по добровольным видам	240,45	294,69	326,00	363,08	367,46
Уровень выплат по рынку страхования, %	45,68	45,64	46,50	47,81	49,74
Уровень выплат по обязательным видам, %	56,57	50,66	57,18	61,05	57,57
Уровень выплат по добровольным видам, %	43,49	44,50	44,12	44,88	47,26
Количество субъектов страхового дела	579	469	432	416	343

Проведенный анализ показателей страхового рынка свидетельствует, о тенденции к повышению размеров страховых премий. Абсолютный прирост в 2015 году составил 36,05 млрд. руб. Данный рост преимущественно произошел за счет роста премий по добровольным видам страхования на 31,33 млрд. руб. Абсолютный прирост страховых выплат в 2015 г. 36,95 млрд. руб.: прирост по обязательным видам составил 32,56 млрд. руб., по добровольному страхованию - 4,39 млрд. руб. (рисунок 1). Темп роста страховых выплат превышает темп роста премий на 4,17 % , что является негативной тенденцией. Страховые резервы формируемые из страховых премий и являющиеся основой для выполнения страховщиком своих обязанностей перед страхователями.

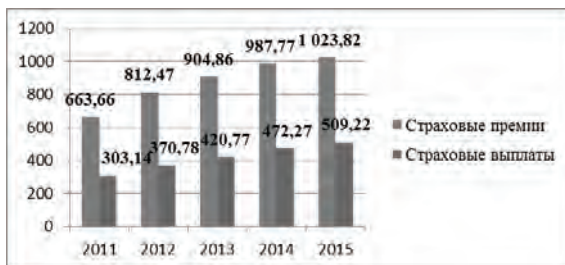


Рисунок 1. Динамика страховых премий и выплат

Уровень выплат по всему страховому рынку в 2015 г. составил 49,74 % , по добровольным видам - 47,26 % , по обязательным видам - 57,57 % . Обязательные виды

страхования являются более убыточными, чем добровольные виды страхования. Уровень выплат по добровольным видам страхования находится ниже среднего уровня выплат по всему рынку, а уровень выплат по обязательным видам превышает. Количество субъектов страхового дела сократилось с 579 в 2011 г. до 343 в 2015 г. на 236 субъекта. Далее мы рассмотрим темп прироста основных показателей страхового рынка ( таблица 2).

Таблица 2 - Темп прироста основных показателей развития страхового рынка, % [3]

Показатель	2011 / 2012	2012 / 2013	2013 / 2014	2014 / 2015
<b>Страховые премии, всего</b>	<b>22,42</b>	<b>11,37</b>	<b>9,16</b>	<b>3,65</b>
в том числе:				
по обязательным видам ( без ОМС)	35,56	10,33	7,92	37,67
по добровольным видам	19,79	11,61	9,44	- 3,87
<b>Страховые выплаты, всего</b>	<b>22,31</b>	<b>13,48</b>	<b>12,24</b>	<b>7,82</b>
в том числе:				
по обязательным видам	21,38	24,55	15,22	29,82
по добровольным видам	22,56	10,62	11,37	1,21

Наблюдается ежегодное снижение темпов прироста по страховым премиям (с 9, 16 % до 3, 65 %) и по страховым выплатам (с 12, 24 % до 7, 82 % ), что свидетельствует о снижении динамики развития страхового рынка. Сокращение количества субъектов страхового дела при одновременном повышении уровня страховых премий и осуществляемых выплатам по договорам страхования свидетельствует о концентрации страхового рынка. В качестве главных причин данного процесса можно выделить: снижение динамики развития страхового рынка, экономическая нестабильность. Для более детального анализа необходимо рассмотреть динамика страховых премий и выплат по видам страхования.

Таблица 3 - Динамика страховых премий и выплат по видам страхования, млрд. руб. [3]

Показатели	Страховые премии		Страховые выплаты	
	2014	2015	2014	2015
<b>Добровольное страхование</b>				
Страхование жизни	108530980	129714705	14228309	23687577
Личное страхование	219578042	209846453	110493429	114446807
Имущественное страхование	480813822	438031830	238354253	229328763
в том числе				
страхование имущества	420405211	374728616	224513682	203680675
страхование гражданской ответственности	37850808	41042023	10304472	9519308
страхование предпринимательских рисков	7187169	7819338	2244982	14389940
страхование финансовых рисков	15370634	14441853	1291117	1738840
<b>Обязательное страхование</b>				



<b>(кроме ОМС)</b>				
Личное страхование	17638434	18163184	17914289	17136958
ОСАГО	157567487	224643161	90571964	123792865
Иные виды обязательного страхования	3643822	3419985	706343	824507

Наибольшую долю в добровольном страховании занимает имущественное страхование (56,33 % от всех премий и 62,41 % от всех выплат в 2015 г.), наименьшей популярностью характеризуется страхование жизни (16,68 % от всех премий и 6,45 % от всех выплат в 2015 г.). Наибольшую долю в обязательном страховании занимает ОСАГО (91,23 % от всех премий и 87,33 % от всех выплат в 2015 г.). Личное страхование представлено такими видами как страхование от несчастных случаев, болезней и медицинское страхование. Таким образом, наиболее быстрорастущей и развивающимся видом страхования в Российской Федерации является ОСАГО.

Несомненным лидером по уровню выплат является Центральный федеральный округ (уровень выплат по добровольному страхованию - 590,422 млрд. руб., по обязательному страхованию - 96,43 млрд. руб.), что свидетельствует о высоком уровне развитости рынка страхования. Аутсайдером по уровню выплат является Крымский федеральный округ (уровень выплат по добровольному страхованию - 0,576 млрд. руб., по обязательному страхованию - 0,215 млрд. руб.).

Авторами были выделены следующие проблемы на рынке страхования:

- высокая доля ОСАГО. Источниками финансирования большинства произведенных покупок автотранспортных средств являются кредиты. Но на фоне девальвации рубля Центральным банком были повышены ставки рефинансирования, тем самым увеличились ставки по кредитам для физических и юридических лиц;

- закрытие производства автомобилей мировых лидеров индустрии в Российской Федерации т.е. произойдет снижение спроса на автомобили, что в свою очередь негативно отразится на количестве застрахованных объектов;

- увеличение суммы страховых премий во многом обуславливается высокими ставками на страховые услуги;

- неблагоприятный экономический климат в стране негативно влияет на покупательскую способность населения и уровень кредитования;

Для развития российского рынка страхования необходимо:

- 1) Повышение финансовой грамотности населения и бизнеса и одновременное стимулирование спроса на страховые услуги повышая емкость страхового рынка.

- 2) Сглаживание структурных диспропорций за счет снижения доли обязательных видов страхования, развитие инфраструктуры страхования.

- 3) Повышение рентабельности и ликвидности страховых организаций, совершенствование страхового законодательства, повышение надежности страхования [1, с.185].

#### **Список использованной литературы:**

1. Князева Е.Г. Страховой рынок России: современные вызовы развития // Экономические науки. – 2015. - №3.с. 181 - 186.

2. Маркс К. и Энгельс Ф. Сочинение 2 изд. – Т 4.с.199

3. Официальный сайт Центрального банка РФ (сайт) URL: <http://www.cbr.ru/>

© Р.А. Шириязданова, 2016

УДК 338.28

**И.А. Шишкин**

К.э.н., доцент

ФГБОУ ВО ВГТУ,

г. Воронеж, Российская Федерация

### **МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ ПРИОРИТЕТНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ И ПРОБЛЕМ НАУКОЕМКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Особую роль на данном этапе реализации инновационной политики предприятия должно, по мнению автора, играть формирование набора наиболее важных и перспективных вариантов инвестирования на ближайшие 5 - 10 лет («перспективного портфеля инновационных альтернатив»), в котором собраны общие сведения об инновационных проектах, возможных и актуальных для предприятия [1], [2]. Регулярное формирование и актуализация такого «портфеля» (один раз в один - два года) позволяет, во - первых, существенно упростить задачу исследования возможностей для отдельного проекта; во - вторых, взглянуть на альтернативные варианты не «изнутри» конкретной проблемы, а с точки зрения общей инновационной политики предприятия; в - третьих, гибко реагировать на возможные изменения внешней или внутренней ситуации, имея «под рукой дежурный вариант» [3]. Последнее положение о возможности гибкого реагирования на изменения внешних и внутренних условий реализации инновационной политики следует распространить на весь рассматриваемый этап в целом [9], [10], [11], [12]. Определение текущей приоритетности инновационных направлений и проблем является, на взгляд автора, наиболее ответственным звеном реализации инновационной политики, обеспечивающим адаптацию предприятия к изменениям. Вышеизложенные положения нашли отражения в работах [4], [5], [6], [7], [8].

Для достаточно крупного многофункционального предприятия, действующего в сфере реального производства, быстро изменить без существенных потерь стратегическую ориентацию практически невозможно, а зачастую и нецелесообразно [18], [19]. Структура активов такого предприятия достаточно инертна. Сроки возмещения элементов основного капитала могут измеряться десятками лет, а также нематериальные активы, как торговая марка, репутация, доля рынка, «ноу - хау», квалификация персонала и т. п. вообще могут быть уникальными [13], [14]. К тому же, социально - психологические особенности высшего руководства, собственников, персонала, также могут играть сдерживающую роль при быстрых изменениях. Сама необходимость и целесообразность кардинального изменения инновационной политики зачастую не могут быть быстро оценены с достаточной степенью определенности по поводу выгод и потерь [15], [16]. Факторы,

требующие изменений, могут оказаться временными, а восприятие их значимости в долгосрочном аспекте – субъективным и ошибочным. Изменения в рамках отдельных проектов могут быть осуществлены с гораздо меньшими издержками и в относительно короткий срок, однако они жестко ограничены функциональной структурой уже приобретенных активов и выполненных работ. Чрезвычайная ликвидация таких активов и проектов до момента их окупаемости или использования всего потенциала является для предприятия крайне убыточной [17]. Таким образом, этап определения текущей приоритетности инновационных направлений и проблем является наиболее удобным моментом выявления необходимости изменений и выработки действий по их осуществлению, так как дает возможность постепенной корректировки инновационной политики предприятия, позволяет объективно осознать и обоснованно оценить требуемый уровень изменений, а также реализовать эти изменения в новых направлениях и проектах через плавное смещение акцентов.

### Список использованной литературы

1 Елфимова И.Ф. Методический подход к формированию оптимальной структуры финансовых ресурсов предприятия // Экономинфо. 2014. № 22. С. 44 - 47.

2 Елфимова И.Ф. Стратегические аспекты слияния и поглощения компаний // В сборнике: Проблемы управления и организации производства в условиях инновационной экономики межвузовский сборник научных трудов. Воронежский государственный технический университет. Воронеж, 2008. С. 19 - 23.

3 Лукичева Л.И. Эволюция структур управления предприятиями, ориентированными на развитие интеллектуального капитала как ключевого фактора конкурентоспособности / Лукичева Л.И., Шкарупета Е.В., Егорычева Е.В., Щетинина И.В. // Организатор производства. 2013. № 2 (57). С. 56 - 61.

4 Родионова В.Н. Диагностика производственных систем : учебное пособие / ГОУВПО "Воронежский гос. технический ун - т" ; [В. Н. Родионова и др.]. Воронеж, 2007.

5 Родионова В.Н. Организационно - экономическое обеспечение устойчивости производственной системы / В. Н. Родионова, Д. М. Шотыло ; Международная акад. науки и практики орг. пр - ва, ГОУ ВПО "Воронежский гос. технический ун - т". Воронеж, 2010. Сер. Серия "Теория и практика организации промышленного производства"

6 Родионова В.Н. Стратегический менеджмент : Учеб. пособие / В.Н. Родионова, Н.В. Федорова, А.Н. Чекменев. Москва, 2003. Сер. Шпаргалка

7 Родионова В.Н., Коваленко Ю.С. Основные тенденции развития организации производства // Организатор производства. 2012. Т. 54. № 3. С. 11 - 14.

8 Родионова В.Н., Туровец О.Г. О функциональном и процессном подходах к организации производства // Организатор производства. 2009. Т. 43. № 4. С. 11 - 14.

9 Туровец О.Г. Понятие и методы оценки интеллектуального капитала / Туровец О.Г., Шкарупета Е.В. // Организатор производства. 2007. № 1. С. 72 - 75.

10 Шкарупета Е.В. Интегрированные промышленные структуры воронежской области / Шкарупета Е.В., Шевцов Е.Д. // Организатор производства. 2009. Т. 43. № 4. С. 95 - 97.

11 Шкарупета Е.В. Методологические и методические основы технического развития предприятий машиностроительного комплекса воронежской области // Экономинфо. 2015. № 24. С. 63 - 66.

12 Шкарупета Е.В. Организационно - экономический механизм управления знаниями в социально - экономических системах : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Воронежский государственный технический университет. Воронеж, 2008

13 Шкарупета Е.В. Понятие и современное состояние высокопроизводительных рабочих мест в воронежской области // Вестник Воронежского государственного технического университета. 2014. Т. 10. № 2. С. 80 - 83.

14 Шкарупета Е.В. Практические основы научно - технологического развития наукоемкого производства // Организатор производства. 2013. № 4 (59). С. 19 - 22.

15 Шкарупета Е.В. Современные особенности технического развития предприятий машиностроительного комплекса с использованием интеллектуального потенциала // Наука Красноярья. 2015. № 5 (22). С. 120 - 132.

16 Шкарупета Е.В. Сущность технического развития предприятий машиностроительного комплекса // Организатор производства. 2015. № 4 (67). С. 48 - 56.

17 Шкарупета Е.В. Формирование и реализация механизма управления знаниями : монография / Е. В. Шкарупета ; ГОУВПО "Воронежский гос. технический ун - т". Воронеж, 2010.

18 Шкарупета Е.В. Форсайт как инструмент стратегического управления модернизацией в экономических системах // Вестник Воронежского государственного технического университета. 2012. Т. 8. № 10 - 1. С. 108 - 111.

19 Шкарупета Е.В. Фрактальные организации в условиях экономики знаний / Шкарупета Е.В., Смышляев В.А. // Вестник Воронежского государственного технического университета. 2012. Т. 8. № 7 - 1. С. 14 - 17.

© И.А. Шишкин, 2016

**УДК 336.025**

**Э.В.Яндай - оол**

студент 3 курса, очной формы обучения, направление «Экономика»  
РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Москва, РФ

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ В РОССИИ**

Обеспечение полного и устойчивого сбора налогов и других обязательных платежей является важнейшим условием стабилизации финансовой системы государства. Решение этой задачи связывается в настоящее время с налоговым администрированием. В России термин “налоговое администрирование” был введен в теорию и методологию налоговых отношений с переходом на рыночную экономику.

Налоговое администрирование – это динамически развивающаяся система управления налоговыми отношениями, координирующая деятельность налоговых органов в условиях рыночной экономики. Его можно рассматривать как своеобразный механизм управления в налоговой сфере. Целью налогового администрирования является достижение

оптимального соотношения фискальной и распределительной функций налогов в налоговой системе страны при минимальных затратах на его осуществление [1, с. 18]. При этом основными задачами налогового администрирования на макроуровне являются:

- анализ макроэкономических процессов налогообложения и выработка исходных данных для прогнозирования их развития;
- оценка отклонения фактических значений макропоказателей от прогнозируемых и выявление их причин;
- концептуальная и детальная разработка налогового законодательства.

В свою очередь основными задачами налогового администрирования на микроуровне являются:

- контролирование принимаемых налоговых законов;
- обеспечение повседневной деятельности налоговых органов по мобилизации налогов и сборов;
- разработка и реализация организационных мероприятий, повышающих эффективность функционирования налоговых органов.

Система налогового администрирования, как и любая система управления, состоит из субъекта управления – организационно - правовой системы административных органов с их правами и обязанностями по отношению к объекту управления – налогоплательщикам. Предметом налогового администрирования являются налоговые отношения. Налоговое администрирование как система управления налоговыми отношениями включает в себя: налоговое планирование, учет и отчетность, налоговый контроль, налоговое регулирование.

Налоговый контроль в системе налогового администрирования имеет основную цель – противодействие уходу от налогов и обеспечение стабильных поступлений в доходы бюджетов всех уровней. С учетом этого предметом налогового контроля является своевременность и полнота уплаты налогов и сборов организациями и физическими лицами. В свою очередь налоговый контроль является частью финансового контроля, который имеет такие основные формы, как ревизия, проверка и надзор [7, с. 225].

Налоговое регулирование направлено на достижение баланса общественных, корпоративных и личных экономических интересов участников налоговых отношений. Оно с одной стороны нацелено на финансовое обеспечение общественных интересов путем формирования необходимых на эти цели поступлений в бюджеты всех уровней. С другой стороны, оно должно стимулировать воспроизводственные процессы бизнеса, который и является базой для решения первой задачи.

Вопросы формирования и совершенствования налоговой политики России в настоящее время приобретают особое значение. Реформы в этой сфере продолжаются уже довольно длительное время, на эти цели направляются значительные ресурсы; между тем полезный эффект от этой деятельности представляется, по меньшей мере, спорным.

Во - первых, практика не доказала правомерность выбора в качестве образца принятой в западных странах модели налоговой системы, основанной на высоком обложении доходов наемных работников и на замене основных косвенных налогов налогом на добавленную стоимость. Общая сумма этих налогов, входящих в состав текущих затрат и инвестиционных расходов предприятий [12, с. 61], делают большинство отраслей перерабатывающей промышленности России неконкурентоспособными не только на внешних, но и на российском рынке.

Во - вторых, по общему размеру налогового бремени (доля налогов ВВП) Россия ориентируется на “налого - перегруженные” развитые страны, в то время как реально на мировых рынках мы конкурируем на развивающимися странами, в которых производство (и заработная плата наемных работников) несет значительную меньшую налоговую нагрузку.

В - третьих, весь доход реформирования налоговой системы нашей страны характеризуется крайней непоследовательностью и нестабильностью, попытками неоднократно менять уже принятые решения, вводить новые налоговые режимы “задним числом” и т.д. [8, с. 51]. Такую ситуацию инвесторы во всем мире однозначно определяют, как неблагоприятную для новых вложений, и при наличии такой общей оценки даже предложения каких - то особых льгот или стимулов уже не могут восприниматься всерьез. Бурное развитие информационных технологий и современных средств связи позволяет не только резко повысить эффективность налоговой работы, но и радикально изменить роль налогового механизма в целом. Учитывая опыт наиболее развитых стран мира, правильное использование новых возможностей позволяет наряду с налоговыми органами решать и другие задачи государственного управления. В частности, речь идёт о проведении:

- 1) Модернизации всей системы налогового контроля;
- 2) Унификации учета и регистрация граждан и предприятий;
- 3) Создание единого механизма по учету налоговых обязательств и взысканию долгов;
- 4) Централизации финансовых отношений граждан с бюджетной системой.

В целях создания надежной аналитической базы для оперативного мониторинга налоговой политики в РФ можно предложить следующее:

- сформулировать блок налоговой статистики, закрепив его введение за одним ведомством (налоговой службы);
- объединить всю налоговую работу по всем видам налогов, включая платежи по системе социального страхования, в рамках единого налогового ведомства.

Учитывая опыт зарубежных стран и стремительное развитие компьютерных технологий, следует расширить компетенцию этого налогового ведомства в части введения паспортного и имущественного учета населения; учета и регистрации объектов недвижимости [4, с. 761]; осуществления всех функций по взысканию долгов от имени государства и т.д. Необходимо отметить, что среди поставленных целей и задач по совершенствованию налогового администрирования необходимо:

- снижать общий объем налоговой нагрузки в стране по мере соответствующего сокращения обязательств государства в области бюджетных расходов;
- обеспечивать большую справедливость российской налоговой системы по отношению к налогоплательщикам, находящимся в различных экономических условиях (в частности, ликвидировать ситуации, при которых одни налогоплательщики несут полное налоговое бремя, а другие уклоняются от налогов законными и незаконными методами);
- повышать уровень нейтральности налоговой системы по отношению к экономическим решениям фирм и потребителей (налоги должны вносить минимум искажений в систему относительных цен, в процессы формирования сбережений, в распределении времени между досугом и работой [13, с. 61]). Таким образом, неспособность государства на протяжении многих лет решать назревшие проблемы создания справедливой налоговой системы и реального облегчения налоговой нагрузки на законопослушных

налогоплательщиков стала одной из главных причин развития теневой экономики, массового бегства капиталов за пределы территории РФ, отсутствия полномасштабных иностранных инвестиций в экономику страны.

### Список использованной литературы

1. Ахмадеев Р.Г., Короткова Е.М. Трансфертные операции в системе аффилированных компаний // European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук). №5. 2015. С. 13 - 19
2. Ахмадеев Р.Г., Росса А.А. Опыт реформирования налогообложения недвижимости в Китае // РОССИЯ И КИТАЙ: история и перспективы сотрудничества: материалы IV междунар. научно - практической конф. / отв. ред.: Д.В. Буяров, Д.В. Кузнецов. Благовещенск: Изд - во БГПУ (Благовещенск). 2014. С. 143 - 146
3. Ахмадеев Р.Г. Пошлина: акцент на гармонизацию // Основные направления экономического, правового и социально - культурного развития в современной России: материалы 9 - й междунар. научно - практической конф.: в 2 частях / отв. ред. А.А. Власов. Москва: Изд - во РУДН. 2013. С. 7 - 12
4. Быканова О.А. Исследовательская деятельность в рамках обучения финансовой грамотности социально - ориентированной молодежи // Молодой ученый. 2015. №22. С. 760 - 762
5. Быканова О.А., Филиппова Н.В. Экономическое мышление и финансовая грамотность как составные элементы в рамках профориентационной деятельности и программы привлечения талантливых представителей молодежи на образовательные программы экономического вуза // Образование и воспитание. 2015. № 3 (3)
6. Горина Г.А., Ахмадеев Р.Г. Страховые взносы совершенствуются, но проблемы остаются // Вестник Российского государственного торгово - экономического университета (РГТЭУ). Москва. №5. 2011. С. 41 - 48
7. Косов М.Е., Ахмадеев Р.Г. Расходы на научные исследования: налоговые послабления // Вестник Московского университета МВД России. №2. 2015. С. 224 - 229
8. Косов М.Е. Проблемы развития системы налогового контроля и пути их решения // Вестник Российского государственного торгово - экономического университета. №11 (48). Москва. 2010. С. 47 - 53
9. Косов М.Е. Развитие теории формирования реального валютного курса // Актуальные проблемы современной науки. №3 (42). Москва. 2008. С. 39 - 43
10. Косов М.Е. Роль дисфункции государства в формировании негативной динамики экономических отношений // Центр инновационных технологий и социальной экспертизы: электронный научный журнал. №1 (1). Москва. 2015. С. 12
11. Косов М.Е. Роль инновации в динамике экономических отношений // Интеллект. Инновации. Инвестиции. №1. Оренбург. 2015. С. 51 - 56
12. Косов М.Е. Экономические зоны России: проблемы и особенности налогового регулирования // Теоретические и прикладные аспекты современной науки: сборник научных трудов по материалам VIII Международной научно - практической конференции 27 февраля 2015 г. Часть VII. Белгород. 2015. С. 58 - 65

13. Косов М.Е., Ягудина, Э.В. Реформирование налога на прибыль - шаг навстречу развитию малого инновационного бизнеса // Финансы и кредит. №47 (527). Москва. С. 57 - 62

© Яндай - оол Эрес 2016

УДК 339.13

**В.А.Яллай**

к.э.н., доцент, ПсковГУ, факультет  
экономики и финансов Г. Псков, РФ  
E - mail: jva6570@mail.ru

## **СОЦИАЛЬНО - ЭТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ НЕЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ**

Современный потребитель настолько избалован изобилием всевозможных товаров и услуг, а его сознание настолько забито разнообразными брэндами, которые компании всеми мыслимыми и немыслимыми путями пытаются «вбить» ему в голову, что маркетолог должен прилагать невероятные усилия, чтобы «пробиться» к сознанию потребителя. С каждым годом работа маркетолога усложняется, и ему приходится становиться все хитрее и изощреннее, так как потребитель получает такой поток информации, с которым он не может справиться, а потому на подсознательном уровне появляется «стена», которая ограждает его от этого огромного потока. Задача маркетолога заключается в том, чтобы пробить эту стену и достучаться до покупателя, поэтому на каждом шагу встречаются реклама, скидки, акции, программы лояльности и многие другие уловки, на которые идут маркетологи, чтобы заполучить своего потребителя и тем самым увеличить прибыль компании.

С другой стороны, многим из этих маркетинговых инструментов присущ скорее краткосрочный характер. Поэтому для того чтобы устоять в жесткой конкурентной борьбе, только этого недостаточно. Особенно это ощутимо в тех сферах деятельности, где по каким - либо причинам нет возможности реализовать ценовую конкуренцию. В этом случае большое значение имеет неценовая конкуренция, которая предполагает превосходство над конкурентами не по цене, а по качеству продукции, ее надежности и наличию более совершенных потребительских свойств.

Очевидно, что все эти инструменты окажутся бесполезными, если компания не будет иметь поддержки со стороны общественности. Для того чтобы фирма существовала и процветала, она должна быть одобрена обществом, должна быть признана им. Поэтому все больше компаний стараются использовать в своей практике концепцию социально - этического маркетинга. Котлер говорит так о концепции социально - этического маркетинга [1]: «Концепция социально - этического маркетинга утверждает, что задачей организации является установление нужд, потребностей и интересов целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными (чем у



конкурентов) способами с одновременным сохранением и укреплением благополучия потребителя и общества в целом».

Поскольку потребителей все больше начинают волновать глобальные проблемы и благосостояние общества в целом, для фирмы очень важно разделять эту их позицию. Компанию, которая гонится только за прибылью и ничем не желает помочь обществу, ждут нелегкие времена. Ведь, по сути,

общество дает разрешение каждой компании на существование. **И** если **оно** сочтет, что деятельность какой - либо фирмы не приносит никакой пользы, **либо** вообще вредит экологии и здоровью людей, либо просто нечестно ведет себя **по** отношению к потребителям, завышая цены и преподнося неверную информацию, то такой компании не продержаться долго на рынке. Поэтому взамен на это разрешение компания должна заботиться о благе общества и внедрять у себя устойчивость в пяти измерениях: экономическом нравственном, этическом, экологическом **и** социальном.

Проблема в том, что далеко не все компании осознают, что такой подход хорош. Ведь приносить добро - это не только правильно, но еще и прибыльно. Потребители с большой готовностью предпочтут тот брэнд, который стремится сделать окружающий мир лучше. Добрая репутация поможет выделиться компании среди конкурентов, вне зависимости от сферы ее деятельности, и встать на путь устойчивого развития. Все это приведет к увеличению прибыли и стабильности ее получения.

Для того чтобы выделить социально ответственные компании из числа остальных, в Беларуси ежегодно проводится профессиональный конкурс «Брэнд года», где в отдельную номинацию выделен социально ответственный брэнд. Даже участие в номинации «социально ответственный брэнд» дает хорошее конкурентное преимущество для компаний, не говоря уже о победителях, которые получают эксклюзивное право нанесения логотипа и медали на все товарные образы в течение года [2]. Данная номинация позволяет потребителям узнать, какие компании стремятся улучшить жизнь и благосостояние общества и какие из них стоит поддерживать, покупая их товары и услуги.

С другой стороны, не обязательно быть участником этого конкурса, чтобы общество признало вашу компанию и поддерживало ее. В современном мире есть множество способов донести о вашей деятельности на благо обществу: разнообразные СМИ, социальные сети, Интернет, PR - акции и многое другое. Важно, чтобы целью компании было строить новый мир и новое общество, которые будут лучше, чем в настоящее время. Но главное, чтобы эта цель была искренней и правдивой, ибо рано или поздно потребитель все равно узнает о настоящих намерениях компании и тогда уже ей точно не остаться на рынке.

### Список использованной литературы

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. Пер. с англ. — М - Издательский дом «Вильямс», 2007. — 656 с.
2. Лебедев, А. Н. Личность в системе маркетинговых коммуникаций / А. Н. Лебедев, О. В. Гордякова; Российская акад. наук, Ин - т психологии. - Москва: Институт психологии РАН, 2015. - 302 с.
3. Профессиональный конкурс «Брэнд года». [Электронный ресурс] / Центр системных бизнес - технологий - Электрон, дан. - Режим доступа: URL: <http://ww.vv.bestbrand.by/sobbrand/>, свободный - Загл.

© В.А. Яллай, 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Э.Б.Адельсеитова, А.В.Сильченко ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА СОТРУДНИКОВ И НАЗНАЧЕНИЕ СТИМУЛИРУЮЩИХ ВЫПЛАТ	6
Э.Б.Адельсеитова, А.А.Бекиров ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	7
А.В.Акатьев СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА «СБЫТ» С ПОМОЩЬЮ РЕИНЖИНИРИНГА БИЗНЕС – ПРОЦЕССОВ	9
Т.А.Акобян МЕТОДОЛОГИЯ ДОХОДНОГО ПОДХОДА К ОЦЕНКЕ СТОИМОСТИ АГРОБИЗНЕСА: ВЫБОР МЕТОДА ОЦЕНКИ	11
С.Н.Яшин, А.Э.Амбарцумян, Е.Н.Кульгина МЕХАНИЗМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ	14
Е.К.Пиливанова, Е.Ю.Андреева ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ РОСТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	16
Баярсайхан Анужин, Эрдэнэбат Буртгулжин ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ КОМПАНИЙ В РОССИИ	20
Д.Г. Асадуллин ПРОБЛЕМА ЗАНЯТОСТИ ВЫПУСКНИКОВ С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ	24
Д.П.Бабанакова ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В ВЕРТИКАЛЬНО ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУРАХ	27
Ю.А. Безруких, А.С. Цыганкова, М.Д. Пильчук ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	30
Ю.А. Безруких, А.С. Цыганкова, М.Д. Пильчук ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРЕМИРОВАНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	33

Ю.А. Безруких, А.С. Цыганкова ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ (КОРРЕЛЯЦИОННО - РЕГРЕССИОННЫЙ АНАЛИЗ)	35
С.С. Бойко МЕНЕДЖМЕНТ ПРОИЗВОДСТВА. РАСЧЁТ ПОКАЗАТЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ПРОЦЕССАМИ	37
Е.С. Борзых ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ	42
А.А. Борисов ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КОМАНДЫ	45
С.А. Васнев, Н.Н. Васнева ТРУДОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ЗАНЯТОСТЬ: ПРОБЛЕМА НОВЫХ ФОРМ И СТАНДАРТОВ	47
М.Ю. Вахрушева К ВОПРОСУ О СТИМУЛИРОВАНИИ ТРУДА ПЕРСОНАЛА: СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ КРІ	53
А. А. Веселов СОВРЕМЕННЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ БАНКОВ	55
М.А. Войтова, Л.К. Улыбина СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЦЕССА В СТРАНАХ - ЧЛЕНАХ ЕАЭС: ГАРМОНИЗАЦИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА	57
М.А. Войтова, О.А. Герасименко ПРОЦЕДУРА САНАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ	61
С.Н. Белоусова, А.С. Волкова РОЛЬ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА	69
Н.Л. Володина, Т.В. Щеголева ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА	71
С.П. Выводцева ОБОСНОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	73
Ю.Р. Газизова, Шматко Сергей Геннадьевич АВТОМАТИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ	76

В.А.Гладилин ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ, ТРАЕКТОРИИ РОСТА ТУРИСТСКО - РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ СЕВЕРО - КАВКАЗСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЙОНА (НА ПРИМЕРЕ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ)	80
В.А.Гладилин АНАЛИЗ, ПРОБЛЕМАТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕВЕРО - КАВКАЗСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЙОНА	82
А.В.Гладилин СТАТИСТИЧЕСКИЕ ОЦЕНКИ СПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	84
А.В.Гладилин РАЗВИТИЕ АПК СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ: ИННОВАЦИИ И ИНВЕСТИЦИИ	86
А.Н.Голуб, А.Н.Короткова, В.С.Глухова ФИНАНСОВЫЙ АУТСОРСИНГ	89
З.Ш.Назарова ОРГАНИЗАЦИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА	92
Е.А.Гроздева, Д.Ю.Панченко АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ВИНОДЕЛЬЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ	95
И. Э. Гурр ОРГАНИЗАЦИОННО - МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВРУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ВНУТРЕННЕГО ВОДНОГО ТРАНСПОРТА	98
Л.Ю. Дажаева, А.К. Мартазанов РОЛЬ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ, КАК ИНСТРУМЕНТА СТАБИЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА	101
Д.К. Деревенец, В.В. Бондарева ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СОСТАВЛЕНИЕ ТЕХНИЧЕСКИХ ПАСПОРТОВ И ТЕХНИЧЕСКИХ ПЛАНОВ: АКТУАЛЬНОСТЬ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	105
Д.К. Деревенец, А.А. Игумнова ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ	108

Д.К. Деревенец, Е.А. Шейкина ПРАВОВОЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЗЕМЕЛЬНОГО НАДЗОРА	111
М.В.Егорова ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ САХА ЯКУТИЯ	114
К.А.Ермолаева РИСКИ ПРИ СОТРУДНИЧЕСТВЕ С ФИРМАМИ ОДНОДНЕВКАМИ	116
Н.В. Жеглова ФОРМИРОВАНИЕ ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНОГО ВЫВОДА ПО РЕЗУЛЬТАТАМ КОМПЛЕКСНОЙ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАДЕЖНОСТИ МАЛЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	119
А.И. Жердева, А.С. Немирова ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРОИЗВОДСТВА ФИРМЫ - ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТОНЦИАЛА ФИРМЫ И ЕЕ ВНУТРЕННИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ РЫНКА	123
С. С. Затонская БУХГАЛТЕРСКИЙ И НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ В ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	128
И.М.Захарова УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ИННОВАЦИОННО - ОРИЕНТИРОВАННОЙ КОМПАНИИ	130
Л.Е.Зернова, Григорян Нарек ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ НА РЫНКЕ РОЗНИЧНЫХ УСЛУГ	132
Л.Е.Зернова, А.А.Агузова АНАЛИЗ СИСТЕМ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ	134
Zernova Ludmila Evgenievna, Plyina Svetlana Ivanovna SOCIAL COMPONENT TO THE ACTIVITIES OF COMMERCIAL BANKS	136
С.Б. Ильяшенко СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ	138
А.А. Астахов, А.А. Мельникова ДИСТАНЦИОННОЕ БАНКОВСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В РОССИИ	141
Ю.А. Калиничева, А.А. Калиничев ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ РИСК МЕНЕДЖМЕНТА	144

Ю.А. Калиничева, А.А. Калинин МЕТОДЫ РИСК - МЕНЕДЖМЕНТА, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ	146
Ю.А. Калиничева, А.А. Калинин ЦЕЛИ И ФУНКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ	147
Ю.В.Калиниченко АНАЛИЗ РЫНКА ИНТЕРНЕТ ПЛОЩАДОК	149
Карасева Саяд Акиф Кызы ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕГИОНЫ РОССИИ	153
Карасева Саяд Акиф Кызы ТУРИСТСКО - РЕКРЕАЦИОННЫЙ КЛАСТЕР, ИННОВАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА. (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ)	155
Т.Н. Карлина, С.В.Зайцев ПУТИ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО АВИА РЫНКА	157
Т.Н. Карлина, А.С.Аксёнова РЕФОРМИРОВАНИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В РОССИИ	160
А.В. Карцева, Н.А.Чуваткина, Т. Н. Гуськова ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЭКОНОМИКЕ	163
Т.А. Кашникова ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ИМПОРТНЫХ ТОВАРОВ	169
М.И.Китиева, М.А.Орцханова, М.У.Кодзоев АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ В РЕГИОНЕ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ИНГУШЕТИЯ	171
Р.В. Клюев ВНУТРЕННИЕ И ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РИСКА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	174
М.Ф. Кобылатова, А.Е. Плужников РОЛЬ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ В ПРОЦЕССЕ ПЕРЕХОДА К ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ	177
М.Ф. Кобылатова, Р.А. Хачиров НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА	179
К.В. Кондратьева ЗНАЧЕНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	181

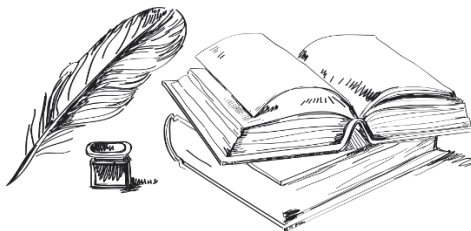
В. Л. Котов СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ МАЛЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ	184
А.В. Крутов ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАУКИ	187
И.В.Кулак ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ПО АНАЛИЗУ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	190
Е.Н. Куц, А.Е. Плужников СУЩНОСТЬ НАЛОГОВЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ	194
Е.Н. Куц, Р.А. Хачиров СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЯ НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ	196
М.В. Ломакина СТРАХОВАНИЕ РИСКОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКСПОРТЕРОВ В РОССИИ	197
А.Т. Макарова, П.В.Евсеев ПРОБЛЕМЫ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ	201
Д.Д.Макарова ИНТЕРНЕТ - ТЕХНОЛОГИИ: РОЛЬ И МЕСТО В РАЗВИТИИ БАНКОВСКИХ УСЛУГ	205
Д.С. Максименкова ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА И АНАЛИЗА МАТЕРИАЛЬНО - ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ И ИХ ОЦЕНКА В УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКЕ ОРГАНИЗАЦИИ	207
А.Ю.Меерсон, Е.И.Смирнова ОБ ОПЫТЕ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ТЕОРИИ ИГР ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ЖКХ	209
Е.А.Минеева СУБЪЕКТНЫЙ СОСТАВ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА СТРАХОВЫХ УСЛУГ	212
Н.С. Кривошеина, А.Г. Моисеева АНТИКРИЗИСНАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ВОПРОСАХ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО - РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА	214
И.А. Морозов ТРУДНОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЗАЁМНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	217

А. И. Нафикова ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА, ЕГО МЕСТО В СТРУКТУРЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ	219
Г.З. Низамова, А.В. Маланина ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕФТЕГАЗОВОЙ КОМПАНИИ С УЧЕТОМ ФАКТОРОВ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И РИСКА	220
Э.Г. Осипова ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОПТИМАЛЬНЫХ ТАРИФОВ МАКСИМИЗИРУЮЩИХ ПРИБЫЛЬ ТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПРИМЕРЕ ГУП «БАШАВТОТРАНС» РБ	226
А.С.Пестровская СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ	228
А.А.Земскова, О.С.Козадаева РОЛЬ РУКОВОДИТЕЛЯ В ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И СОЗДАНИИ БЛАГОПРИЯТНОГО СОЦИАЛЬНО - ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА	231
О.В. Прохорова КОМПОНЕНТ СТРУКТУРЫ ОРГАНИЗАЦИОННО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ – СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА	233
Ю.С.Путрик, А.И.Науменко ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФОТОТУРИЗМА В РОССИИ	236
И.В.Сенаторов СТРАХОВАНИЕ ЭМИТЕНТОВ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ	239
М. А. Солдатов, А. А. Запорожец, О. С. Шепко ИННОВАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТАРИЙ МАРКЕТИНГА, ПОНЯТИЕ БРЕНДИНГА	241
А.С. Соснин, Е.С. Бородина, М.П. Тюрин РАБОТА ТУРБИН В МОТОРНОМ РЕЖИМЕ (БЕЗПАРОВОМ)	249
А.Е.Софронова, П.В.Евсеев СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)	251
Е.В. Стрельников СИСТЕМОЛОГИЯ ИДЕНТИФИКАЦИИ РИСКОВ ССУДНОГО РЫНКА	253
Ж.М. Темукуева, М.Х. Бозаев ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОДГОТОВКИ ДОКУМЕНТАЦИИ К АУКЦИОНАМ ДЛЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛОЩАДОК	255



В.К.Терзиев, Е.Н.Стойнов ОБЩАЯ СТРАТЕГИЯ БУДУЩЕГО, УТВЕРЖДЕННАЯ ВСЕМИ ЕВРОПЕЙСКИМИ ПУБЛИЧНЫМИ СЛУЖБАМИ ЗАНЯТОСТИ	257
В.К.Терзиев, Е.Н.Стойнов СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ, КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ	270
Р.Т.Тимакова ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ТУРЫ НА УРАЛЬСКОЙ ЗЕМЛЕ	277
Г.Ф. Токарева ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЙ СЕКТОР ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ: АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	283
Н.М.Тюкавкин УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ	285
А.Ф.Умеров РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ	293
А.Ф.Умеров КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО - ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК СЛОЖНЫХ СИСТЕМ	297
Р.Р.Абкадыров, В.И.Ушакова ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МОТИВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКИМ БИЗНЕСОМ	302
Е.В. Фёдорова, Л.А. Матюхина РОЛЬ ФРАНЧАЙЗИНГА В ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ	306
Л.С.Филагова ИСЖ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ИЗМЕНЕНИЯ УРОВНЯ СТОИМОСТИ ЖИЗНИ	309
М.Н. Харитонова ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ	312
М.А. Хачатрян СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ	313
О.С.Хлусова, Р.С.Омерова СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКИМИ РИСКАМИ В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ	315

О.С.Хлусова, В.А.Шпарага ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ДО ООО «ПРОМИНСТРАХ» Г. НОВОРОССИЙСК	319
А.Г.Чура ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ	330
Е.А. Шарипова АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ ФОРМИРОВАНИЯ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ	332
Р.А. Шириязданова АНАЛИЗ СТРАХОВОГО РЫНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	334
И.А. Шишкин МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ ПРИОРИТЕТНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ И ПРОБЛЕМ НАУКОЕМКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	338
Э.В.Яндай - оол СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ В РОССИИ	340
В.А.Яллай СОЦИАЛЬНО - ЭТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ НЕЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ	344



## **УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!**

**Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях проводимых нашим центром.**

Форма проведения конференций: заочная, без указания формы проведения в сборнике статей;

По итогам конференций издаются сборники статей. Сборникам присваиваются соответствующие библиотечные индексы УДК, ББК и международный стандартный книжный номер (ISBN)

**Всем участникам высылается индивидуальный сертификат участника, подтверждающий участие в конференции.**

В течение 10 дней после проведения конференции сборники статей размещаются на сайте [aeterna-ufa.ru](http://aeterna-ufa.ru), а также отправляются в почтовые отделения для осуществления рассылки. Рассылка сборников производится заказными бандеролями.

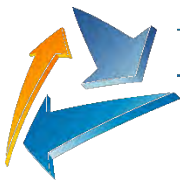
**Сборники статей размещаются в научной электронной библиотеке [elibrary.ru](http://elibrary.ru) и регистрируются в наукометрической базе **РИНЦ** (Российский индекс научного цитирования)**

Стоимость публикации от 130 руб. за 1 страницу. Минимальный объем - 3 страницы

С информацией и полным списком конференций Вы можете ознакомиться на нашем сайте [aeterna-ufa.ru](http://aeterna-ufa.ru)

**Научно-издательский центр «Аэтерна»**

<http://aeterna-ufa.ru> +7 (347) 266 60 68 \_\_\_\_\_ [info@aeterna-ufa.ru](mailto:info@aeterna-ufa.ru)



# ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА

ISSN 2410-6070

**Свидетельство о регистрации СМИ – ПИ №ФС77-61597**

**Договор о размещении журнала в НЭБ (РИНЦ, [elibrary.ru](http://elibrary.ru))**

**№103-02/2015**

**Договор о размещении журнала в "КиберЛенинке" ([cyberleninka.ru](http://cyberleninka.ru))**

**№32505-01**

## **УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!**

**Приглашаем Вас опубликовать результаты исследований в  
Международном научном журнале «Инновационная наука»**

Журнал «Инновационная наука» является ежемесячным изданием. В нем публикуются статьи, обладающие научной новизной и представляющие собой результаты завершенных исследований, проблемного или научно-практического характера.

Периодичность выхода: 1 раз месяц. Статьи принимаются до 12 числа каждого месяца. В течение 20 дней после издания журнал направляется в почтовые отделения для осуществления рассылки.

Журнал размещён в научной электронной библиотеке **elibrary.ru** и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования)

**Научно-издательский центр «Аэтерна»**

<http://aeterna-ufa.ru>

+7 (347) 266 60 68

[science@aeterna-ufa.ru](mailto:science@aeterna-ufa.ru)

Научное издание

# **ИНСТРУМЕНТЫ И МЕХАНИЗМЫ СОВРЕМЕННОГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ**

**Сборник статей  
Международной научно - практической конференции  
25 марта 2016 г.**

В авторской редакции

Подписано в печать 29.03.2016 г. Формат 60x84/16.  
Усл. печ. л. 15,30. Тираж 500. Заказ 398.

**Отпечатано в редакционно-издательском отделе  
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА «АЭТЕРНА»  
450076, г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2  
<http://aeterna-ufa.ru>  
[info@aeterna-ufa.ru](mailto:info@aeterna-ufa.ru)  
+7 (347) 266 60 68**