электронное периодическое издание

ЭКОНОМИКА и социум

ISSN 2225-1545
№ 10(29)-2016

ЭЛЕКТРОННОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ
ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ

«Экономика и социум»

http://www.iupr.ru

ISSN 2225-1545

УДК 004.02:004.5:004.9

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

ББК 73+65.9+60.5

Редакционный совет:
Зарайский А.А., доктор филологических наук, профессор,
СмирноваТ.В., доктор социологических наук, профессор,
Федорова Ю.В., доктор экономических наук, профессор,
Плотников А.Н., доктор экономических наук, профессор,
Постюшков А.В., доктор экономических наук, профессор,
Долгий В.И., доктор экономических наук, профессор,
Тягунова Л.А., кандидат философских наук, доцент
Отв. ред. А.А. Зарайский

Выпуск № 10(29) (октябрь, 2016). Сайт: http://www.iupr.ru

© Институт управления и социально-экономического развития, 2016

ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ

Khadartseva L. S.
Doctor of pedagogical Sciences, Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation, Vladikavkaz branch
Cherkasova V. G.
Student
Financial University under the Government of the Russian Federation, Vladikavkaz branch

THE ORGANIZATION OF PETROLEUM EXPORTING COUNTRIES (OPEC)

Annotation: The main purpose of this text is to outline the main information about one of the most influential organizations in the world. In accordance with its Statute, the task of the Organization of the Petroleum Exporting Countries (OPEC) is to organize, direct and unify the petroleum policies of its Member Countries and guarantee the stabilization of oil markets in order to protect an well-organized, profitable and regular supply of petroleum to consumers, a steady income to producers and a reasonable return on capital for those investing in the petroleum industry.

Key words: the Organization of the Petroleum Exporting Countries, OPEC, petroleum policies, oil trade, oil price, OPEC policies

The Organization of the Petroleum Exporting Countries (OPEC) is a permanent, intergovernmental organization, created at the Baghdad Conference on September 10–14, 1960 by Algeria, Ecuador, Indonesia, Iran, Iraq, Kuwait, Libya, Nigeria, Saudi Arabia, United Arab Emirates and Venezuela. As of July 2016, OPEC's members are Algeria, Angola, Ecuador, Gabon, Indonesia, Iran, Iraq, Kuwait, Libya, Nigeria, Qatar, Saudi Arabia (the de facto leader), United Arab Emirates, and Venezuela. Two-thirds of OPEC's oil production and reserves are in its six Middle Eastern countries that surround the oil-rich Persian Gulf. Their combined rate of oil production represents 43 percent of the world's total in 2015, and they accounted for 73 percent of the world's "proven" oil reserves, including 48 percent from six Middle Eastern members. Since the 1980s, representatives from Egypt, Mexico, Norway, Oman, Russia, and other oil-exporting nations have attended many OPEC meetings as observers

The initial aim of this organization was to co-ordinate the terms of sales and to establish the price of crude oil.

Due to the fact that OPEC controls nearly half of the world's oil trade, it can drastically affect the level of world prices. The share of the oil cartel, which was registered in 1962 in the United Nations as a complete intergovernmental organization, accounts for about 40% of world oil production. According to current estimates, more than 80% of the world's confirmed crude oil reserves are located in OPEC Member Countries, with the mass of OPEC oil reserves in the

Middle East, amounting to 65% of the OPEC total.

OPEC Member Countries have made significant additions to their oil reserves in recent years, for example, by adopting best technologies in the industry, realizing intensive explorations and enhanced recoveries. As a result, OPEC's proven oil reserves currently stand at 1,213.43 billion barrels

OPEC's stated mission is "to coordinate and unify the petroleum policies of its member countries and ensure the stabilization of oil markets, in order to secure an efficient, economic and regular supply of petroleum to consumers, a steady income to producers, and a fair return on capital for those investing in the petroleum industry.[1]

Coordination and unification of the petroleum policies of the member states

- Determination of the most effective individual and collective means of protection of their interests
- Ensuring price stability in the world oil markets
- Attention to the interests of the oil-producing countries and the need to ensure:

a) sustainable income oil-producing countries;
b) efficient, cost-effective and regular supply of consumer countries;
c) fair returns on investment in the oil industry;
d) environment protection.

- Cooperation with OPEC-member countries in order to implement initiatives to stabilize the world oil market.

Membership can be granted only to the members of the founding countries or to those whose applications have been approved by the conference. Any other country, that is exporting significant amounts of crude oil and has the same interests with the member countries, may become a full member, provided that this decision is approved by a majority of 3/4 of votes, including the votes of all the founding members. It is notable that some of the world's largest oil producers, including Russia, China and the United States, are not members of OPEC

The organizational structure of OPEC.

The supreme authority of the OPEC is the OPEC Conference, and also the Board of Directors, in which each country is represented by one delegate. The OPEC Conference consists of delegations normally headed by the oil ministers of member countries. The chief executive of the organization is the OPEC Secretary General. Now the 28-th Secretary General of the OPEC is Mohammed Sanusi Barkindo (born 1959, Yola, Nigeria). He has been appointed to a three-year term as Secretary General of OPEC with effect from 1 August 2016. He previously served as Acting Secretary General during 2006, represented Nigeria on OPEC's Economic Commission Board during 1993–2008, led the Nigerian National Petroleum Corporation during 2009–2010, and has headed Nigeria's technical delegation to UN climate negotiations since 1991.

The Conference as a rule meets at the Vienna headquarters, no less than

twice a year and in additional extraordinary sessions when needed. It generally operates on the principles of unanimity and "one member, one vote", with each country paying an equal membership fee into the annual budget.[5] However, since Saudi Arabia is by far the largest and most-profitable oil exporter in the world, with enough capacity to function as the traditional swing producer to balance the global market, it serves as OPEC's de facto leader

The Conference determines the main directions of the OPEC policy, ways and means of their execution and takes decisions on reports and recommendations submitted by the Board of Directors.

OPEC policies

Officially, OPEC's mission is to "coordinate and unify the petroleum policies of its Member Countries and ensure the stabilization of oil markets in order to secure an efficient, economic and regular supply of petroleum to consumers, a steady income to producers, and a fair return on capital for those investing in the petroleum industry."[9]

But nevertheless, OPEC's influence on the market has been widely criticized. Because its member countries hold the vast majority of crude oil reserves (about 80%) and nearly half of natural gas reserves in the world, the organization has considerable power in these markets. As a cartel, OPEC members have a strong incentive to keep oil prices as high as possible, while maintaining their shares of the global market.

The advent of new technology, especially fracking in the United States, has had a major effect on worldwide oil prices and has reduced OPEC's influence on the markets. As a result, global oil production has raised and prices have fallen significantly, leaving OPEC in a delicate situation. As late as June 2016, OPEC make a decision to preserve high production levels, and accordingly low prices, in an attempt to push higher-cost producers out of the market and regain market share

During 2014–2015, OPEC members consistently exceeded their production ceiling, and China experienced a slowdown in economic growth. At the same time, US oil production nearly doubled from 2008 levels and approached the world-leading "swing producer" volumes of Saudi Arabia and Russia, due to substantial improvements in shale "fracking" technology in response to record oil prices. These developments led in turn to a plunge in US oil import requirements (on a path toward energy independence), a record volume of worldwide oil inventories, and a collapse in oil prices that continued into early 2016.

In spite of global oversupply, on 27 November 2014 in Vienna, Saudi Oil Minister Ali Al-Naimi blocked appeals from poorer OPEC members for production cuts to support prices. Naimi argued that the oil market should be left to rebalance itself at lower price levels, strategically rebuilding OPEC's long-term market share by ending the profitability of high-cost US shale oil production.

A year later, when OPEC met in Vienna on 4 December 2015, the organization had exceeded its production ceiling for 18 consecutive months, US oil production had declined only slightly from its peak, world markets appeared to

be oversupplied by at least 2 million barrels per day despite Libya producing 1 million barrels below capacity, oil producers were making major adjustments to withstand prices as low as the $40s, Indonesia was rejoining the export organization, Iraqi production had surged after years of disorder, Iranian output was poised to return with the lifting of international sanctions, hundreds of world leaders at the Paris Agreement were committing to limit carbon emissions from fossil fuels, and solar technologies were becoming steadily more competitive and prevalent.

In light of all these pressures, OPEC decided to set aside its ineffective production ceiling until the next ministerial conference in June 2016. By 20 January 2016, the OPEC Reference Basket was down to US$22.48/bbl – less than one-fourth of its high from June 2014 ($110.48), less than one-sixth of its record from July 2008 ($140.73), and back below the April 2003 starting point ($23.27) of its historic run-up.

As 2016 continued, the oil glut was partially trimmed with significant production offline in the US, Canada, Libya, Nigeria and China, and the price gradually rose back toward US $50 per barrel. OPEC maintained the status quo at its June conference, and endorsed "prices at levels that are suitable for both producers and consumers", with the world waiting to see if and when and how the oil market would fully return to balance.

The global economy represented the main risk to the oil market early in the decade, as global macroeconomic uncertainties and heightened risks surrounding the international financial system weighed on economies. Escalating social unrest in many parts of the world affected both supply and demand throughout the first half of the decade, although the market remained relatively balanced. Prices were stable between 2011 and 2014, before a combination of speculation and oversupply caused them to fall in 2014. Trade patterns continued to shift, with demand growing further in Asian countries and generally shrinking in the OECD. The world's focus on multilateral environmental matters began to sharpen, with expectations for a new UN-led climate change agreement. OPEC continued to seek stability in the market, and looked to further enhance its dialogue and cooperation with consumers, and non-OPEC producers

References:

1. "Barkindo CV" (PDF). OPEC. 11 August 2016. Retrieved 24 August 2016.
2. Halligan, Liam (4 June 2016). "OPEC is very much alive as Saudis learn to tread softly". The Telegraph.
3. "Incoming OPEC Sec-Gen Says Group Intent on Stronger Unity". Reuters 13 July 2016
3. Kalantari, Hashem; Sergie, Mohammed (2 January 2016). "Iran Says Post-Sanctions Crude Output Boost Won't Hurt Prices". Bloomberg News. 18 April 2016.
4. Khadartseva L.S. Globalization and business ethics // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2014. № 16. С. 148-153.
5. Khadartseva L., Kaytmazov V. Motives and barriers for social media marketing

// Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2015. № 11. С. 23-27.
6. "OPEC 169th Meeting concludes". OPEC (Press release). 2 June 2016.

Mikheeva M. A.
3thyear student of the Institute of Sociology and Regional Studies
Kvasova I. I.
3thyear student of the Institute of Sociology and Regional Studies
Dolganovskaya N.V.
lecturer of the Department of the English Language of the Instutite of Philology, Journalism and Cross-cultural Communication
South Federal University

IDENTITY: MODERN SOCIAL PHENOMENA.

In the era of globalization of social consciousness, the interest and relevance of identity issues have increased significantly. The formation of identity gets a particular contemporaneityand effects all aspects of social life.Currently, the identity is a subject of studies for various human sciences, which defines its multiparadigmaticcharacter. The analysis and discussion of the various conceptual approaches forms deepand broad theoretical foundation of the particular scientific category.

According to dictionaries, “**identity”***is psychological self-awareness of the person, which is being characterized by subjective sense of self-identity and personal integrity*[1]. It is man self-identification (partially aware, partly unconscious) with various typological categories.

The identity research used to attract and continues to attract the attention of the broad scientific community. The term “identity” is relatively new. It has become widely used in science through the work of E.Erikson, who introduced the term "*identity crisis*”, by carrying the analysis of the public relationship, cultural transformation and maintenance of ethnic self-identity.

In general, the psychological aspect of the term can be determined as a stable self-identification with important individual and a desire to be alike with one(e.g. the emotional connection with the parent, makes us wanting to be alike.)

The identity issue is deeply rooted to the ancient philosophical thought.Firstly, Socrates in his work "Know thyself" showed an approach to comprehend this phenomenon. Later on, Aristotle represents, in his work "Metaphysics", an identity as a characteristic of being, which is more fundamental than the difference, where all that exists is identical to itself and preserves its characteristics through the process of being, to a greater or lesser extent.

In Russia, the problem of identity has been recently posed as a fundamental and independent.Early studies appear at the end of the last century, when the attempt to classify types of civil, political, and ethnic Russians' consciousness on the basis of identity in the context of the transformation of post-Soviet society, appear in the work of sociologists and psychologists.

There has been an increased scientific interest to the problems of civil and national identity in the middle of 90th – early 20th. Mentioned above period of studies is well known for the following researches:study of ethnic identity as an

element of political culture of civil society, the issues of formation of ethnic identity in the context of the processes of integration and disintegration of modern states, the issue of choice of the civic identity model for Russian citizens and Russian identity with their own federation.

Starting from the middle of 20th, the sharp increase of interest appears towards the identity, when the civil identity is being connected with formation of civil society and Russia self-identification of its own place in the European and global civilization space.

The current time frame is also accompanied with *the emergence of the key dilemmas in the sphere of interethnic relations*, which caused the enhance of the particular research, especially: poor design of all-Russian civic identity among young people (especially young people from the Caucasus);the formation of the importance of religious identity, and therefore strengthen of the religious and political radicalism and extremism, as well as the strong growth of nationalist sentiment among the Russian youth.

The contemporary psychology defines the terms "**identification**" and "**identity**". The psychosocial approach, according to E.Erikson, provides the meaning of the term "identity", as a certain condition of self-identification, however, the "identification" is considered as a complex of processes and mechanisms that lead to the achievement of the mentioned above condition.E.Erikson with his works on the personal social formation, specifies the human is experiencing a number of psycho-social crises throughout the lifetime. The scientist determines *eight stages of the identity development*;every level provides the person with the choice between the two oppositions depending on the age and situation[2]. The type of decision, in terms of success or failure, affects the rest of the life.Psychologists consider the formation of identity in terms of social interaction.

The identity, as well as the history, tends to be needed in the difficult transition periods of the existence of society, where the identification acts as self-defense mechanism and facilitates the implementation and the exaltation of national "Ego". In order to activate those perspectives of the identity, the most relevant,to the current social and political needs, historical facts are extracted.

Accordingly, the richer and more pervasive the historical roots are, the more confident the subject of identification feels in the global extent. There are two patterns of collective identity,presented in the history of 20th century: ethnic (cultural) and national (state), which became the substitute forthe religious, family-clan and other forms. In the last decades, those forms were exposed to the inevitable transformation and change of the content, according to the newly established political, geographical and cultural framework, due to the USSR collapse. However, it is considered the assessment of authentic identity is possible only through retrospective historical analysis.

The definition of the term "identity"has reached multiparadigmatic and interdisciplinary concept. The variety of studying perspectives of the identity caused by the complexity and multidimensional character of theidentity

phenomenon and its concept. The western concepts of the identity cannot be fully and adequately used in the Russian reality, since the base for those approaches is a different mentality. In the structure of the Russian scientific representation the knowledge about the identity develops in the context of psychology, sociology, philosophy and political science. The current identity issue occupies an important place in the contemporary Russian science, which can be stated due to significant growth of interest to the problem.

Nevertheless, it is hard to unite and define particular approaches, since current subject causes numerous amount of questions and provides us with no answers. Up-to-date, there is no need to prove the social and human sciences are experiencing obvious difficulties understanding the reaction of the Russian society to the processes of globalization and modernization, which influences and interacts with transformational dynamics of Russian society.The need to answer the question "who we are?" encourages scientists to the study identity as a possible key to the creation of a harmonic society.

References:

1. “Identity and the Life Cycle” Erik H. Erikson, New York: WW Norton & Co – 1994.
2. ‘Survival and Identity’, in A. Rorty (ed.)Lewis, D., The Identities of Persons, Berkeley, CA: University of California Press; reprinted in his Philosophical Papers vol. I, New York: Oxford University Press. - 1983.
3. “The Unimportance of Identity” , in Identity, H. Harris (ed.), Oxford: Oxford University Press. Reprinted in Martin and Barresi. -2014.
4. “European Institutions and Identity Change: What Have We Learned?” Thomas Risse, URL: *http://userpage.fu-berlin.de/atasp/texte/030730_europeaninstandidentity_rev.pdf*

Mikitenko E. G.
undergraduate student
Yakubenko K. S.
undergraduate student
Bilovus V. K.
associate professor
The Institute of Service and Business (branch) of Don State Technical University in Shachty, Russia

PHILOSOPHICAL FOUNDATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY

The emergence of interest in the phenomenon of social responsibility as an essential mechanisms underlying human behavior occurred in the very early stages of development of philosophical knowledge. Later ideas about social responsibility are presented in a variety of philosophical and moral and ethical concepts, the earliest of which is distinguished by the predominance of the collective over the individual.

In ancient Chinese ethics widespread notion of «proper justice», which was interpreted by representatives of Taoism and Confucianism as a selfless

responsibility or natural disinterest and carried the idea of «the right conformity» of subjective needs and the internal sense of justice to objective requirements and the imperatives of external public debt [1, p. 130].

In ancient thought the formation of ideas about social responsibility was accompanied by the formation of the ideas of the ideal state. Moreover, the notion of responsibility was seen in close connection with the concept of freedom. The basis for the formation and existence of Socrates responsibility was morality. And in his understanding the person becomes moral only when he is consciously seeking to improve not only their lives but also the lives of others [2, p. 28]. Plato believed that the responsibility depends on the compliance with the laws. In the ideal understanding of Aristotle responsibility is an individual activity, which is subject to the principles of ethics and morality, and it is understood as the fulfillment of their civic duty.

In the future, it is the ancient idea of the public good as a result of the self-restraint of individual selfishness will form the basis of the modern concept of social responsibility.

In European countries, the introduction of the term «responsibility» in the different spheres of society tacitly accepted to the XVIII century. One of the first who started to use the term was Kant. However, this concept is a scientific term was introduced the researcher Alexander Bain in his book «Emotions and Will», where responsibility is considered in the context of the definition of punishment as a measure placing the responsibility for their actions.

According to Kant the responsibility is an entirely subjective phenomenon, which manifests itself in a free and informed choice of rational desire, which is based on ethics and moral consciousness. Schopenhauer criticized the interpretation of the concept of morality which was actual at the time. He put forward the idea that the individual has a propensity to both the virtues and the propensity to vice. And for an explanation of these propensities philosopher refers to subjective meaning of justice, self-denial, compassion and moral responsibility. Schopenhauer argued that the basis of all efforts of faith is selfish, but at the same time he pointed out the possibility of manifestation of altruistic principle in man.

In contrast to the moralistic doctrine of free will and responsibility Feuerbach developed the concept of psychological grounds, according to which the basis of moral and ethical action is a feeling, not a rational choice or calculation which is internally manifested as pity and compassion for the other person [1, p. 132].

Special attention was paid to the issue of responsibility in the writings of the German philosopher Max Weber. Comprehension of the essence of this phenomenon Weber takes place in a political context. Despite the political and moral opposition, he recognizes the need to influence morality policy taking into account features policy. In his reasoning philosopher concludes that «all ethically oriented action may be subject to two different maxims: the ethics of responsibility or ethical persuasion» [3, p. 54].

A significant contribution to the development of the concept of social

responsibility was made existentialist philosopher. J.-P. Sartre associates responsibility with a rush of existence, which is understood as a set of individual actions, and by which man becomes who he is. A representative of existentialism emphasizes that when choosing their way of life, a person thus has a direct or indirect effect on all of humanity. In turn, this involves establishing full responsibility of the individual not only for his life, his personality, but also for all the people. H. Jonas addressed the issue responsibility in the light of the ethics of technological civilization. In his work «The principle of responsibility: Experience of ethics for technological civilization», he considers the complex ethical issues that have arisen as a result of the rapid expansion of the technosphere. He also considered the problems associated primarily with new technical capabilities, as well as long-term and global nature of the impact of human actions that give rise to responsibility not only to his contemporaries but also to future generations.

Thus, comprehension of the phenomenon of social responsibility in the philosophical reflection is expressed in the tendency to transform the structure of the analyzed concepts. Some approaches to the definition of this category is directly dependent on the specific historical conditions, as well as the needs and expectations of society. As one of the manifestations of freedom, social responsibility seems expression of important hierarchically actualized moral values. But we can not lose sight of the aspect of social responsibility, which involves obedience to the individual regulations and laws prevailing in the society.

Bibliographic list:

1. Белов А. В. Теоретико-методологические основания исследования ответственности // Вестник ВолГУ. – 2010. – №1(11). – С. 130-134.
2. Завьялова Г. И. Становление категорий ответственности и свободы в античной философии // Вестник ОГУ. – 2013. – №1 (150). – С. 27-31.
3. Семенова Р.У. М. Вебер: этика ответственности и этика убеждений (к вопросу о соотношении политики и морали) // Вестник ТюмГУ. 2006. – №2. – С. 51 – 55.

Minaeva I.
3thyear student of the Institute of Sociology and Regional Studies
Dolganovskaya N.V.
lecturer of the Department of the English Language of the Instutite of Philology, Journalism and Cross-cultural Communication
South Federal University, Rostov-on-Don

GLOBALIZATION AS A CONFLICT FACTOR IN INTER-ETHNIC FAMILIES

In the era of globalization, the number of inter-ethnic marriages inevitably increases. However, the unification of the cultural and ethnic differences, still leaves the room for conflicts. The problem of inter-ethnic conflict is particularly relevant for such multi-cultural countries as Russia. According to statistic yearbook publishing 2015, there are one hundred forty-two nationalities living on the territory of the Russian Federation. It is known from unofficial sources,

currently, about a quarter of Russia's population live in inter-ethnic marriages.

Multi-cultural tendency is an additional and significant risk, since the modern family in general is under threat of destruction as a social institution.

Considering the fact of the possible disappearance of family institute, scientists propose to allocate the following types of ethnic families: 1) families with partners, similar with ethno-cultural characteristics and national characteristics; 2) families with partners far from similarity with ethno-cultural characteristics and national mentality: different religion, different culture and value system, different civilizational identity; 3) families with partners, withalike cultural characteristics, but different nationality (ethnicity): the same religion, a close system of values, but different nationality. The minor cultural differences can create issues in the relationships, the risk of misunderstandings, inconsistencies and provoking conflicts increase from the first to the third type of inter-ethnic families.

Every family - it's not a static formation, the dynamics of family relationships are built around the interaction between the spouses, children and relatives. From the first sight it seems, the process of globalization in general softens the authoritarian style and forces the tendency of democratization of relations in the inter-ethnic families, however, thetrend of return to an authoritarian relationship is being caused by the inclusion of Asian and African countries in the process of globalization.Such contradictions raise an uncertainty in many families, since the choice of what type of the family to stick with becomes more complicated and vogue.

There are numbers of features that distinguish ethnic family from families where both spouses belong to the same ethnic community. Those factors can be divided into internal, every spouse has own special family vision built in accordance with its affiliation to a particular ethnic group, and external factors,such as ethnic stereotypes.

The causes of conflicts in inter-ethnic families often become the differences that make inter-ethnic family special from the other ones, for example different religion, culture, value systems and different civilization features.Usually, toresolvetheconflictsintheinter-ethnic families gets extremely hard, since they reach a high level of emotional background. If ethnic traditions do not allow the divorce, the tensions inside of the family may last for years, destroying the spouse’s personalities and negatively affecting children.

Whether society and the government are ready to resolve such conflicts? The answer is disappointing: most are not ready. The process of globalization cannot keep up with the issues caused by itself.

Fortunately, the are some obvious solutions. First of all, provide youth with the knowledge about ethnic cultures. Then, the formation of a system of mediation, focused on the resolution of conflicts in inter-ethnic families. And the creation of a tolerant multicultural society with an appropriate system of values.

References:

1. Statistical Yearbook of Russia, the Federal Service of State Statistics - 2015.

2.Valiullin, V.R. National and international problems as a result of internal ethnic stratification // Vestn. Adygea. state. Univ. Ser. Regional Studies: philosophy, history, sociology, law, political science, cultural studies. -2014.

Pleshakova Y.
3thyear student of the Institute of Sociology and Regional Studies
Dolganovskaya N.V.
lecturer of the Department of the English Language of the Instutite of Philology, Journalism and Cross-cultural Communication
South Federal University

THE EFFECTIVENESS OF MEDIATION AS AN ALTERNATIVE METHOD OF RESOLVING LEGAL CONFLICTS

Today in Russia the tendency to resolve conflicts out of courts and by means of alternative ways of dispute settlements is becoming more popular. New market relationships, modern state approach to improve court system cause the necessity to use more flexible, available and operational ways of resolving the conflicts that arise in social life and human relationships. This article is devoted to mediation as an effective way of pre-judicial resolution of conflicts and as very important institute of law capable to change the Russian judicial system and to enrich our legal culture.

The relevance of mediation is increasing in Russia because the result of mediative process is always fair for all parties. Now people all over the world are increasingly having recourse to the help of mediators to resolve various disputes, and the statistics shows that in 80% of cases the mediator resolves dispute successfully, and execution of the decision regarding certain dispute is twofold higher than in a court.

The purpose of the article is: a research of efficiency of mediation as the external, independent, but closely connected with judicial system, mechanism capable to impact on the improvement of quality of administration of justice.

The most perspective form of permission of the legal conflicts extrajudicially, in my opinion, is mediation. For the first time at settlement of various disputes began to resort to the help of a mediator in the USA. Having well proved, the institute of mediation has gained also distribution in the countries of continental Europe, in Canada, Australia, Great Britain and other states. Mediation is an accurately structured and consecutive method of mediation in permission of a disputable situation where the third party - mediator keeps neutrality.

Mediation has the advantages, namely: mediation is characterized by introduction in production of business of all members of the conflict, their independent interest, an opportunity to undertake decisions. But they need to support the favorable atmosphere for cooperation and warm climate in conversation. The mediator only directs, promotes the choice of the correct solution. For many years of practice mediation has proved as an effective remedy of permission of various human disputes. Her it is important to consider

advantages through a prism of attentiveness, common sense, being guided by more detailed information and reflecting each aspect.

In — the first, it is worth specifying ability of development of the most true, the acceptable, alternative option of end of conflict events. During trial of dispute the most accurate, exact, necessary, fair, reliable, objective information allowing to clear a situation quite wisely gathers, having made the qualitative decision. Her unique feature is that during finding of a result, all possible improbable methods specializing in common sense, but not in laws are accepted. It is surprising that as a result in advantageous situation there are all parties of the conflict though it and paradox. An important aspect is the satisfaction of each of the parties.

Let us start by considering the facts, in comparison with traditional legal proceedings mediation differs in positive features. The first thing that needs to be said is the mediation is available.The mediator can work irrespective of the sphere of a question, resolve any kind of counteraction, being based not on the legitimate interests, and on interests arguing, protecting their moral, moral, economic, political, family views, based on the principles of ethics, traditions and on personal experience of attendees.

Secondly, efficiency. Differs considerably in a short interval of busy time, depending on difficulty of a question. It is characterized by smaller costs of document flow commission. In this action all are interested in the fast expiration of business, accepting all possible forces and means for the termination.

Another good thing about is that mediation is Productive. Creation of the happy end, diligence of the intermediary to calm the parties, to satisfy their inquiries. Orientation to the mutually advantageous decision, achievement of a compromise that former conflicting the beginnings to reign in the relations harmony .What is more, the probability of free carrying out cooperation is considered huge plus, but also the payment for action isn't excluded. But the payment makes less financial expenses, money for payment of the state tax, tax, fee to the representative of the state, traveling, holiday and so on is so subtracted). Economy not only on money, but also on emotions as process happens in more comfortable situation and not under control of the government law enforcement agencies. Also, the process is controlled , for example, unlike court where all decisions, appointments only the judge, in this process takes out perhaps independent acceptance of carrying out, the choice of the manager. The parties independently come to the end of an event, they put the forces, but don't submit to the judge.

Doubtless, having flexible and dispositive character this way of alternative settlement of disputes allows to develop the way out of the arisen problem, it is lawful to strengthen the partner and friendly relations, to create many-sided culture of peaceful designing of conflict situations. It is proved that the agreements reached with mediation much more often are executable and feasible, than sentences of court. Reconciliation of the parties at an initial stage of the conflict promotes decrease in number of the affairs which are realized in court. According to some experts, the costs of legal support of a lawsuit is disproportionately higher

than the fees of the mediator. . Finally, the anti-corruption potential. In mediation, there is no need and meaning to someone to convince of the correctness.

As we noted earlier, mediation may contribute not only to the effective resolution of disputes, but also to be an effective mechanism for reform of the judicial system. So, mediation is an effective way to reduce the number of cases before the courts. The ships have a positive effect on procedural time and the quality of consideration of cases in courts and will avoid the additional financial costs of the state in maintaining the judicial system.

To draw the conclusion, one can say that mediation is a conflict resolution process between two entities involving disinterested third parties. As an alternative, court procedure, mediation has several advantages, chief of which is that the resolution of the dispute achieved through the adoption by the parties of the decision on a voluntary and equal basis, equally satisfied with the interest of the parties.

References:

1. Torkom Saraydarian «The Science of Meditation 2nd Rev. Edition» ;
2. The American Journal of Mediation is published by The American College of Civil Trial Mediators. (Volume 4 - 2010) ; Volume 6 – 2012;
3. Mediation Resource Center — http://mediators.ru/eng/about/From the history of conciliation procedures in West Europe and the United States Bulletin of the Supreme Arbitration Court of the Russian Federation Author: D.L. Davidenko «Herald of the supreme arbitration court of the Russian federation», 1, 2004;

—Issues of law terminology in the sphere of “alternative dispute resolution” Author: D.L. Davidenko Source: «Arbitration» Journal, 1, 2009;

—Conciliation procedures in Russia: isn’t it time to catch up? Source: Pravo.ru, 8.12.2008.

Абдуллаев Ш.Х.
магистр
кафедра «Финансы и кредит»
Курилова А.А., д.э.н.
научный руководитель, профессор, доцент
кафедра «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет
Россия, г. Тольятти

ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, КЛАССИФИКАЦИЯ БАНКОВСКИХ РИСКОВ

Данная статья посвящена экономической сущности банковских рисков. В статье рассматривается дефиниция понятия «банковский риск». Рассмотрены несколько вариантов классификации банковских рисков различных авторов.

Ключевые слова: риск; банк; сущность; банковское дело; кредит.

This article deals with economic essence of bank risks. The article deals with the definition of the term «bank risk». The classification of banking risks.
Key words: risk; bank; essence; banking; credit.

Согласно Мягковой Т. Л., под рисками в банковской деятельности понимается ничем необусловленная возможность снижения величины доходов, увеличения расходов, уменьшения прибыли, снижения величины собственного капитала кредитной организации. Как правило, банковские риски возникают ввиду обстоятельств, возникновение которых не зависит от самого коммерческого банка.

Согласно Мягковой Т. Л., банки всегда сравнивают риск предстоящего события, т. е. расчетную величину возможных потерь, связанных с таким событием с затратами, которые необходимы для минимизации негативных последствий данного события, если оно, конечно же, произойдет. Также они могут сравнить данный риск с возможными выгодами, которые можно получить от возникновения такого события.

Банковские риски несут в себе уровень потерь для деятельности любого коммерческого банка. Согласно Коваленко О. Г. и Медведевой О. Е., риски, которые охватывают экономику отдельно взятого коммерческого банка, связаны с его конкретной деятельностью, умением эффективно управлять проходящими через него денежными потоками.

Переходя к классификации банковских рисков, отметим, что банковские риски разнообразны и их возникновение напрямую определяет сферу деятельности коммерческого банка.

Согласно Богданкевичу О. А., к основным банковским рискам относятся следующие риски: кредитный риск; страновой риск; рыночный риск; риск ликвидности; операционный риск; стратегический риск; риск потери деловой репутации банка.

Говоря более конкретно про банковские риски, приведем классификацию банковских рисков.

Согласно Мягковой Т. Л., имеется следующая классификация банковских рисков по основным видам. Данная классификация представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Классификация банковских рисков по основным видам

Группа	Класс риска	Категория риска
Внешние риски	Риски операционной среды	Нормативно-правовые риски
		Риски конкуренции
		Экономические риски
		Страновой риск
Внутренние риски	Риски управления	Риск мошенничества
		Риск неэффективной организации
		Риск неспособности руководства банка принимать целесообразные решения

Внутренние риски	Риски поставки финансовых услуг	Технологический риск
		Операционный риск
		Риск внедрения новых финансовых инструментов
		Стратегический риск
	Финансовые риски	Риск процентной ставки
		Кредитный риск
		Риск ликвидности
		Внебалансовый риск
		Валютный риск
		Риск использования заемного капитала

Наряду с представленной классификацией банковских рисков, Мягкова Т. Л. приводит фасетную систему классификации банковских рисков, а именно:

1) по времени возникновения (ретроспективные, текущие, перспективные);

2) по степени (низкие, умеренные, полные).

Степень банковского риска характеризуется вероятностью события, которое ведет к потере средств банком;

3) по типу банка (специализированные, отраслевые, универсальные);

4) по сфере влияния (внутренние и внешние);

5) по основным факторам возникновения (политические и экономические);

6) по составу клиентов (мелкие, средние и крупные);

7) по характеру учета операций (риски по балансовым и по забалансовым операциям).

В свою очередь, и те, и другие подразделяются на риски по активным операциям и риски по пассивным операциям. По активным операциям имеются такие риски, как процентные, портфельные, риски инфляции, лизинговые и т. д. По пассивным операциям имеются такие риски, как риски, которые связаны с увеличением уставного капитала за счет прибыли или риски по депозитным операциям;

8) по возможности регулирования (открытые и закрытые).

Открытые риски банк не имеет возможности локализовать. Что касается закрытых рисков, то они регулируются путем проведения политики диверсификации, т. е. путем широкого перераспределения кредитов в мелких суммах, предоставленных большому количеству клиентов при сохранении общего объема операций банка; страхования кредитов и депозитов.

Кроме этого, согласно Тепману Л. Н и Эриашвили Н. Д., риски, с которыми сталкиваются коммерческие банки при осуществлении своей деятельности, могут быть как чисто банковскими, так и общими.

Чисто банковские риски непосредственно связаны с деятельностью коммерческого банка.

Если говорить про общие риски, то они складываются в результате воздействия внешних факторов, которые не зависят от деятельности банка.

Таким образом, мы рассмотрели понятие, сущность, классификацию банковских рисков.

Использованные источники:

1. Богданкевич О. А. Организация деятельности коммерческих банков: ответы на экзаменационные вопросы / О. А. Богданкевич. – Минск: ТетраСистемс, 2012. – 128 с.
2. Коваленко О. Г. Банковские риски: сущность, классификация / О. Г. Коваленко, О. Е. Медведева // Вектор науки Тольяттинского государственного университета, №3 (25), с. 340 - 344, 2013
3. Мягкова Т. Л. Банковское дело: учебно-методическое пособие / Т. Л. Мягкова. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2015. – 212 с.

Абдуллаев Ш.Х.
магистр
кафедра «Финансы и кредит»
Курилова А.А., д.э.н.
научный руководитель, профессор, доцент
кафедра «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет
Россия, г. Тольятти

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БАНКОВСКИХ РИСКОВ

Данная статья посвящена рассмотрению причин возникновения банковских рисков. В настоящее время данная тема очень актуальна, так как банковские риски влияют на общую финансовую деятельность любого коммерческого банка.

Ключевые слова: риск; банк; банковское дело; кредит.

This article is devoted to consideration of the reasons of occurrence of bank risks. This topic is relevant now, as the banking risks affect the overall financial activities of any commercial bank.

Key words: risk; bank; banking; credit.

Каждый коммерческий банк при осуществлении своей деятельности стремится минимизировать для себя уровень банковского риска. Для того чтобы осуществить минимизацию уровня риска, руководство коммерческого банка сначала должно знать причину возникновения банковского риска.

Согласно Тепману Л. Н. и Эриашвили Н. Д., существуют общие причины возникновения банковских рисков и тенденции изменения их уровня. Анализируя банковские риски, необходимо учитывать:

- кризисное состояние экономики переходного периода, которое выражается не только падением производства, финансового положения множества предприятий, но и потерей ряда хозяйственных связей;

- неустойчивость положения на внутренней и международной политической арене;

- отсутствие или недоработка многих законодательных актов, несоответствие между правовой базой и реально существующей ситуацией;

- инфляционные процессы;

- динамику курса национальной валюты и т.д..

Иногда бывают такие случаи, когда банковский риск является следствием какого-либо результата деятельности коммерческого банка.

Например, при выдаче коммерческим банком кредита своему клиенту он оказывается подвержен кредитному риску при несвоевременном возвращении ссуды должником с начисленными процентами на период одалживания денежных средств.

Или в результате своей нерациональной деятельности, коммерческий банк может быть подвержен риску ликвидности в случае несвоевременного исполнения своих обязательств перед своими вкладчиками, кредиторами.

Кроме этого, нельзя не отметить и то, что причинами банковских рисков могут быть недостаточный уровень квалификации персонала банка; сложность организационной структуры кредитной организации; текучесть кадров и т. п.

По мнению одного из зарубежных источников, а именно Boyd H. John, коммерческие банки вынуждены принимать риск при осуществлении текущей деятельности.

Это происходит путем функционирования в нестабильной среде и, не обладая при этом всей информацией о своих контрагентах, Имея возможность минимизировать значительную часть риска, коммерческие банки не всегда делают это, поскольку риск прямо пропорционален доходу банка и полностью приемлем при наличии достаточной величины денежных средств.

Согласно Тепману Л. Н. и Эриашвили Н. Д., риски образуются в результате отклонений действительных данных от оценки существующего состояния и будущего развития. Эти отклонения могут иметь как положительный результат (прибыль), так и отрицательный (убыток).

Нельзя не отметить и то, что банковские риски должны присутствовать в деятельности коммерческого банка, поскольку процесс получения им высокой прибыли обязательно должен сопровождаться присутствием определенного уровня риска.

Согласно Богданкевичу О. А., прибыль коммерческого банка – это отражение несостоявшегося риска.

Таким образом, существует много причин возникновения банковских рисков, каждая из которых является отражением какого-либо происходящего события, например, проведения денежно-кредитной политики Центробанком

РФ, присутствия противоречий на международной экономической площадке и т. д.

Итак, мы рассмотрели причины возникновения банковских рисков.

Использованные источники:

1. Тепман Л. Н. Управление банковскими рисками: учебное пособие / Л. Н. Тепман, Н. Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 311 с.
2. Эриашвили Н. Д. Банковское право: учебник / Н. Д. Эриашивили, С. Н. Бочаров, С. Н. Зырянов, Е. О. Бондарь. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 431 с.
3. Boyd H. John The Theory of bank risk taking and competition revisted. The journal of finance, June 2013, 3. – pp. 1329-1343

Абдуллаев Ш.Х.
магистр
кафедра «Финансы и кредит»
Курилова А.А., д.э.н.
научный руководитель, профессор, доцент
кафедра «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет
Россия, г. Тольятти

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКИМИ РИСКАМИ

В статье рассмотрены основные методы управления банковскими рисками. Управление банковскими рисками представляет собой совокупность методов и инструментов минимизации рисков. Выделяют несколько способов управления рисками - это диверсификация; применение принципа разделения риска; использование плавающих процентов; страхование кредитов и депозитов; введение залогового права и другие инструменты.

Ключевые слова: банковский риск; управление; метод; банк.

The article considers main methods of management of banking risks. The banking risk management is a set of methods and tools to minimize the risks. There are several methods of risk management is diversification; the application of the principle of risk sharing; the use of the floating percent; insurance of loans and deposits; the introduction of the mortgage law and other instruments.

Key words: bank risk; management; method; bank.

В практической банковской деятельности главным является не исключение риска вообще, а его предвидение, оценка и снижение его уровня. Как известно, чем выше уровень рискованности операций для банка, тем будет выше потенциальная его прибыль.

Рассмотрим методы управления банковскими рисками.

Управление банковскими рисками представляет собой совокупность методов и инструментов минимизации рисков.

Система управления банковскими рисками включает в себя выявление

риска, анализ, оценку и минимизацию банковского риска. Идентификация риска заключается в выявлении зон риска. Для оценки степени риска используется качественный и количественный анализ.

Выделяют несколько способов управления рисками - это диверсификация; управление качеством: использование собственного капитала; использование принципа взвешивания рисков; учет внешних рисков; систематический анализ финансового состояния клиента (например, платежеспособность, кредитоспособность): применение принципа разделения риска: выдача крупных кредитов только на консорциональной основе; использование плавающих процентов; введение практики депозитных сертификатов: расширение переучетных операций; страхование кредитов и депозитов; введение залогового права и т.д. Ниже рассмотрены некоторые из этих способов.

Диверсификация источников получения а использования средств банка считается одним из самых распространенных способом уменьшения риска. На практике обычно применяются три типа диверсификации:

- диверсификация портфеля, которая означает распределение ссуд и депозитов банка среди широкого круг клиентов из разных отраслей и с использованием различных видов обеспечения;

- географическая диверсификация, которая ориентирует на привлечение клиентов различных географических регионов или стран;

- диверсификация по срокам погашения, предполагающую выдачу и привлечение ссуд и различные сроки, т.е. речь идет о том, чтобы поступление и выплата средств, связанных с кредитованием по различным срокам, давали банку возможность определения финансового маневра, но исключали бы случаи невыполнения банком своих обязательств перед клиентами.

Принцип диверсификации используется при управлении не только кредитным, по и инвестиционным риском. В этом случае осуществляется также диверсификация по видам ценных бумаг и срокам их погашения. Часто применяется метод ступенчатости погашения, предполагающий такой набор цепных бумаг по срокам, чтобы их погашение происходило последовательно.

Под управлением качеством понимается способность высококвалифицированного банковского руководства заблаговременно предвидеть и решать возникающие вопросы, связанные с рисками, до того как они перерастут в серьезную проблему для банка. Особенно это касается управления такими рисками, как риск мошенничества, злоупотреблений и ряда других, связанных с профессиональной деятельности сотрудников банка.

Практика управления рисками предлагает и такие способы, как использование плавающих процентных ставок, расширение кредитных операций банка, применение разнообразных форм обеспечении кредитов. В условиях нестабильной экономической ситуации, колеблющегося уровня

инфляции банки для снижения процентного и кредитного риска в своей практике используют плавающие проценты, размер которых зависит от состояния финансового рынка на данный момент. Это позволяет банку при повышении инфляции установить более высокий процент и получить больший доход, который минимизирует потери от инфляции. Расширение видов выдаваемых кредитов приводит к диверсификации риска и соответственно — к возможности его оптимизации.

В целях снижения кредитного риска блики широко практикуют принцип разделения риска — залоговое право, обеспечение и страхование кредитов, что позволяет снизить риск за счет его передачи страховой компании или третьим лицам, выступающим в качестве гарантов, поручителей, так как в случае не погашения кредита они вернут денежные средства. То же происходит и при выдаче кредита под залог. Вследствие реализации залога банк возместит потери от непогашения кредита.

Управление рисками предполагает осуществление систематического анализа финансового состояния клиента, особенно если это касается кредитного риска. Изучение кредитоспособности клиента на стадии выдачи кредита позволит снизить риск его невозврата. Однако в силу того что на деятельность клиента, как и на банк, действует ряд внешних факторов, финансовое положение в период использования кредита может изменяться и не всегда в положительную сторону. Именно это заставляет банк постоянно отслеживать деятельность клиента и при появлении первых негативных признаков попытаться вернуть кредит.

Особенно важным для банка является риск ликвидности, который чисто связан с несовпадением сроков операций по пассивам и активам или досрочным требованием денежных средств вкладчиками. В этом случае в качестве снижения данного риска банки прибегают к выпуску разного рода сертификатов позволяющих банку бороться с досрочными выплатами денежных средств клиентам. То же касается и такого метода, как страхование депозитов, когда при отсутствии денежных средств клиентам возвращаются деньги из страхового фонда, что снижает риск потерь банка.

При управлении такими рисками, как валютный, процентный, инвестиционный, применяется такой метод, как хеджирование. Хеджирование — это использование одного инструмента для снижении риска, связанного с неблагоприятным влиянием рыночных факторов на цену другого, связанного с первым, инструмента или на генерируемые им денежные потоки.

Одним из наиболее распространенных методов управления рисками организации является также и лимитирование операций, которое представляет собой ограничение количественных характеристик отдельных групп операций, выделенных по их типу, или по лицам, несушим ответственность за операции, или контрагентам. Лимит представляет собой количественное ограничение, накладываемое на некие характеристики операций организации.

Лимит необходим в тех случаях, когда при проведении операций в расчет в силу тех или иных причин не принимаются необходимые характеристики рискованности операций.

Таким образом, мы рассмотрели основные методы управления банковскими рисками.

Использованные источники:

1. Тепман Л. Н. Управление банковскими рисками: учебное пособие / Л. Н. Тепман, Н. Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 311 с.
2. Эриашвили Н. Д. Банковское право: учебник / Н. Д. Эриашивили, С. Н. Бочаров, С. Н. Зырянов, Е. О. Бондарь. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 431 с.
3. Boyd H. John The Theory of bank risk taking and competition revisted. The journal of finance, June 2013, 3. – pp. 1329-1343

Аглиуллин Р.И.
студент 2 курса магистратуры
специальность «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный технический университет»
Россия, г. Ульяновск

УПРАВЛЕНИЕ АКТИВНЫМИ ОПЕРАЦИЯМИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Аннотация: *В данной статье раскрывается сущность активных операций коммерческого банка, рассматривается рефинансирование задолженности кредита, его функции, как активной операции, задачи и прогнозы.*

Ключевые слова: *рефинансирование, кредит, задолженность, активные операции банка, клиенты.*

MANAGEMENT ACTIVE OPERATIONS COMMERCIAL BANK

Abstract: This article reveals the essence of active operations of commercial banks, considered refinancing loan debt; it functions as an active operation, objectives and projections.

Keywords: refinancing, credit, debt, active operations of commercial banks, customers.

Активные операции связаны с размещением банковских ресурсов и основными среди них являются ссудные операции. Также к числу активных операций коммерческих банков относят инвестиционные операции, операции с ценными бумагами и другие [1].

По мере того как складывалась банковская система происходила и систематизация активных операции банка, одна из классических активных операции банка – кредитование физических и юридических лиц. Кредит заключает в себя определенные принципы, одни из которых, например платность и срочность подразумевают плату в качестве процентов за кредит

и определенные сроки [2]. Принцип платности кредита по умолчанию формирует для банка прибыль в виде процента. Эту прибыль можно отнести к моментальной выгоде, даже если у банка заключён договор и по условиям договора заёмщик выплатит последний платёж спустя несколько лет, юридическое обоснование сделки в виде кредитного договора подразумевает обязательства со стороны клиента, и банк с наибольшей вероятностью получит ожидаемый размер прибыли. Однако заключение кредитных сделок и рост клиентов в банке несёт так же в себе потенциально будущие выгоды, чаще всего люди по инерции могут, не прибегая к рациональной оценке условии на рынке раз за разом обращаться в один и тот же банк. Причём стоит справедливо заметить в пользу таких клиентов, что условия в целом среди банков в отличии ставок или иных условии далеко не, всегда радикальны. Банки активно привлекают клиентов используя для этого разнообразные тактические и стратегические решения. Это могут быть: зарплатные проекты, определенные условия для определенного сегмента клиентов, разнообразные акции и иные поощрения. В нашей научной работе мы хотели бы рассмотреть процесс рефинансирования, как инструмент укрупнения клиентской базы, оптимизацию проблемных активов и дополнительный источник прибыли.

Рефинансирование (перекредитование) – это получение в банке нового кредита на более выгодных условиях для погашения уже имеющегося у заемщика кредита (кредитов). Как правило, речь идёт о полном погашении имеющегося кредита (кредитов), хотя теоретически возможно рефинансирование и части имеющейся задолженности [3].

Рефинансирование с точки зрения клиента может быть полезным для:

- улучшения условий кредитования, например, за счет снижения процентной ставки и (или) увеличения срока кредитования;
- снижения ежемесячного платежа по кредиту;
- изменения валюты кредита;
- объединения нескольких имеющихся кредитов (в том числе в разных банках) в один;
- снятие залога с личного имущества (например, если рефинансироваться будет автокредит).

При этом банки предоставляют возможность рефинансировать задолженность по различным видам кредитов:

- потребительским кредитам (наиболее часто встречающийся вариант);
- кредитам на покупку автомобиля;
- овердрафтам, установленным по банковским картам.

Для более детального разбора рассмотрим нашу идею, на примере банка, который является частью нашего абстрактного мышления и названного там же в честь пятой буквы греческого алфавита банк АО «Эпсилон».

На сегодняшний день банк АО «Эпсилон» имеет средние показатели в общем рейтинге среди остальных Российских банков. Так как у банка

отсутствуют конкретные проблемы, и в целом наблюдается положительная динамика, наши мероприятия по процессу рефинансирования будут нести рекомендательный характер. Данные рекомендации позволят банку ускорить темпы роста и с помощью расширения активных операции нарастить качественные активы.

Одним из банковских направлений является – розничный бизнес. Понятие розничный бизнес довольно широкое. В первую очередь это направление связано с обслуживанием физических лиц. Сюда принято относить кредитные карты, автокредиты, кредиты наличными, потребительские продукты на торговых точка, аренда банковских ячеек, депозиты и многое другое. Но так как нам интересны именно активные операции коммерческого банка мы остановимся на традиционной банковской деятельности – предоставление кредита. В банке АО «Эпсилон» есть разнообразная линейка продуктов для клиентов физических лиц. Но, тем не менее, присутствует небольшая площадка для реализации ещё одного. Речь пойдёт о рефинансировании задолженности по кредиту.

В основном клиенты редко подают на рефинансирование безосновательно. Чаще всего это происходит когда у клиентов складывается ряд затруднении финансового характера. Пожалуй, к таким ситуациям можно отнести, потеряю работы, когда человек становится на какое-то время неплатёжеспособным. Подав заявку на рефинансирование, клиент с точки зрения физического лица сможет сохранить положительную кредитную историю, доверие банка и свою в определенной степени финансовую стабильность.

Для банка в свою очередь это возможность оптимизации проблемных активов. Так как именно за счёт рефинансирования банк сможет подобрать для каждого клиента индивидуальные условия, уменьшив сумму ежемесячного платежа, но при этом увеличив срок кредита. Более того стоит заметить что при процессе рефинансирования ставка по кредиту так же уменьшается, что у клиентов в первую очередь вызывает положительные ассоциации. Для клиентов в их затруднительном положений при подаче заявления на рефинансирование задолженности вопрос срока увеличения кредит будет являться вторичным, а для банка это дополнительная прибыльная перспектива.

Если перейти от общего к частному. И адаптировать данный процесс в АО «Эпсилон» исключительно в том виде, который уже существует в Российской и зарубежной практике, а именно рефинансировать задолженности по кредиту можно получить оптимизацию кредитного портфеля банка, избежать в дальнейшем ухудшения качества активов. Но данный процесс рефинансирования как мы уже упоминали выше можно рассматривать не только в классическом виде как перекредитование действующего продукта. Если сделать доступным и продвигать услугу рефинансирования задолженности по кредиту за пределы клиентов банка. Это позволит привлечь определенное количество новых клиентов.

Исследуемый нами банк сможет за счёт данных манипуляции повысить темпы роста. В сравнении объем притока клиентов при успешной и грамотной процедуре верификации и открытия договоров рефинансирования внешним клиентам равнозначен реализации зарплатных проектов. Как следствие это позволит составить конкуренцию в регионе более солидным банкам. Но так, же при данной процедуре важен внимательный и скрупулёзный подход. Так как по умолчанию клиенты при подаче заявления на рефинансирование задолженности уже будут находиться в менее платёжеспособном состоянии.

Итак, подведём итог, какие цели мы преследуем при реализации организации процесса рефинансирования задолженности в банке АО «Эпсилон»:

1) Оптимизация уже имеющихся проблемных активов;
2) Привлечение новых клиентов;
3) Прибыль за счёт формирования предодобренных предложений рефинансирования задолженности для потенциально проблемных клиентов, ещё до снижения платёжеспособности клиента.

Для реализации данного процесса нам необходимо будет выставить чёткие критерии по которым заёмщики внутри банка смогут подать заявку на рефинансирование, критерии для внешних физических лиц ещё не клиентов АО «Эпсилон» и аналитический аспект действующих клиентов нарушающих график платежей.

Целесообразно будет организовать отдел сопровождения процесса рефинансирования задолженности. В данное направление бэк офиса будет оптимален набор сотрудников с помощью внутреннего перевода из таких отделов как отдел рассмотрения кредитных заявок, обслуживания физических лиц и отдел андеррайтинга.

Функционал сотрудников можно разделить на три части это проверка документов рефинансирования – этапы авторизации и верификации данных. Вторая часть это совершение бухгалтерских проводок и открытие договоров. Так же IT структура, которая способна внести свой вклад в развитие данного процесса, к примеру, анализ клиентов, потенциально проблемно обслуживающих свой долг.

С помощью уже имеющихся сотрудников можно будет сэкономить ресурсы на обучение набор и адаптацию сотрудников извне. В процессе рефинансирования, важно решить вопрос какое документальное обоснование будет необходимым для заполнения заявки на рефинансирование. Наши рекомендации запишем в таблице 1.

Таблица 1 – Причина обращения заёмщика и пакет предоставляемых им документов

№	Причина обращения	Пакет документов
1	Потеря работы заемщиком	1. Паспорт РФ заёмщика. 2. Оригинал трудовой книжки/ Трудового договора с работодателем заёмщика с печатью организации –

		работодателя и информацией об увольнении Заемщика.
2	Снижение дохода заработной платы у заемщика	Паспорт РФ заёмщика. Копия трудовой книжки или трудового договора с работодателем заемщика с печатью организации – работодателя и информацией о том, что заемщик работает по настоящее время. Оригинал справки о доходах заёмщика по форме 2-НДФЛ/ справки по форме Банка за последние 12 месяцев предшествующие дню обращения заемщика в Банк, данные которой свидетельствуют о снижении дохода/ дополнительное соглашение к трудовому договору/ копия приказа организации-работодателя о пересмотре ФОТ или продолжительности рабочей недели (рабочего дня) из которого следует, что размер оплаты труда был пересмотрен в сторону снижения.
3	Снижение дохода ИП	1. Паспорт РФ. 2. Свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя по форме № Р61003. 3. Налоговая декларация по налогу на доходы физических лиц (3-НДФЛ) заверенная копия за два налоговых периода, за период не менее 6 полных календарных месяцев если ИП работает по упрощенной системе налогообложения, не менее 24 полных календарных месяцев если ИП работает по общей системе налогообложения. Если 3-НДФЛ не отражает снижение дохода, то дополнительно предоставляется выписка с расчётного счёта ИП за период 24 календарных месяца.
4	Чрезвычайная ситуация Она может быть регионального масштаба, в этом случае требования к пакету должны регламентироваться распоряжением руководителя блока розничный бизнес	1. Паспорт РФ Заемщика или оригинал справки из правоохранительных органов об утрате паспорта. Оригинал документа, подтверждающего факт того, что обратившееся лицо является пострадавшим в результате ЧС или о нахождении адреса регистрации проживания заёмщика в зоне ЧС, удостоверенный выданный администрацией субъекта РФ муниципального образования на территории которого произошла ЧС.
5	Отпуск по беременности и родам заемщика	1) Паспорт РФ заёмщика. 2) Копия листка нетрудоспособности, подтверждающего причину нетрудоспособности.
6	Отпуск по уходу за ребенком до 1,5 лет заемщика	Паспорт РФ заёмщика. Копия приказа о предоставлении отпуска по форме № Т-6/ Оригинал справки по форме работодателя о предоставлении отпуска по уходу за ребенком до 1,5 лет. Свидетельство о рождении ребенка.

7	Временная нетрудоспособность заёмщика сроком от 3 недель	1. Паспорт РФ Заёмщика. 2. Копия листка нетрудоспособности. Копия трудовой книжки/ трудового договора с работодателем с печать организации работодателя.
8	Инвалидность заёмщика	Паспорт РФ заёмщика. Справка по форме утвержденной приказом Минздравсоцразвития РФ от 24.11.2010 №1031н в ней указан срок, на который дана инвалидность и дата нового медицинского освидетельствования, диагноз не указан.
9	Рефинансирование автокредита и кредитной карты оформленных в иностранной валюте учитывается по курсу ЦБ РФ на день заключения договора рефинансирования	Паспорт РФ. Копия трудовой книжки и трудового договора с работодателем заемщика с печатью организации работодателя что заёмщик работает по настоящее время.

Данные приведенные в таблице документы, способны снизить определенный уровень риска в процессе рефинансирования. Стоит обратить внимание и на то, что от причины рефинансирования зависит оригинал или заверенная копия документа. Например, если клиент подаёт заявление на рефинансирование задолженности по причине потери работы необходимо, чтобы сотрудник операционного офиса отсканировал данный документ и заверил самостоятельно, так как заверение оригиналов за исключением 2-НДФЛ позволит удостовериться в достоверности подачи документов. В случае, когда у клиента в анкете указана причина рефинансирования задолженности снижение дохода, то трудовая книжка заверяется работодателем и одним из основных требований к заверению является надпись, что заемщик работает по настоящее время. Это свидетельствует о том, что его источник дохода является действующим хоть и со снижением суммы заработной платы. Казалось бы, такие тривиальные условности, но именно они напрямую влияют на качество портфеля рефинансирования.

Одновременно при реализации данного процесса рефинансирования необходимо реализовать программу привлечения населения во вклады. Суммы, которых станут источниками средств рефинансирования задолженности. Данный механизм при успешной реализации и с учётом определенной работы аналитиков и андеррайтеров обеспечит банку ликвидность, уверенные темпы роста, доходность и расширение клиентской базы.

Использованные источники:

1. Шитов В.Н. Деньги. Кредит. Банки. / Учебное пособие. Часть 2. – Ульяновск: УлГТУ, 2011. – 171 с.
2. Афанасьева, О.Н. Рейтинговая оценка кредитоспособности заемщика / О.Н. Афанасьева // Банковское дело. – 2015. – №12. – С. 68-75.
3. http://azbuka.consultant.ru/cons_doc_PBI_213625/ (Дата обращения

10.10.2016).

Албеков Х.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Экономика и управление производством»
ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»
Россия, г. Грозный

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ (НА ПРИМЕРЕ СКФО)

В статье рассматриваются основные проблемы в становлении сельских территорий на примере регионов Северо-Кавказского федерального округа. Проведен анализ ключевых правовых актов, который позволил установить стратегически важные цели и механизмы преодоления трудностей в развитии села. Автор приходит к выводу о необходимости разработки новых подходов к созданию аграрной политики государства и установлению курсов ее влияния на общественно-экономические процессы, протекающие в селе.

Ключевые слова: Северо-Кавказский федеральный округ, сельские территории, устойчивое развитие, государственная политика.

The article examines the main problems in the development of rural areas on the example of North Caucasian Federal district. The analysis of key legal acts, which allowed to establish strategic objectives and coping mechanisms in rural development. The author comes to the conclusion about necessity of development of new approaches to the creation of agricultural policy and establishing courses of its impact on socio-economic processes in the village.

Key words: North Caucasus Federal district, rural territory, sustainable development, public policy.

Большое количество скопившихся основных проблем в становлении сельских регионов страны обуславливает необходимость разработки новых подходов к созданию аграрной политики государства и установлению курсов ее влияния на общественно-экономические процессы, которые протекают в селе.

В этой связи за последние несколько лет утверждены и приняты ключевые акты, позволяющие установить стратегически важные цели и механизмы преодоления трудностей в развитии села. Следует отметить ключевой национальный проект «Развитие АПК», Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства», ФЦП «Социальное развитие села до 2013 года», Государственную программу развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы, Концепцию устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года.

К наиболее значимым целям Государственной программы развития

сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы (далее – Программа) относится:

– стабильное развитие села, рост занятости и степени жизни сельских жителей;

– рост конкурентоспособности отечественных сельскохозяйственных товаров на базе финансовой надежности и совершенствования сельского хозяйства, ускоренного развития стратегически важных секторов сельского хозяйства;

– сбережение и возобновление эксплуатируемых в сельскохозяйственном производстве земельных и иных природных ресурсов.

К ключевым задачам Программы относят:

– формирование условий для стабильного становления села;

– качественный рост универсальных условий деятельности сельского хозяйства;

– содействие ускоренному совершенствованию развития его стратегически важных секторов, рост его финансовой надежности;

– модернизация методов и способов регулирования рынка сельскохозяйственных товаров, сырья и продовольствия.

Предпосылки достижения ожидаемых параметров развития сельского хозяйства в 2013-2020 гг. подразумевают наличие следующих тенденций и курсов. К примеру, производство продуктов сельского хозяйства во всех категориях хозяйств к 2020 г. (в соответствующей оценке) должно увеличиться по сравнению с 2014 г. на 24,2%. В 2016-2018 гг. должен осуществиться ежегодный рост скорости производства продуктов сельского хозяйства, а в 2019-2020 гг. – их поддержание и упрочнение.

Среднегодовому увеличению объема продуктов сельского хозяйства за 5 лет следует равняться примерно 4%. Увеличение продуктов сельского хозяйства, прежде всего, будет обеспечено посредством повышения объемов производства в животноводстве на базе формирования качественно нового технологического фундамента, эксплуатации новейшей технологической техники для совершенствования животноводческих ферм, а также посредством накопления генетического потенциала продуктивности отечественного животноводства и форсированного формирования соответствующей кормовой основы.

Позитивное воздействие на увеличение объемов производства продуктов сельского хозяйства окажет рост инвестирования. Максимальный их прирост в сельское хозяйство, который наблюдающийся в 2011-2012 гг. следует отнести к итогам осуществления приоритетного национального проекта «Развитие АПК». В 2014-2020 гг. увеличение инвестирования сельское хозяйство должно пролонгироваться.

К ключевым предпосылкам достижения ожидаемых темпов роста общественно-экономического развития сельского хозяйства на период до

2020 г. относится:

– реализация курсов, которые определены приоритетным национальным проектом «Развитие АПК», зависимая от выделения средств на их развитие, которые предусмотрены Программой;

– совершенствование кормовой базы на основе производства культур, которые обеспечивают кормопроизводство белком, позволяющее значительно сократить связь увеличения производства товаров животноводства и птицеводства с импортными закупками белковых составляющих;

– форсированный переход к эксплуатации новейшего высокопроизводительного и ресурсосберегающего оборудования, а также к формированию при участии органов власти регионов РФ, которые осуществляют регулирование АПК, зональных технологий аграрного производства;

– изменение финансовой ситуации у сельхозпроизводителей и совершенствование их материально-технического оснащения;

– рост платежеспособности сельхозпроизводителей;

– увеличение производительности труда на базе побуждения к применению новейших технологий, модернизация производства, а также организации труда и управления;

– формирование предпосылок сельскохозяйственным и иным товаропроизводителям АПК для инвестиций в совершенствование и техническое перевооружение производства.

Концепция устойчивого развития сельских территорий России на период до 2020 года сосредотачивает некоторые ключевые общегосударственные функции обозначенных экономических систем.

К таким функциям относятся производственная, демографическая, трудоресурсная, жилищная, пространственно-коммуникационная, функция общественного контроля над сельским районом.

Среди задач государственной политики в сфере стабильного становления села стоит выделить:

– формирование позитивных общественно-экономических предпосылок для реализации деревней ее выше обозначенных общегосударственных функций и целей территориального совершенствования;

– стабильное укрепление сельской экономики, рост результативности сельского хозяйства и вклада деревни в экономику государства и благосостояние соотечественников;

– рост занятости, степени и качества жизни сельских жителей, а также соответствие сельских жизненных нормативов городским;

– приостановление процесса депопуляции, поддержание количества сельских жителей и рост ожидаемой продолжительности жизни;

– уменьшение межрегионального и внутрирегионального

расслоения в уровне и качестве жизни сельских жителей;

– улучшение и целесообразность эксплуатации природных ресурсов и охрана природы;

– поддержка и увеличение культурного потенциала сельских районов.

Реализацию государственной политики в сфере стабильного развития села на период до 2020 года предполагалось осуществлять в две стадии: до 2013 и до 2020 года.

Совокупность утвержденных актов образует основу для стимулирования совершенствования села в среднесрочной перспективе. Его исполнение в практической деятельности государства содействовало активизации деятельности секторов растениеводства и животноводства, однако не обеспечило в полном объеме вывода сельских хозяйств из упаднического положения.

Основополагающее решение проблем села, и поддержание его стабильного развития подразумевает подготовку совокупной долгосрочной стратегии стабильного развития села, обязательно предусматривающей региональный разрез. Важнейшие курсы стратегии стабильного развития села обозначены на рис. 1.

При ограниченности ресурсов как фундаментальную стратегию становления села Северо-Кавказского федерального округа (СКФО) следует рассмотреть стратегию, которая основана на создании «точек роста» за счет реализации инноваций (новейших технологий, современных видов организации производства и управления, новейших схем реализации произведенных товаров и т.п.). Ядром стратегии то, что организационно-финансовые и другие ресурсы не распыляются, а сосредотачиваются и выделяются на создание «точек роста», которые оказывают благоприятное мультипликативное действие на становление села.

«Точки роста» рационально создавать в районах высокого насыщенного товарного производства всех видов сельскохозяйственных товаров. Обозначение «точек роста» следует осуществлять на базе паспортизации крестьянских (фермерских) хозяйств для определения хозяйств, которые способны изготавливать конкурентоспособные товары, а также определения нерентабельных хозяйств.

Рисунок 1 – Важнейшие курсы стратегии стабильного развития села.

Теоретически подтвержденная стратегия стабильного становления сельского хозяйства, которая создана на базе обобщения накопленного зарубежного и российского опыта, даст возможность внедрить новейшие приемы и способы совершенствования конкурентоспособности компаний АПК.

Ключевым из методов конкурентоспособности компаний АПК считается интенсивно подготавливаемая многими современными иностранными и российскими учеными теория кластерной стратегии развития, которая позволит в полном объеме использовать межотраслевую природу нынешнего сельскохозяйственного производства, принять во внимание их крепкую взаимосвязь и получить в итоге комплексный синергетический эффект.

Использованные источники:

1. Албеков Х.Н. Управление устойчивым развитием социально-

экономической инфраструктуры сельских населенных пунктов (на материалах СКФО): диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.05. – Нальчик, 2014. – 171 с.
2. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы (Утверждена Постановлением Правительства Российской Федерации от 14 июля 2012 г. № 717).
3. Исраилов М.В. Федеральные программы и проекты развития сельского хозяйства и его отраслей // Электронное научно-практическое периодическое издание «Экономика и социум». – 2015. – №6(19). – С. 115-125.
4. Исраилов М.В. Приоритетные направления государственной поддержки сельского хозяйства региона // Электронное научно-практическое периодическое издание «Экономика и социум». – 2015. – №6(19). – С. 125-128.
5. Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года. (Утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 ноября 2010 г. № 2136-р).

Алимова О.В., к.соц.н.
Хизбуллина Р.Р., к.соц.н.
доцент
кафедра «Социология, политология и право»
Казанский государственный энергетический университет
Россия, г. Казань

ВЛИЯНИЕ СОСТАВА СЕМЬИ НА УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ УСЛОВИЯМИ ЖИЗНИ ПЕНСИОНЕРОВ (РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

Аннотация: В данной статье приведены выдержки из цикла публикуемого социологического исследования по вопросам социального самочувствия пенсионеров в современной России. В данной выдержке рассмотрены особенности материальной удовлетворенности и обеспеченности пенсионеров, опубликованы результаты исследования. Результаты публикуются в зависимости от состава семьи и процента к опрошенным респондентам.

Ключевые слова: социологическое исследование, материальная обеспеченность, пенсия, респондент, социальные условия.

В рамках социологического исследования качества жизни и социального самочувствия пенсионеров [1], как демографической группы было определено, что большинство опрошенных пенсионеров замечают ухудшения основных сторон жизни после выхода на пенсию. Так материальная обеспеченность после выхода на пенсию ухудшилась у 49,8% опрошенных, питание у 34,4%, обеспеченность одеждой у 44,9%, жилищные

условия у 17,2%, возможности для развлечения и отдыха у 43%, ухудшения же условий жизни в целом отмечают 41,7% опрошенных респондентов.

При этом улучшилась материальная обеспеченность у 15,3% респондентов, а у 28,2% - не изменилась, питание улучшилось у 9,1%, и не изменилось у 52,4%, обеспеченность одеждой улучшилась у 7%, и у 40,2% - остались неизменными. Жилищные условия у большинства опрошенных (70,9%) остались неизменными, а улучшились лишь у 5,8% опрошенных пенсионеров.

Согласно проведенному опросу 87,9% респондентов живут в собственных квартирах, 7,8% - в собственных домах, 2% в квартирах детей, 0,6% в домах детей, 0,8% в съемных квартирах, о,2% в съемных комнатах.

Возможности для развлечения и отдыха улучшились у 6,3 %, у 29,3% - остались неизменными. Условия жизни в целом улучшились у 8,2% пенсионеров и остались неизменными у 34% опрошенных респондентов (см. рис.1.).

Рис.1. Изменения условий жизни респондентов с момента выхода на пенсию (в зависимости от состава семьи, % к опрошенным респондентам) [2].

В зависимости от возраста респондента мы видим, что чем старше респондент, тем меньше он замечает улучшений в материальной обеспеченности, так среди пенсионеров в возрасте до 60 лет улучшения замечают 21,2%, в то время как среди людей старше 70 лет уже 12,3%. Ухудшения в материальной обеспеченности замечают 32,7% молодых пенсионеров и с возрастом это показатель растет до 60,8%.

Питание и обеспеченность одеждой в основном зависит от материальной обеспеченности и именно поэтому с возрастом также замечаются ухудшения с возрастом.

С возрастом пенсионеры отмечают ухудшения в жилищной

обеспеченности среди пенсионеров 5 возрасте 55-59 - 6,3% , а среди пенсионеров ст. 70 лет - 27,9%.

Условия жизни в целом с возрастом также оцениваются хуже. Так среди молодых пенсионеров улучшения замечаются у 12,4%, а у взрослых пенсионеров 6,5%. Ухудшения среди молодых заметили 22,7%, в то время как у пенсионеров в возрасте 70 лет и старше 54,8%.

Таким образом, в зависимости от состава семьи определено, что чем больше состав семьи респондента, тем у после выхода на пенсию у него улучшаются условия для развлечения и отдыха. Так у одиноких респондентов, возможности для развлечения и отдыха улучшились у 6,4%, тогда как у респондентов из больших семей уже данный показатель равен 13,8%.

Следовательно, изменения условий жизни в целом также лучше оценивается у пенсионеров из больших семей. Мы видим, что лишь 8,2% одиноких респондентов показывают улучшения в условиях жизни в целом, тогда как в больших семьях этот показатель равен 12,5%.

Использованные источники:

1. *Алимова О.В., Хизбуллина Р.Р.* Особенности ценностных ориентаций и досуговой деятельности пенсионеров в современных условиях // Теория и практика современной науки. - №9(15)-2016.
2. Николаева О.В., Хайруллина Ю.Р. Семья как фактор социализации пенсионеров (на материалах КСИ в г. Казани). // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. - 2011. - № 4. - С. 308-312.

Анастасова А.С.
магистрант 1го курса
Никушина А.Н.
магистрант 1го курса
Павлова А.С.
магистрант 1го курса
Сарафанов А.Д.
магистрант 2го курса
Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог

ТЕКУЧЕСТЬ КАДРОВ КАК ПРОБЛЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Статья посвящена проблеме текучести кадров на российских предприятиях, рассмотрены её основные причины и последствия. Предложены рекомендации по минимизации последствий и причин текучести персонала.

Ключевые слова: текучесть кадров, управление персоналом, кадровая политика предприятия.

Anastasova A.S.
Master student
South Federal University,
Russia, Taganrog
Nikushina A.N.,
Master student,
South Federal University,
Russia, Taganrog
Pavlova A.S.
Master student
South Federal University,
Russia, Taganrog
Sarafanov A.D.,
Master student,
South Federal University,
Russia, Taganrog

Staff turnover AS A PROBLEM OF PERSONNEL MANAGEMENT

The article deals with the problem of staff turnover at Russian enterprises, considered its main causes and consequences. Recommendations to minimize the effects and causes of employee turnover.

Keywords: employee turnover, personnel management, personnel policy of the enterprise.

В современных социально-экономических условиях серьезной проблемой, стоящей перед руководителями компаний от малого до крупного бизнеса, является значительный уровень текучести кадров, под которой понимается показатель, фиксирующий уровень изменения состава работников предприятия вследствие увольнения и перехода на другую работу по личным мотивам [1, с.895].

Считается, что уровень текучести кадров варьируется от отрасли, вида деятельности компании или даже специфики отдела. Стоит отметить, что среди низкоквалифицированного персонала уровень текучести кадров выше, нежели среди квалифицированных специалистов, административного и управленческого персонала. Некоторые эксперты полагают, что нормой текучести персонала является показатель от трех до семи процентов.

Также на уровень текучести кадров может оказывать влияние не только специфика деятельности компании, но и её возраст. Так, в молодых компаниях текучесть кадров может достигать двадцати процентов и это будет считаться нормой.

Текучесть кадров является серьезной проблемой для службы управления персоналом и организации в целом, поскольку в настоящее

время для того, чтобы найти и обучить потенциального сотрудника, требуются большие финансовые и временные затраты. Кроме того, высокий процент текучести кадров ослабляет конкурентную позицию компании на рынке и может снизить инвестиционную привлекательность компании.

Перед службой управления персоналом стоит важная задача определения причин текучести кадров и снижения её последствий.

Однозначные мотивы текучести кадров определить невозможно, поэтому при увольнении причина уточняется у сотрудника. Тем не менее, выделяют наиболее часто встречающиеся причины:

- ✓ Некачественная работа службы управления персоналом. Недобросовестный подход к выбору кандидата зачастую приводит к последующему увольнению и открытию вакансии заново.
- ✓ Проблемы с адаптацией. В случае возникновения такой проблемы, сотрудник принимает решение покинуть организацию еще до окончания испытательного срока.
- ✓ Неудовлетворительные условия труда. Естественно, персонал желает выбрать наиболее комфортные условия труда из всех возможных вариантов.
- ✓ Несоответствие выполняемой работы и уровня занимаемой должности. Такое явление вызывает в работнике чувство несправедливости, снижает его личную эффективность и порождает мысли о смене работы.
- ✓ Неудовлетворенность руководством. Личная неприязнь, разные взгляды на методы управления могут выступить причинами скоропостижного увольнения.
- ✓ Отсутствие карьерного и профессионального роста. В современных условиях, когда человек на первое место ставит свои личные интересы и возможность саморазвития, а не только достижение материальных благ, отсутствие профессионального роста может быть основной причиной высокой текучести кадров.
- ✓ Психологический климат в коллективе оказывает большое влияние на эффективность и мотивацию работников, неблагоприятный психологический климат внутри компании также рассматривается как важная причина повышения текучести кадров.
- ✓ Неудовлетворительная работа сотрудника. Обратная ситуация, когда начальство не устраивают личные качества или компетенции работника, что становится причиной увольнения.

Исходя из вышеописанных причин, руководству следует придерживаться следующих рекомендаций по их минимизации и устранению:

1. Необходимо обеспечить компанию высококвалифицированными специалистами в области управления кадрами, которые смогут организовать качественный подбор персонала, разработать и внедрить систему адаптации и наставничества;
2. Для профессионального роста сотрудников полезно проводить

ротацию работников, как горизонтальную, так и вертикальную;

3. Можно внедрить практику проектного управления и создавать из работников временные группы для реализации проектов;

4. Использование собственных работников в качестве консультантов в различных областях деятельности компании позволит показать ценность данных специалистов для компании;

5. Руководству российских компаний следует обратиться к японскому опыту ведения бизнеса и обеспечить причастность сотрудников к решению корпоративных вопросов. Это вызывает лояльность работников к своей компании;

6. Необходимо обеспечить сотрудников конкурентоспособной заработной платой и реализовывать на практике программу материальных поощрений и бонусов.

Победить текучесть кадров без индивидуального подхода к каждому сотруднику очень тяжело, поэтому руководителям следует проводить регулярные встречи с сотрудниками для контроля ситуации с персоналом на предприятии.

Подводя итог, можно сказать, что персонал – это главный ресурс организации и именно руководство должно быть заинтересовано в эффективном управлении своими сотрудниками, поскольку от этого зависит и уровень текучести кадров на предприятии и, как следствие, финансовые показатели, конкурентоспособность и перспективы компании.

Использованные источники:

1. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. — М.: Книжный мир, 2003. — 895 с.
2. Лысков А.Ф. Текучесть персонала: причины, последствия, способы оптимизации / Изд-во: Финпресс, № 3, 2004.
3. Клейменова Л.В. Проблемы формирования кадровой политики в условиях кризиса / Известия Иркутской государственной экономической академии, № 5, 2009.

Аракчеева З.В., к.пед.н.
доцент
кафедра «Всеобщей истории»
Магнитогорский государственный
технический университет им. Г.И. Носова
Привалова Т.В.
студент 4 курса
«Институт гуманитарного образования»
Россия, г. Магнитогорск

ПРОФИЛАКТИЧЕСКАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Аннотация: В статье проводится краткий анализ возникновения и развития оздоровительного туризма, как одного из наиболее популярных

направлений индустрии туризма. Исследуются формы, виды оздоровительного туризма, а также описываются страны, в данное время являющиеся лидерами на рынке оздоровительных услуг.

Ключевые слова: туризм, оздоровление, оздоровительный туризм, гиподинамия, SPA, wellness, fitness, check-up-программы.

Abstract: the article briefly analyses the emergence and development of health tourism as one of the most popular areas of the tourism industry. Explores the forms, types of health tourism, and describes the country at this time are leaders in the market of Wellness services.

Key words: tourism, recreation, health tourism, lack of exercise, SPA, wellness, fitness, check-up program.

В условиях ухудшения экологии, а также многочисленных хронических заболеваний, связанной с гиподинамией и неправильным питанием, с каждым годом все более востребована организация оздоровительного туризма. Само понятие «оздоровления» в последнее время становится краеугольным камнем организации многих сфер человеческой деятельности, начиная от дошкольного образования и вплоть до проведения физкультминуток и выдачи лечебных киселей на промышленных предприятиях.

Аналогичная ситуация складывается и в сфере туризма. Направление оздоровительного туризма, как инновационное направление (по отношению к пляжному туризму) появилось еще в античные времена (паломничества к святилищу бога-врачевателя Асклепия, палестры, бани и т.д.), а в странах Европы, к сожалению, в этом аспекте значительно опережающих нашу страну, курортология, как основа оздоровительного туризма стала развиваться еще с 17 века.

При этом в рамках развития всемирной курортной индустрии России, стала активно развиваться лишь во второй половине 20-го столетия, первоначально преимущественно как одна из составляющих, дополнительных элементов к классическому пляжному туризму посредством новых форм лечения (оздоровления) - SPA, wellness, fitness [1].

В общий список услуг санаторно-курортных учреждений часто включается (иногда – за дополнительную плату), так называемые «check up» программы. Такие программы могут помочь осуществить полное обследование организма или детальное обследование определённой системы органов. Программа «check up» может быть полной или специфической. Комплексные программы «check up» позволяют ежегодно получать полноценную и подробную «картину» состояния организма и его базовых функций. Полные программы «check up» – основа профилактики наиболее опасных и распространённых болезней (проблемы с сердцем, сосудами, лёгкими и др.).

Специфические программы «check up» необходимы для контроля состояния при определённых заболеваниях. Например, программа «Чек ап» на рак у женщин или у мужчин, или программа «check up» при диабете.

Здесь все обследования сосредоточены на органах-мишенях данного заболевания. Потребность в прохождении таких мини-обследований «check up», 1 или 2 раза в год, есть в случае особенной предрасположенности к заболеванию (отягощённая наследственность или радиоактивное облучение служит поводом для обследований на рак) или при наличии хронического заболевания (например, сахарный диабет) для его контроля.

Можно пройти комплексное обследование организма и в других странах. Особенно популярны такие государства как: Израиль, Германия, Таиланд и Южная Корея. Во всех этих государствах программы имеют свои особенности, которые могут кому-то подойти больше или наоборот оказаться совершенно неподходящими. Так, программа «чек ап» в Израиле будет стоить пациенту около 4,5 тысяч долларов и выше. И эта цена ещё не учитывает затраты на перелёт и проживание.

Программа «check up» в Германии может быть настолько подробной, что туда войдёт МРТ всего тела. Может быть сделан и очень сокращённый перечень обследований, который обойдётся в 1500 евро, однако в нём не все найдут необходимый список анализов. Программы «check up» в Германии разделяются на классы по перечню обследований, и пациент может выбрать один из них [5].

В настоящее время наибольшей популярностью пользуются оздоровительные курорты, которые предлагают несколько лечебно-оздоровительных направлений, это преимущественно SPA-курорты и SPA-отели. При этом последние часто находятся не только непосредственно в специализированных курортных зонах, но также и в крупных городах, предоставляя в качестве дополнительных услуг (помимо услуг проживания) еще и услуги по релаксации и оздоровлению организма.

Оздоровительный туризм предполагает программы оздоровления не только больным людям, но и подходит для вполне здорового населения в качестве поддержания здорового тонуса организма, профилактики различных заболеваний. На ряде курортов все больше становятся популярными wellness-программы (антистрессовые, оздоровительные, косметологические) практически для всех категорий населения с различными заболеваниями и в профилактических целях. Ежегодно большим спросом пользуются на морских курортах отели с услугами талассотерапии (направление альтернативной медицины, основанные на лечебных свойствах морского климата, морской воды, водорослей, морских грязей и других продуктов моря для лечения многих хронических заболеваний).

Сегодня к лечебно-оздоровительным курортам предъявляется ряд дополнительных требований, к числу которых, А.В. Бабкин в первую очередь относит:

1) наличие природных лечебных факторов, обеспечивающих нормальное функционирование курорта;

2) необходимые технические устройства и постройки для

рационального применения курортных факторов (бассейны, грязелечебницы, пляжи и т. д.);

3) специально приспособленные помещения для лечения и жилья (санатории, дома отдыха);

4) наличие лечебно профилактических учреждений, обеспечивающих медицинское обслуживание больных и отдыхающих;

5) наличие оздоровительных учреждений, спортивных сооружений и площадок и др. [3].

Основными курортными факторами оздоровительного туризма являются: ландшафтно климатические условия; лечебные грязи; минеральные воды.

Все курорты можно разделить на 6 типов: 1. Бальнеогрязевой курорт. 2. Бальнеоклиматический курорт. 3. Бальнеологический курорт . 4. Грязевой курорт. 5. Климатокумысолечебный курорт. 6. Климатический курорт, разделяемый на приморский климатический и горный климатический курорт [3].

В современном мире наиболее известны европейские центры лечебно-оздоровительного туризма: Чехия в области санаторно-курортного лечения (Карловы Вары); в Германии и Израиле - программы «check up» и др., связанные с общей диагностикой организма, а также курорты Мертвого моря; в Австрии и Швейцарии наиболее известны горные и бальнеологические курорты (последние знамениты также и в Италии); во Франции – популярные центры талассотерапии (Виши, Эвиан). Также активно развиваются направления оздоровительного туризма в Польше, Словакии, Венгрии, Румынии, Болгарии. Морские оздоровительные туры весьма популярны на курортах Испании, Греции, Турции.

В США наиболее известные (правда, преимущественно для самих американцев) бальнеологические курорты. Климатические курорты развиты на островах центральной Америки (Куба, Багамы, Доминиканской республике).

На Африканском материке оздоровительный туризм стал активно развиваться только за счет увеличения количества туристов в уже известных зонах отдыха и оздоровления (например, в Египте, Тунисе, Марокко, Кении и ЮАР.

Достаточно развита инфраструктура оздоровительного туризма в странах СНГ. В первую пятерку самых популярных у российских туристов курортов входят: Иссык-Куль(Киргизия), Боровое(Казахстан), Нарочь(Белоруссия), Каспийское море(Азербайджан), озеро Севан (Армения). В России лечебно-оздоровительные центры регионов (Сочи, Крыма, Геленджика, Анапы, Кисловодска).

В последние годы быстрыми темпами развивается оздоровительный туризм и в станах Азии: (Индия, Китай, Сингапур, Таиланд, Малайзия). Как правило, оздоровительный туризм в данных регионах включает в себя достижения восточной медицины [6].

На территории Челябинской области, можно выделить санатории и пансионаты: «Карагайский бор»; «Тургояк»; «Дальняя дача»; «Сунгуль»; «Урал»;«Кисегач», «Еловое», «Увильды»; «Сосновая горка», «Жемчужина Урала», пансионат с лечением «Утес»; кумысолечебный санаторий «Солнечный». Помимо курортных местностей в нашей области в Челябинске имеется центр реабилитации пострадавших от радиации, а в городе Магнитогорске - бальнеогрязелечебница в курортной поликлинике[2].

Таким образом, лечебно-оздоровительный туризм на данном этапе является одним из самых перспективных направлений в индустрии туризма. Причины его все возрастающей популярности заключается в росте значений профилактики, учений об индивидуальном сохранении здоровья человека и в целом так называемой моде на здоровый образ жизни.

Использованные источники:

1. Аракчеева З.В. География туризма: учебно-методическое пособие в двух частях для студентов, обучающихся по специальности «Социально-культурный сервис и туризм», «Туризм», «Документоведение и архивоведение»/Часть I. М -Магнитогорск: ФГБОУ ВПО «МаГУ», 2013. -92 с
2. Аракчеева З.В. Туристско-рекреационные ресурсы Челябинской области//Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм. 2013. № 1. С. 62-65.
3.Бабкин А.В. Специальные виды туризма. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2015. - 252 с.
4. Лечебный и оздоровительный туризм // http://tourfaq.net/travel-business
5.Комплексное медицинское обследование CHECK UP http://checkupmed.ru/stati/programmy-check-up/check-up-programmy (дата обращения: 19.10.16г).
6. Яруллин Р.М. Проблемы и направления современного лечебно-оздоровительного туризма // http://tourfaq.net/travel-business (дата обращения: 19.10.16г)

Асадуллина Д.Р.
студент 3 курса
Шапошникова Р.Р.
ассистент
ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»
Россия, г. Уфа

УПРАВЛЕНИЕ ПРИРОДНЫМИ РЕСУРСАМИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В данной статье отражается суть управления природными ресурсами в муниципальном образовании. На примере г.Уфа рассмотрены проблемы управления природными ресурсами, а так же предложены пути их решения.

Актуальность темы исследования обусловлена следующими факторами:

1. Наличием воли государства, проявляющейся в стремлении

государственной власти сформировать эффективное государственное управление природными ресурсами в муниципальных образованиях Российской Федерации, которая соответствовала бы самым высоким требованиям, предъявляемым законодательством и вызовом времени.

2. Потребностями практики управления в разработке конкретных рекомендаций, направленных на совершенствование управления природными ресурсами в муниципальных образованиях, что отражается в стратегических документах Российской Федерации.

3. Несовершенством правового обеспечения управления природными ресурсами в муниципальном образовании, отсутствие строгой системы нормативно-правовых актов, которые обеспечивали бы эффективное управление природными ресурсами на территории конкретного муниципального района.

4. Отсутствием серьезных монографических исследований, посвященных проблематике управления природными ресурсами в муниципальном образовании.

Целью представленного исследования является изучение и выявление проблем в области управления природными ресурсами в муниципальном образовании, разработка конкретных путей их решения.

Объектом исследования является совершенствование управления природными ресурсами в муниципальном образовании.

Предметом исследования общественные отношения, складывающиеся в процессе совершенствования управления природными ресурсами в муниципальном образовании.

Современное управление на государственном уровне сопряжено с проведением определенных действий по отношению к территориям и ее составляющим. Одним из стратегических приоритетов социально-экономического развития регионов Российской Федерации является эффективное и качественное территориальное управление. На региональном уровне особое место в его структуре отводится местному самоуправлению .

В соответствии с Конституцией РФ существуют три уровня территориального управления в России:

федеральный - РФ;

региональный - субъекты РФ;

муниципальный - муниципальные образования.

В этих условиях стратегическое планирование не только становится основой других видов планирования, выступающих важнейшим элементом территориального развития, но и ориентирует на комплексный учет конкретных социально-экономических проблем. Российский подход к современному стратегическому планированию муниципальных образований опирается на имеющиеся традиции долгосрочного территориального планирования с применением современных технологий, основанных на принципах и методах стратегического управления. Рост уровня и качества жизни жителей в муниципальных образованиях представляет собой главную

целевую устремленность в отечественной и зарубежной практике стратегического планирования, выступает как общая цель документов стратегического планирования. Придание подобной целевой направленности является крайне позитивным моментом с точки зрения охвата им интересов всех жителей, борьбы с бедностью и укрепления социального единства путем выравнивания уровней жизни населения [2].

Главная цель стратегического планирования социально-экономического развития муниципальных образований - выход на самодостаточный уровень развития. Это выбор приоритетов развития на основе использования запасов. Большая роль отводится определению типа стратегии в реализации процедуры планирования. Наличие стратегического плана развития как индикатора систематической и надежной работы администрации муниципальных образований позволяет предприятиям, осуществляющим свою деятельность на территории муниципального образования, вкладчикам прогнозировать перспективы развития своей деятельности [4].

Ключевой проблемой при этом является недостаток опыта стратегического планирования, комплексного подхода к определению целей и приоритетов перспективного развития муниципальных образований, недостаточная квалификация кадров.

Природно-ресурсный, экономико-географический, инвестиционный, бюджетный и демографический потенциалы являются основой, на которой развиваются экономико-социальные отношения. В условиях поднимающейся социальной неоднородности, различий в обеспеченности ресурсами, необходимости сближения территорий для формирования единого социально-экономического пространства резко встает вопрос об определении новых подходов в управлении социальным развитием муниципальных образований и разработке стратегии повышения его эффективности.

Использованные источники:

1. О муниципальной службе в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 02.03.2007 N 25-ФЗ: принят Гос. Думой 7 февраля 2007 г.: одобр. Советом Федерации 21 февраля 2007 г.: (ред. от 05.10.2015) // СПС «Консультант Плюс». Версия Проф.

2. Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов [Электронный ресурс] : указ Президента РФ от 28 апр. 2008 г. № 607 : (ред. от 14.10.2012) // СПС «Консультант Плюс». Версия Проф.

3. Об охране окружающей среды [Электронный ресурс]: Федеральный Закон от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ: принят Государственной Думой 20 декабря 2001 г.: одобрен Советом Федерации 26 декабря 2001 г.: (ред. от 29.12.2015 г.)// СПС «Консультант Плюс»

4. ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЗАКЛЮЧЕНИЯ И РАСТОРЖЕНИЯ БРАКА С УЧАСТИЕМ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН И

ЛИЦ БЕЗ ГРАЖДАНСТВА *Валиева А.Р., Есина К.С.* В сборнике: ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ НАУКИ И ОБЩЕСТВА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ Ответственный редактор Сукиасян Асатур Альбертович . 2015. С. 187-190.
5. СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНЫХ ИНТЕРЕСОВ В СИСТЕМЕ ВЛАСТНО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ *Валиева А.Р.* автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук / Башкирский государственный университет. Уфа, 2007
6. РОЛЬ АТЭС В МЕЖДУНАРОДНОМ СОТРУДНИЧЕСТВЕ *Нартдинова Э.Р., Валиева А.Р.* В сборнике: ЭВОЛЮЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2015. С. 338-339
7. ПРОБЛЕМА УСЫНОВЛЕНИЯ ДЕТЕЙ, ОСТАВШИХСЯ БЕЗ ПОПЕЧЕНИЯ РОДИТЕЛЕЙ, ГРАЖДАНАМИ ИНОСТРАННЫХ ГОСУДАРСТВ, ГДЕ РАЗРЕШЕНЫ ОДНОПОЛЫЕ БРАКИ *Валиева А.Р., Грушко А.Д., Нартдинова Э.Р.* Экономика и социум. 2014. № 2-5 (11). С. 12-14
8. ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНТЕРЕСОВ ГОСУДАРСТВА В ДЕЛАХ О НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ (БАНКРОТСТВЕ) *Валиева А.Р.* В сборнике: Научное обеспечение устойчивого функционирования и развития АПК материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием в рамках XIX Международной специализированной выставки "АгроКомплекс-2009". ответственные за выпуск: Р.С. Гизатуллин, Г.Х. Ибрагимова. 2009. С. 315-317
9. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ *Ахметзянов И.М., Валиева А.Р.* В сборнике: Актуальные вопросы в научной работе и образовательной деятельности сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 10 томах. 2015. С. 10-11
10. ЗНАЧЕНИЕ УЧАСТИЯ РОССИИ В ФОРУМЕ АТЭС *Нартдинова Э.Р., Валиева А.Р.* В сборнике: ЭВОЛЮЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2015. С. 339-341
11. ПРОБЛЕМЫ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ *Андриянова А.А., Гарифуллина А.Ф.* NovaInfo.Ru. 2015. Т. 1. № 30. С. 198-200
12. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ *Гарифуллина А.Ф.* В сборнике: Состояние, проблемы и перспективы развития АПК Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 80-летию ФГОУ ВПО Башкирский ГАУ. Министерство сельского хозяйства РФ, Министерство

сельского хозяйства РБ, Башкирский государственный аграрный университет. 2010. С. 187-189
13. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНЫМ ИМУЩЕСТВОМ *Гарифуллина А.Ф., Мухаметдинова Э.Р.* В сборнике: Актуальные вопросы развития социально-экономических систем в современном обществеМатериалы международной научно-практической конференции: в 2-х частях. Редколлегия: А. Н. Плотников, А. В. Постюшков, Л. А. Тягунова. 2013. С. 42-43
14. ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИИ *Ханнанова Т.Р., Гарифуллина А.Ф.* В сборнике: Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности в агропромышленном производстве Материалы Всероссийской научно-практической конференции в рамках XVII Международной специализированной выставки "АгроКомплекс-2007". 2007. С. 300-302
15. РОЛЬ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ *Гарифуллина А.Ф., Хайдарова Л.Р.* В сборнике: Развитие информационных технологий и их значение для модернизации социально-экономической системы Материалы международной научно-практической конференции. 2011. С. 39-42
16. ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА *Гарифуллина А.Ф., Миннегулова А.Р.* NovaInfo.Ru. 2015. Т. 2. № 30. С. 24-26
17. РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ *Гарифуллина Э.Ф., Ханнанова Т.Р.* Право и политика. 2012. № 9. С. 1565-1571
18. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АГРАРНОЙ ПОЛИТИКИ В РФ *Ханнанова Т.Р.* Мир и политика. 2013. № 2 (77). С. 4
19. БАНКОВСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК (ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ) *Ханнанова Т.Р.* Уфимский научный центр РАН. Уфа, 1998
20. ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ В СИСТЕМЕ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА РОССИИ *Дулясова М.В., Ханнанова Т.Р.* Нефть, газ и бизнес. 2010. № 2. С. 67-69
21. СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АГРАРНОЙ ПОЛИТИКИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ИНДИКАТИВНЫЙ АНАЛИЗ *Ханнанова Т.Р.* Политика и общество. 2013. № 3. С. 282-293
22. НОВАЯ ПАРАДИГМА СОБСТВЕННОСТИ: ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ *Ханнанов Р.А.* Право и политика. 2011. № 4. С. 694-708
23. ЗАКОН САМОРЕГУЛЯЦИИ ПРИРОДЫ И ЕГО ЗАКОНОМЕРНОСТИ: ТЕОРЕТИКО-ЭМПИРИЧЕСКИЙ И ПРАВОВОЙ АСПЕКТЫ *Ханнанов Р.А.*

и Право и политика. 2010. № 9. С. 1637-1652
24. КОНЦЕПЦИЯ ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ И ПРИОРИТЕТНОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ *Ханнанов Р.А.* Право и политика. 2010. № 12. С. 2214-2222
25. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ: ОБОСНОВАНИЕ НОВОГО ПОНИМАНИЯ И СОДЕРЖАНИЯ *Ханнанов Р.А.* Право и политика. 2011. № 6. С. 918-933
26. ПРИРОДА, ПРАВО, ЮРИДИЧЕСКИЕ СОБЫТИЯ *Ханнанов Р.А.* Уфа, 2009

Ахметова Е.А.
магистрант
кафедра Менеджмента и маркетинга
ФГБОУ «УГАТУ»
Россия, г. Уфа

БРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

Современному рынку образования присуща высокая конкуренция. С каждым годом увеличивается объем спроса и предложения на образовательные услуги. Другими словами, существующая система образования характеризуется наличием разных по имиджу и репутации образовательных учреждений, при этом конкурентное преимущество ВУЗов и СУЗов базируется на, так называемом, бренде. Бренд учебного заведения еще сложное для понимания понятие, но нельзя не принимать во внимание тот факт, что сейчас практически все учебные заведения разделились на элитные, престижные и все остальные. Тут следует отметить, что само понятие «бренд» учебного заведения подразумевает уникальный и привлекательный для потребителей образ, который отражает именно отношение потребителей к услугам, оказываемым ВУЗом [1].

Эффективность деятельности образовательного учреждения на рынке определяется наличием четко сформулированной и верно выбранной стратегии развития. Для решения стратегических задач на Западе образовательные учреждения уже давно активно используют брендинг как эффективный механизм формирования и повышения конкурентоспособности, создания прочной репутации, которая усиливает доверие сотрудников и потребителей. Стивен Кумбер определяет стратегию брендинга как «долгосрочный план использования бренда в рамках маркетинговой стратегии компании» [3]. Пол Темпорал в своей монографии «Эффективный бренд-менеджмент» пишет о том, что «стратегия брендинга определяет фокус и направление управления брендами и предоставляет платформу, дающую менеджерам возможность обеспечивать последовательность всех видов деятельности, связанных с маркой» [2].

Проще говоря, под стратегией брендинга следует понимать комплекс

стратегических решений по управлению торговыми марками, в данном случае марка образовательного учреждения.

Для более детального рассмотрения понятия «брендинга образовательного учреждения» будет целесообразно обозначить этапы формирования бренда, которых выделяется четыре:

1. Позиционирование. С выходом на рынок образовательному учреждению необходимо прочно закрепиться в сознании потребителей по отношению к конкурентам. При этом ВУЗ или СУЗ должен:

а) Быть эффективным и представлять определенную ценность, то есть оправдывать ожидания потребителей и быть способным выпускать высококачественный образовательный продукт и услуги на рынок;

б) Определиться с приоритетами. Образовательное учреждение не может бесконечно расширять спектр предлагаемых специальностей, стоит выделить ключевые направления и постоянно их совершенствовать;

в) Обладать уникальностью. К ней можно отнести индивидуальность структурных подразделений, преподавателей и способов и форм организации учебных занятий.

г) Быть устойчивым, то есть гарантировать потребителю продолжительный период времени, в течение которого буду сохраняться высокие позиции.

Позиционирование бренда на рынке позволяет организации получить прибавочную стоимость, а также поднять его национальный и международный престиж в целом [1].

2. Персонализация бренда. На данном этапе следует уделить внимание узнаваемости бренда и созданию атрибутики бренда (история ВУЗа/СУЗа, истории успешных выпускников, логотип, фирменный стиль, лицо бренда, сайт). Так же важно обозначить индивидуальные черты, к которым следует отнести миссию учреждения, ценности, философию, ключевые компетенции, корпоративную культуру. Тут важно понять, что имидж рассматривается как единая система представлений о бренде.

3. Управление брендом. Бренд не может развиваться автономно, он постоянно требует к себе внимания со стороны специалистов. Бренд нужно постоянно совершенствовать, обновлять, делать его актуальным и повышать его стоимость. На этом этапе, конечно, не стоит забывать, о продвижении бренда, в том числе, о правильном выбор каналов коммуникаций и способов продвижения с учетом специфики позиционирования и целевой аудитории.

4. Оценка эффективности бренда. Об успешности бренда можно судить по динамике основных показателей, характеризующих развитие бренда. Учитывая специфику рассматриваемой сферы (образовательные услуги) можно выделить следующие критерии эффективности:

- успешность и профессионализм выпускников;
- известность работающего профессорского состава;
- высокий конкурс на бюджетное и платное обучение;
- постоянство контингента студентов;

-привлечение заведения к различным мероприятиям (научные выставки, конференции, участие в тендерах и патентах) и т.д.

Рост конкуренции на рынке труда и рынке образовательных услуг, изменение образца поведения потребителей, развитие современных информационных и коммуникационных технология побуждают учебные заведения к поиску новых решений по повышению конкурентоспособности и созданию конкурентных преимуществ. Очевидно, что возрастает роль систематической и целенаправленной работы российских ВУЗов и СУЗов над своим имиджем и брендом. Решение перечисленных задач может осуществляться при помощи брендинга как важнейшего инструмента маркетинга и управленческой технологии, призванной отражать, продвигать и поддерживать уникальные ценности, предоставляемые вузом потребителям и деловым партнерам. Брендинг применительно к вузу можно определить также как управленческий процесс, направленный на формирование и развитие у него особых материальных и нематериальных характеристик, которые позволяют выделиться в ряду конкурентов, быть уникальным [4]. Растущая конкуренция за абитуриентов и необходимость улучшения имиджа и поддержания высокой репутации заставляют вузы обращать возрастающее внимание на совершенствование своей маркетинговой деятельности [5].

Можно сделать вывод о том, конкурентоспособность современных учебных заведений будет устойчивой только при наличии сильного бренда, который предполагает положительный имидж образовательного учреждения и высокий уровень корпоративной культуры. При этом формирование положительного имиджа должно осуществляться с использованием технологий и инструментов маркетинга.

Использованные источники:

1. «Ученые заметки ТОГУ» Том 4, № 4, 2013
2. Эффективный бренд-менеджмент/ Пер. с англ. под ред. С.Г.Божук. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2003. – 320 с
3. Стивен Кумбер. Брендинг.- М.:Издательский дом «Вильямс», 2003
4. Неретина Евгения Алексеевна, Гвоздецкая Ирина Вячеславовна, Корокошко Юлия Владимировна Имидж и бренд вуза: взаимосвязь, особенности формирования и потенциал развития // Интеграция образования. 2015. №1 (78) С.13-21
5. Бикметов Е.Ю., Рувенный И.Я. Маркетинг взаимоотношений как концепция ориентации вузов на потребителей образовательных услуг // Управление экономикой: методы, модели, технологии. Четырнадцатая международная научная конференция: сб. науч. тр. Уфа: УГАТУ, 2014. С. 172-175.

Ахметова Е.А.
магистрант
кафедра Менеджмента и маркетинга

ФГБОУ «УГАТУ»
Россия, г. Уфа

БРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

Современному рынку образования присуща высокая конкуренция. С каждым годом увеличивается объем спроса и предложения на образовательные услуги. Другими словами, существующая система образования характеризуется наличием разных по имиджу и репутации образовательных учреждений, при этом конкурентное преимущество ВУЗов и СУЗов базируется на, так называемом, бренде. Бренд учебного заведения еще сложное для понимания понятие, но нельзя не принимать во внимание тот факт, что сейчас практически все учебные заведения разделились на элитные, престижные и все остальные.Тут следует отметить, что само понятие «бренд» учебного заведения подразумевает уникальный и привлекательный для потребителей образ, который отражает именно отношение потребителей к услугам, оказываемым ВУЗом[1].

Эффективность деятельности образовательного учреждения на рынке определяется наличием четко сформулированной и верно выбранной стратегии развития. Для решения стратегических задач на Западе образовательные учреждения уже давно активно используют брендинг как эффективный механизм формирования и повышения конкурентоспособности, создания прочной репутации, которая усиливает доверие сотрудников и потребителей.Стивен Кумбер определяет стратегию брендинга как «долгосрочный план использования бренда в рамках маркетинговой стратегии компании»[3]. Пол Темпорал в своей монографии «Эффективный бренд-менеджмент» пишет о том, что «стратегия брендинга определяет фокус и направление управления брендами и предоставляет платформу, дающую менеджерам возможность обеспечивать последовательность всех видов деятельности, связанных с маркой» [2].

Проще говоря, под стратегией брендинга следует понимать комплекс стратегических решений по управлению торговыми марками, в данном случае марка образовательного учреждения.

Для более детального рассмотрения понятия «брендинга образовательного учреждения» будет целесообразно обозначить этапы формирования бренда, которых выделяется четыре:

5. Позиционирование. С выходом на рынок образовательному учреждению необходимо прочно закрепиться в сознании потребителей по отношению к конкурентам. При этом ВУЗ или СУЗ должен:

а) Быть эффективным и представлять определенную ценность, то есть оправдывать ожидания потребителей и быть способным выпускать высококачественный образовательный продукт и услуги на рынок;

б) Определиться с приоритетами. Образовательное учреждение не может бесконечно расширять спектр предлагаемых специальностей, стоит выделить ключевые направления и постоянно их совершенствовать;

в) Обладать уникальностью. К ней можно отнести индивидуальность структурных подразделений, преподавателей и способов и форм организации учебных занятий.

г) Быть устойчивым, то есть гарантировать потребителю продолжительный период времени, в течение которого буду сохраняться высокие позиции.

Позиционирование бренда на рынке позволяет организации получить прибавочную стоимость, а также поднять его национальный и международный престиж в целом[1].

6. Персонализация бренда. На данном этапе следует уделить внимание узнаваемости бренда и созданию атрибутики бренда (история ВУЗа/СУЗа,истории успешных выпускников, логотип, фирменный стиль, лицо бренда, сайт). Так же важно обозначить индивидуальные черты, к которым следует отнести миссию учреждения, ценности, философию, ключевые компетенции, корпоративную культуру. Тут важно понять, что имидж рассматривается как единая система представлений о бренде.

7. Управление брендом. Бренд не может развиваться автономно, он постоянно требует к себе внимания со стороны специалистов. Бренд нужно постоянно совершенствовать, обновлять, делать его актуальным и повышать его стоимость. На этом этапе, конечно, не стоит забывать, о продвижении бренда, в том числе, о правильном выбор каналов коммуникаций и способов продвижения с учетом специфики позиционирования и целевой аудитории.

8. Оценка эффективности бренда. Об успешностибренда можно судить по динамике основных показателей, характеризующих развитие бренда. Учитывая специфику рассматриваемой сферы (образовательные услуги) можно выделить следующие критерии эффективности:

- успешность и профессионализм выпускников;
- известность работающего профессорского состава;
- высокий конкурс на бюджетное и платное обучение;
- постоянство контингента студентов;
-привлечение заведения к различным мероприятиям (научные выставки, конференции, участие в тендерах и патентах) и т.д.

Рост конкуренции на рынке труда и рынке образовательных услуг, изменение образца поведения потребителей, развитие современных информационных и коммуникационных технология побуждают учебные заведения к поиску новых решений по повышению конкурентоспособности и созданию конкурентных преимуществ. Очевидно, что возрастает роль систематической и целенаправленной работы российских ВУЗов и СУЗов над своим имиджем и брендом.Решение перечисленных задач может осуществляться при помощи брендинга как важнейшего инструмента маркетинга и управленческой технологии, призванной отражать, продвигать и поддерживать уникальные ценности, предоставляемые вузом потребителям и деловым партнерам.Брендинг применительно к вузу можно определить также как управленческий процесс, направленный на

формирование и развитие у него особых материальных и нематериальных характеристик, которые позволяют выделиться в ряду конкурентов, быть уникальным [4].

Можно сделать вывод о том, конкурентоспособность современных учебных заведений будет устойчивой только при наличии сильного бренда, который предполагает положительный имидж образовательного учреждения и высокий уровень корпоративной культуры. При этом формирование положительного имиджа должно осуществляться с использованием технологий и инструментов маркетинга.

Использованные источники:

1. «Ученые заметки ТОГУ» Том 4, № 4, 2013
2. Эффективный бренд-менеджмент/Пер. с англ. под ред. С.Г.Божук. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2003. – 320 с
3. Стивен Кумбер. Брендинг.-М.:Издательский дом «Вильямс», 2003
4. Неретина Евгения Алексеевна, Гвоздецкая Ирина Вячеславовна, Корокошко Юлия Владимировна Имидж и бренд вуза: взаимосвязь, особенности формирования и потенциал развития // Интеграция образования. 2015. №1 (78) С.13-21
5. ЭТИКА И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ МАРКЕТИНГА. Исмагилова В.С., Яппарова Д.И., Пацков А.Е.. Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уфимский государственный авиационный технический университет». Учебное пособие. Уфа, 2016.
6. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ HR-МЕНЕДЖМЕНТА ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ТЕХНОЛОГИЙ. Исмагилова В.С., Исмагилова А.Р. В сборнике: МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Уфимский государственный авиационный технический университет. 2015. С. 145-153.
7. МЕНЕДЖМЕНТ: ПОДГОТОВКА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА. Исмагилова В.С., Гумерова З.Ж.. Учебное пособие для студентов очной и заочной форм обучения, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 (080200.62) "Менеджмент" (профиль "Международный менеджмент") / Уфа, 2015.
8. ФОРМИРОВАНИЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ. Кашапова Э.Р., Исмагилова В.С. В сборнике: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА Материалы международной научно-практической конференции. 2015. С. 113-116.
9. ОСНОВЫ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Криони О.В., Исмагилова В.С. Учебное пособие. Уфа, 2016.

Бабаскина О.В.
главный государственный таможенный
инспектор Курской таможни
доцент
кафедра таможенного дела и мировой экономики
Солодухина О.И.
аспирант, преподаватель
кафедра таможенного дела и мировой экономики
Старых С.А.
аспирант, преподаватель
кафедра таможенного дела и мировой экономики
Юго-Западный государственный университет
Россия, г. Курск

ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ УЧАСТНИКА ВЭД НА САЙТЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ

Аннотация. В статье рассмотрены функциональные возможности автоматизированной системы «Личный кабинет участника ВЭД», реализованные на Официальном сайте ФТС России.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, участники ВЭД, личный кабинет, электронный документооборот

Babaskina O. V., chief state customs inspector of the Kursk customs
associate Professor of the Department of customs Affairs and the global economy
South-West state University
Russia, Kursk
Tsukanova N.E. candidate of economic Sciences, associate Professor
Head of the Department of customs Affairs and the global economy
South-West state University
Russia, Kursk
Kovarda V.V., candidate of physico-mathematical Sciences

associate Professor of the Department of customs Affairs and the global economy
South-West state University
Russia, Kursk

«PRIVATE OFFICE» OF PARTICIPANTS VED ON THE SITE OF THE FEDERAL CUSTOMS SERVICE

Annotation. The functionality of the automated system «private office» realized on the official website of the Russian FCS are described in the article.

Keywords: foreign economic activity, the participants of foreign economic activity, private office, electronic document

Информатизация различных направлений деятельности Федеральной таможенной службы Российской Федерации (ФТС России) продолжается на протяжении практически всей новейшей истории таможенной службы России. Десятилетиями оптимизируются информационно-программные средства, технический потенциал подразделений ФТС России, разрабатываются новые направления применения информационно-технического обеспечения для максимально эффективного выполнения возложенных на службу задач.

Сегодня использование различных Интернет-технологий и WEB-сервисов является одним из наиболее перспективных направлений по взаимодействию ФТС России с лицами, участвующими во внешнеэкономической деятельности (ВЭД).

Рассмотрим автоматизированную систему «Личный кабинет участника ВЭД» (Личный кабинет участника ВЭД, АС «Личный кабинет участника ВЭД», ЛК участника ВЭД, Личный кабинет), доступную на официальном сайте ФТС России (www.customs.ru).

АС «Личный кабинет участника ВЭД» предназначена для персонифицированного информационного взаимодействия участника ВЭД с таможенными органами. Система включает в себя ряд информационных сервисов:

– Административные правонарушения;
– Акцизные марки;
– Белые списки (Принятие решения о применении степени выборочности применения мер по минимизации рисков);
– Валютный контроль;
– Информирование о вывозе товаров;
– Информирование о выданных предварительных решениях и принятых решениях по классификации товаров по ТН ВЭД ЕАЭС;
– Калькулятор таможенных платежей;
– Классификация товаров, перемещаемых в виде компонентов;
– Лицевой счет;
– Отчетность владельца магазина беспошлинной торговли;

– Отчетность владельца таможенного склада;
– Отчетность по СВХ;
– Отчетность о деятельности таможенного представителя;
– Отчетность таможенного перевозчика;
– Отчетность уполномоченного таможенного оператора;
– Пассажирская таможенная декларация;
– Получение разрешений (ОЭЗ, ПОЭЗ);
– Получение информации о статусе задекларированного товара;
– Помещение (выдача, хранение) товаров на СВХ;
– Правообладатели;
– Предварительное информирование;
– Предварительное информирование в морских портах;
– Предоставление информации о максимальных и минимальных розничных ценах на табак;
– Разрешительные документы;
– Расчет сумм обеспечения уплаты таможенных платежей;
– Статистическое декларирование;
– Таможенная проверка;
– Таможенный транзит;
– Электронный архив;
– Электронное декларирование товаров;
– Электронное декларирование экспресс-грузов.

Необходимо отметить, что расширение возможностей предоставляемых Личным документом участника ВЭД осуществляется весьма активно. Так, ещё 1 сентября 2016 г. количество сервисов, реализованных в автоматизированной системе, было значительно меньше.

О важности рассматриваемой автоматизированной системы говорит внимание, уделяемое руководством Федеральной таможенной службы России развитию данного направления деятельности. Как указывает в интервью журналу «Таможня» начальник Главного управления информационных технологий ФТС России Д.В. Данилин, одним из наиболее значимых результатов работ по модернизации информационно-программных средств и формированию в них новых функциональных возможностей является то, что «в автоматизированной системе «Личный кабинет участника ВЭД» реализованы новые сервисы, в том числе наиболее востребованные. Это, например, «Лицевой счет участника ВЭД», позволяющий получить информацию об остатках денежных средств на счёте плательщика, сервис «Электронная таможенная проверка», реализующий полностью электронное взаимодействие с участником ВЭД в ходе проведения таможенной проверки» [1, 4].

Рассмотрим более подробно функциональные возможности АС «Личный кабинет участника ВЭД».

Сервисы Личного кабинета позволяют: формировать электронные документы (декларации, отчеты, уведомления, описи документов и др.); отправлять электронные документы в таможенные органы (ТО); хранить электронные документы; запрашивать и получать информацию из ТО [3].

Учитывая реализованный функционал, АС «Личный кабинет участника ВЭД» фактически является многофункциональной системой электронного документооборота между участниками внешнеэкономической деятельности и таможенными органами России.

Система проста в обращении и содержит довольно объемные рекомендации по её использованию.

Для работы со всеми Сервисами, кроме Сервиса «Калькулятор таможенных платежей», «Предварительное информирование» и «Предварительное информирование в отношении личного автомототранспортного средства» (в настоящее время отключен), необходимо наличие сертификата электронной подписи (ЭП), который можно получить в одном из Удостоверяющих центров, заключивших соглашение с СВУЦТО (Системой ведомственных удостоверяющих центров таможенных органов).

Сервис «Калькулятор таможенных платежей» может использовать физическое лицо без ЭП для предварительного расчета таможенных платежей по определённому коду товаров по ТН ВЭД ЕАЭС с учетом стоимостных, весовых характеристик, страны происхождения по действующему на определенную дату законодательству. При этом, в реальности, возможна корректировка платежей с учетом иных факторов, указывающихся в декларации на товары.

Кроме Сервиса «Калькулятор таможенных платежей», существует ещё один Сервис – «Пассажирская таможенная декларация», который предназначается для работы с ним физических лиц. Это один из новейших действующих сервисов ЛК участника ВЭД, введенный в действие в сентябре 2016 г. и позволяющий осуществлять информационное взаимодействие в электронной форме физического лица, декларирующего товары для личного пользования, перемещаемых в сопровождаемом, несопровождаемом или доставляемом перевозчиком, с применением пассажирской таможенной декларации в соответствии со ст. 355 Таможенного кодекса Таможенного союза (ТК ТС) [2].

Часть Информационных сервисов Личного кабинета находятся в отключенном состоянии, т.е. работы по реализации их работоспособности ещё окончательно не завершены. К ним относятся: «Расчет сумм обеспечения», «Акцизные марки», «Отчет импортёров табачных изделий. Предоставление информации о максимальных и минимальных розничных ценах на табак», «Белые списки (Принятие решения о применении степени выборочности применения мер по минимизации рисков)», «Предварительное информирование в отношении личного автомототранспортного средства».

Для полноценной работы с системой требуется в ней

зарегистрироваться, заполнив стандартную форму, при этом с сервисом «Калькулятор таможенных платежей» можно работать незарегистрированному пользователю.

Большинство Сервисов предназначены для их эксплуатации юридическими лицами с ЭП, кроме того, назначение многих из них предполагает наличие у лица определенного статуса: таможенный представитель, владелец таможенного склада, владелец склада временного хранения, владелец магазина беспошлинной торговли, правообладатель (его представитель) объекта интеллектуальной собственности, физическое лицо, декларирующее товары в личных целях, и т.д.

Для упрощения работы пользователя, при необходимости постоянного либо частого использования определённой группы Сервисов, в Личном кабинете предусмотрена возможность выбрать необходимые пользователю Сервисы в «Избранные», что позволяет оптимизировать работу с программой и снизить время на поиск необходимого Сервиса.

Например, декларант преимущественно будет использовать «Электронное декларирование товаров», «Электронный архив», «Валютный контроль», «Разрешительные документы»; перевозчик – «Предварительное информирование», «Предварительное информирование в морских портах», «Разрешительные документы», «Таможенный транзит»; Таможенный представитель – «Электронное декларирование товаров», «Электронный архив», «Разрешительные документы», «Отчетность о деятельности таможенного представителя»; и т.д.

Таким образом, автоматизированная система «Личный кабинет участника ВЭД», позволяющая осуществлять полноценный обмен электронными документами между участниками внешнеэкономической деятельности и таможенными органами Российской Федерации и их хранение, является современным практическим решением системы электронного документооборота. Она активно модернизируется в соответствии с современным таможенным законодательством.

Использованные источники:

1. Герасютина, О. Информатизация всему голова [Текст] // Таможня. 2016. № 20 [403]. С. 4-5.
2. Таможенный кодекс Таможенного союза (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 № 17) (ред. от 08.05.2015) [Электронный ресурс] // http://www.consultant.ru
3. Официальный сайт ФТС России: [Электронный ресурс]: http://www.customs.ru

Балашов Е.В., к.ю.н.
доцент
кафедра ГМУиП

Хубитдинова Н.Р.
студент 3 курса
ФГБОУ ВО БГАУ

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО(МУНИЦИПАЛЬНОГО)УПРАВЛЕНИЯ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ

АННОТАЦИЯ:

В данной статье рассматривается эффективность государственного управления в аграрном секторе и пути ее повышения. Значимость государственного управления возрастает в условиях рыночной экономики в связи с необходимостью решения задач. Государственная поддержка должна быть поставлена в прямую зависимость от внедрения и соблюдения передовых технологий, от степени модернизации производства.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

Государственное управление, аграрный сектор, эффективность управления, развитие агропромышленного комплекса, темп социально-экономического развития

Повышение эффективности системы государственного управления является одним из наиболее важных институциональных условий ускорения темпов социально-экономического развития страны. Актуальность темы связана с тем, что в современном этапе развития России характеризуется повышенным вниманием к проблеме эффективности государственной власти и управления.

Рациональное и эффективное государственное управление требует связанности целей, средств и итогов их реализации, так как только оно формирует кругооборот в системе государственного управления, рождает к нему доверие общества, людей и стимулирует управленческие процессы. В экономике главную роль играют такие подразделения, которые связаны с использованием земельных ресурсов и удовлетворением первоочередных потребностей человека. К ним относятся, прежде всего, сельское хозяйство, также, обслуживающие его отрасли, которые в совокупности образуют агропромышленный комплекс.

Государство может содействовать изменениям в агропромышленном производстве через государственные заказы, используя авансирование товаропроизводителей, централизованные инвестиции, концентрируя закупки в зонах с наиболее благоприятными природными условиями, формируя предпосылки для обеспечения потребностей регионов, поставок в федеральный фонд и на мировые рынки.

В условиях становления рыночных отношений значение хозяйственно-организаторской функции государства для развития отраслей аграрного сектора возрастает в связи с необходимостью урегулирования интересов аграрных предпринимателей и иных структур с интересами органов государственного управления, координирования их деятельности с целью удовлетворения интересов и потребностей всего общества.

Значимость государственного управления возрастает также в условиях рыночной экономики в связи с необходимостью решения задач организационно-экономического, научно-технического, социально-культурного и политического характера.

В настоящее время достижение стабилизации и развитие АПК включают и решение социальных проблем. За прошедшие с начала аграрного реформирования годы расширены земельные права граждан. Немало селян увеличили землепользование, а горожане стали владельцами садово-дачных земельных участков. Миллионы сельских жителей, где условно, а где фактически, стали владельцами земельных паев.

Изменение вектора господдержки позволит не только поднять на новый уровень сельхозпроизводство, но и пополнить бюджет, так как развитие технологической базы, модернизация отрасли, в свою очередь дадут колоссальную отдачу.

Государственная поддержка должна быть поставлена в прямую зависимость от внедрения и соблюдения передовых технологий, от степени модернизации производства. Это позволит начать в отрасли реальную, а не мифическую модернизацию, добиться технологического прорыва.

К социально-экономическим ориентирам повышения устойчивости финансовой системы в аграрном секторе регионов относятся:

1) стратегические задачи для повышения инвестиционной привлекательности регионов;

2) создание рабочих мест в аграрном секторе, повышение конкурентоспособности;

3) приоритетные направления развития (формирование межотраслевых инновационно-технологических кластеров);

Дополнительно к мерам, принимаемым Правительством Российской Федерации для повышения устойчивости денежной системы в аграрном секторе, предполагается сосредоточиться на решении таких задач как:- создание специальных кредитных линий; повышение доступности средне и долгосрочных кредитов; возможность предоставления государственных гарантий; развитие лизинга техники и оборудования, племенных животных; дальнейшее развитие агрострахования;- внедрение механизма мониторинга государственных средств, направляемых банкам; включение аграрии в перечень рекомендуемых отраслей для рефинансирования коммерческих банков под залог кредитных договоров.

Использованные источники:

1. Атаманчук Г.В. Управление- социальная ценность и эффективность: учеб. пособие/ - М.: Юнити, 2005- 388 с.
2. Зотов В.Б. Территориальное управление: методология, теория, практика. //М.: ИМ-ИНФОРМ.
3. Пикулькин А.В. Система государственного управления. Москва, 2000.
4. Черемушкин С.В. Государственное управление: учебник / С.В. Черемушкин,- М.: Проспект, 2008- 549 с

Батырев Д.Н., к.ф.н.
доцент
кафедра Теории и истории государства и права
Азукаева Б.А., к.ю.н.
доцент
кафедра Теории и истории государства и права
Дорджиева Д.А.
студент III курса
направление «Юриспруденция»
ФГБОУ ВО «Калмыцкий государственный университет
имени Б.Б. Городовикова»

РЕАЛИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ОХРАНЫ ТРУДА

Аннотация: В современный период все острее в обществе уделяется большое внимание вопросам охраны труда на производстве, постоянно возникают проблемы, которые касаются прав и обязанностей работников и работодателей, и именно государство должно взять на себя основные обязательства по государственному регулированию охраны труда.

Ключевые слова: государственная политика, нормативно-правовое регламентирование, охрана труда, ассекурация.

Начало 90-х годов происходит формирование современной модели государственного управления охраны труда в России. Причиной тому стал выбор в пользу рыночной стратегии развития экономики. На данный момент вышеназванный правовой институт уже обеспечил себя обширной правовой базой и богатой практикой.

Госуправление охраны труда определяют в качестве особого вида управленческих функций органов государства, которым законодатель предоставляет властные полномочия, призванные обеспечить безопасные условия и охрану труда работников в пределах своей компетенции. Благодаря своим полномочиям соответствующие органы наделяются той

волей, которая является обязательной для исполнения нижестоящими в общей системе управления государственными органами, органами местного самоуправления, их должностными лицами, юридическими лицами, а также гражданами[6] это подтверждается закреплением такой воли в нормативно-правовых актах.

Среди направлений государственной политики в области трудового права, а точнее в сфере охраны труда, государственное управление охраной труда является основным (ч. 1 ст. 210 ТК РФ), с помощью которого государственно-важные задачи для всех социальных государств могут быть решены: обеспечение справедливых условий труда, защита прав обеих сторон: работников и работодателей, улучшение благополучия работников. Соответственно, государственное управление охраной труда - это деятельность компетентных государственных органов, закрепленная в законодательстве.

Федеральный конституционный закон от 17 декабря 1997 г. N 2-ФКЗ «О Правительстве Российской Федерации» определяет правовой статус Правительства РФ. По положениям настоящего Закона, Правительство РФ - высший орган государства, стоящий на вершине единой системы исполнительной власти в России. Основными началами деятельности Правительства РФ являются принципы верховенства Конституции РФ, федеральных конституционных и федеральных законов, принципы народовластия, федерализма, гласности, разделения властей, ответственности, обеспечения прав и свобод человека и гражданина.

По составу Правительство РФ - коллегиальный орган управления, обладающий широкими полномочиями практически во всех сферах жизни общества и государства, не исключая и социальную сферу. К примеру, Правительство РФ выполняет функции по обеспечению проведения целостной социальной политики, обеспечения мер для воплощения трудовых прав граждан; по применению функций для реализации прав граждан на охрану здоровья, для обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия; по руководству работой федеральных министерств и иных федеральных органов исполнительной власти и контролю их деятельности; по утверждению положения о федеральных министерствах и иных федеральных органах исполнительной власти.

Конкретизация перечня полномочий Правительства РФ в сфере государственного управления охраной труда в ч.5 ст.216 ТК РФ является нововведением, закрепленным в ФЗ N 157-ФЗ[4]. Правительство РФ, а также компетентные федеральные органы исполнительной власти, придерживаясь направлений государства в упомянутой выше области, выполняют вытекающий ряд функций: ассекурация создания массива нормативно-правовых актов, устанавливающих базу деятельности государства в сфере охраны труда; создание целевых программ на федеральном уровне, призванных улучшить условия и охрану труда и контроль по их осуществлению.

Правительство РФ в сфере охраны труда играет важную роль. Это подтверждает издание за последнее десятилетие значительного массива нормативно-правовых актов, призванных регулировать различные аспекты охраны труда, принять экстренные меры улучшения условий труда работников, обеспечить работников средствами индивидуальной и коллективной защиты. Среди названного правового массива важно выделить: Постановление правительства, от 23 мая 2000 г. N 399 «О нормативных правовых актах, содержащих государственные нормативные требования охраны труда», устанавливающим систему нормативно-правовых актов, которые содержат установленные государством требования охраны труда, утверждающим перечень основных актов данной сферы и определяющий порядок разработки их федеральными органами исполнительной власти.

На основе указа Президента РФ от 9 марта 2004 г. N 314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» вопросами, затрагивающими труд и занятость, занимается Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации.

Положение о Министерстве труда и социальной защиты РФ утверждено Постановлением Правительства РФ от 31 мая 2012 г. №535 «Вопросы Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации».

Согласно Положению указанное Министерство вырабатывает политику государства, а также нормативно-правовое регламентирование в вытекающих областях: здравоохранение, социальное развитие, труд, защита прав потребителей, условия и охрана труда. Министерство труда и социальной защиты РФ обладает значительным спектром полномочий в области охраны труда, то есть оно правомочно утверждать нормативные акты, устанавливающие: порядок удостоверения на соответствие организации работ по охране труда нормативным требованиям охраны труда, определенных государством, и осуществление аттестации рабочих мест касательно условий труда; разделение видов экономической деятельности на классы профессионального риска; порядок осуществления обучения охране труда работников, руководителей организаций, работодателей - индивидуальных предпринимателей, контроля их знаний на предмет требования охраны труда; системы направления на обучение охране труда некоторых категорий работников, которые застрахованы от производственных несчастных случаев и профессиональных заболеваний; список услуг, касающихся охраны труда, для осуществления которых требуется аккредитация, и правил проведения аккредитации организаций, деятельность которых направлена на предоставление услуг в области охраны труда; предложения по формированию структуры и численности работников службы охраны труда в организации; правила по охране труда и типовые инструкции по охране труда, стандарты безопасности труда и др.

К числу специально уполномоченных государственных органов,

осуществляющих надзор и контроль за соблюдением законодательства об охране труда и не зависящих в своей деятельности от работодателей, относятся Федеральная инспекция труда, Федеральной службой по экологическому, технологическому и атомному надзору (Ростехнадзор)[5] государственная экспертиза условий труда, общественный контроль.

Для того чтобы государственный орган исполнял возложенные на него законодателем обязанности своевременно и полно, законодатель наделил его специальными полномочиями, так он имеет право на: запрос и получение в установленном порядке сведений, необходимых для принятия решений по вопросам своей компетенции; создание координационных и совещательных органы (советы, комиссии, коллегии), а также межведомственных, в соответствующей области деятельности и др.

Ст. 72 (подп. «к» п. 1) Конституции РФ относит трудовое законодательство в совместное ведении РФ и субъектов РФ. По положениям п. 2 ст. 76 Конституции РФ по предметам совместного ведения могут быть изданы федеральные законы и иные нормативные правовые акты субъектов РФ. Соответственно, государственное управление охраной труда помимо федерального, проводится еще и на региональном уровне.

Следует заметить активную деятельность субъектов РФ на пути развития законодательства в сфере охраны труда, так на данный момент большинство регионов России уже располагают законодательными актами, конкретизирующую компетенцию местных органов власти в указанной области.

Например, работу депутатов Народного Хурала Республики Калмыкия о внесении изменений в Закон Республики Калмыкия «О республиканской трехсторонней комиссии регулированию социально-трудовых соглашений» который был принят постановлением Народного Хурала (Парламента) Республики Калмыкия от 1 июля 2016г.[6].

Тенденция разделения полномочий в области охраны труда между федеральными органами и муниципальными образованиями считается вполне правильной, ведь кому как ни органам местного самоуправления понимать всё содержание отнесенных к их компетенции вопросов, они близки с реальными социально-экономическими условиями соответствующего территориального образования, в их силах оперативное реагирование на решение проблем, касающихся установления здоровых и безопасных условий труда, таким образом они смогут наиболее точно и полно обеспечить проведение основных направлений государственной политики в области охраны труда.

Но всё же, вопреки выработанной правовой базы и активной и повседневной деятельности вышеуказанных органов обстановка в сфере охраны труда в Российской Федерации определяется, как напряженная. Это объясняется высоким уровнем травматизма на производстве и профессиональными заболеваниями, которые сохраняют непреступную тенденцию к росту. По подсчетам примерно каждый пятый работник

выполняет свою деятельность на рабочем месте, которое не отвечает санитарно-гигиеническим требованиям, а это, как известно, может негативно повлиять на состояние рынка труда в целом, а также привести к тому, что качество ресурсов труда ухудшится, престиж некоторых профессий упадет, дефицит кадров вырастет, что приведет к тому, что на нашем рынке будут трудиться все больше и больше иностранных граждан.

Многим данная обстановка обязана недостаточностью эффективности в деятельности самих органов государственной власти. В их деятельности то и дело появляются непреодолимые препятствия, вызванные вследствие отсутствия согласованности в правовых предписаниях и дублирования полномочий различных органов власти. Первое место среди всех проблем, вызывающих соответствующие препятствия, занимает отсутствие на региональном уровне механизма должного финансирования мероприятий по охране труда.

К тому же, не стоит забывать о том, что для успешного выполнениях всех поставленных целей государственного управления охраной труда, обеспечения здоровых и безопасных условий труда следует постоянно обновлять научно обоснованной нормативно-правовой базы по охране труда, экологической, радиационной и пожарной безопасности, проводить политику усиления и расширения научно-исследовательской и методической работы на данном пути.

Всем известно, что Россия в настоящее время остро нуждается в модернизации системы государственного управления охраны труда. Образование сложенной современной структуры охраны труда является принципиально главной задачей и в рамках проведения концепции развития демографической ситуации в России, и в рамках создания инновационной российской экономики. По результатам мирового финансового кризиса, очевидно, что только сильному, компетентному и последовательному государственному управлению под силу обеспечить эффективную защиту жизни, здоровья и работоспособности российских граждан, их конституционного права на охрану труда.

Использованные источники:

1. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 года (с изм. на 21.07.2014г.) // «Российская газета» от 25 декабря 1993г., № 237.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.10.2016).
3. Указ Президента РФ от 9 марта 2004 г. N 314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти».
4.Федеральный закон от 22 июля 2008 г. N 157-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации и статью 26.3 Федерального закона «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации»
5. Постановление Правительства РФ от 30.07.2004 N 401 (ред. от

01.07.2016) «О Федеральной службе по экологическому, технологическому и атомному надзору».
6. Постановление Народного Хурала (Парламента) Республики Калмыкия от 1 июля 2016 года № 443-V газета «Хальмг Унн» от 5 июля 2016 года № 114 (17436).
7. Шептулина Н.Н. Новое законодательство об охране труда. М.: Юстицинформ, 2007г. С.272.

Бенгина П.М.
магистр
институт экономики и управления
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева
Россия, г. Самара

АНАЛИЗ ОТРАСЛИ ИНТЕРНЕТ- ЭКОНОМИКИ В РОССИИ

Статья посвящена анализу факторов, влияющих на состояние отрасли интернет- экономики. Проведен анализ взаимодействия политической, экономической, социокультурной и технологической сфер жизни с интернет-экономикой. Исследован уровень проникновения интернета в настоящее время, а так же проведен сравнительный анализ влияния интернет-маркетинга на состояние интернет- экономики в России в целом.

ИНТЕРНЕТ- ЭКОНОМИКА, ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГ, ИНТЕРНЕТ, ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ, PEST- АНАЛИЗ, ФАКТОР

Внешние факторы отрасли электронной коммерции РФ, оказывающие влияние на развитие отрасли в целом проанализированы с помощью инструмента PEST-анализ. Представленные ниже факторы относятся к национальному уровню, то есть охватывают весь масштаб Российской Федерации, что согласуется с национальным масштабом анализируемой отрасли.

Политические факторы: нестабильность и напряженность геополитической обстановки. Данный фактор оказывает существенное влияние на участников рынка электронной коммерции РФ, особенно на компании, имеющие импортную составляющую в своем ассортименте. Разрыв политических и экономических отношений со многими странами и введение санкций привели к сокращению набора товаров, вводимых в РФ,

что способствует сокращению ассортимента интернет проекта, если он представляет услуги интернет- магазинов и приводит в конечном итоге к падению выручки.

Законодательство в сфере электронной коммерции является неразвитым, противоречивым и зачастую неожиданно меняется. Так, отрасль электронной торговли до сих пор не имеет единого, понятного и прозрачного закона, который действовал бы одинаково для всех участников рынка. Это снижает общую эффективность деятельности, поскольку интернет-магазины, поставщики, рекламные агентства и другие проекты в сети интернет действуют на основе собственных стандартов работы, которые зачастую сильно отличаются. Также существует неопределенность законодательного регулирования иностранных компаний на российском онлайн- рынке. Это приводит к тому, что конкуренция между российскими и иностранными компаниями приобретает несбалансированный характер, поскольку иностранные игроки зачастую имеют возможность не платить налоги на территории РФ или таможенные пошлины .В дополнение участники рынка называют негативное влияние внезапных изменений в законодательстве. Например, принятый с 1 сентября 2015 года новый закон о защите персональных данных, предусматривающий перенос всех данных с зарубежных серверов в Россию. Данная процедура затронула более 50 % компаний, работающих в отрасли электронной торговли, и привела к дополнительным издержкам и перебоям в работе компаний.

Экономические факторы: уменьшение платежеспособного спроса. Целевой аудиторией интернет- магазинов является среднестатистический россиянин, доходы которого в реальном выражении, по данным Российского комитета статистики, сократились в 2015 году на 4 %, а в 2016 году прогнозируется дополнительное сокращение с возможным ростом данного показателя только после 2017 года. Таким образом, наблюдается значительное сокращение платежеспособности населения, которое в свою очередь ведет и к снижению спроса в отрасли электронной торговли РФ .

Социокультурные факторы: рост проникновения интернета в обыденную жизнь россиян подтверждают многие аналитики. Так, по данным фонда «Общественное мнение», на начало 2016 года аудитория российского интернета составила 80,5 миллионов человек (прирост за год 9,2 %), из которых 57% выходят в сеть каждый день (показатель также имеет прирост 9,3 % по сравнению с прошлым годом). Тенденция такова, что к 2020 году более 75 % россиян станут пользователями интернета. На рисунке 1 наглядно показана динамика уровня проникновения интернета в России .

Рисунок 1 - Уровень проникновения интернета в Москве и других городах России с населением более 100 тыс. человек

Таким образом, темпы роста составляют в среднем от двух до шести процентов ежегодно. Стоит отметить позитивное влияние данного фактора на развитие отрасли электронной коммерции, поскольку спрос на рынке электронной торговли напрямую связан с количеством пользователей интернета.

Исследователи отмечают рост доверия россиян как к интернету в целом, так и к платежам и покупкам в интернете. По данным исследования PayPal, среди всех российских пользователей интернета покупали что-либо через интернет 72 % (данные 2016 года, это на шесть процентных пункта выше, чем в 2015 году). Доля активных онлайн- пользователей, которые пользуются услугами онлайн сервисов также растет – с 50 % в 2015 году до 54 % в 2016. Со временем онлайн- платежи становятся такой же нормой, как и оплата пластиковой картой в магазинах.

Существует тенденция роста «мобильного интернета», то есть количества пользователей, использующих смартфон или планшетный компьютер для доступа в сеть. Более того, отмечен факт перераспределения аудитории от стационарных компьютеров и ноутбуков (минус 2 % за год до 65 % от всех пользователей) к мобильным гаджетам (до 47 %, рост 20 % за год). В 2015 году 15 % пользователей выходили в интернет только с мобильных устройств, а в 2016 году этот показатель составил 19 %.

Технологические факторы: неэффективность и неразвитость логистической сети в России выступает сильным фактором влияния на развитие онлайн- проектов. Огромные масштабы нашей страны предполагают, что, например, каждый интернет-магазин, стремящийся к эффективности, должен иметь качественную службу доставки, которая может доставить товар в любой населенный пункт РФ, в приемлемые сроки и за адекватную плату . Однако, такими возможностями обладают далеко не все транспортные компании и EMSслужбы, главная из которых «Почта России» - занимает монопольное положение и оказывает дорогие и неэффективные услуги .

Развитие технологий интернет- маркетинга также сильно влияет на разные индустрии, связанные с интернетом. Происходит всеобщая

интеграция различных рекламных инструментов, появляется «сквозная» аналитика данных по рекламным площадкам, происходит сдвиг от простого ответа на поисковой запрос пользователя к эффективному предугадыванию его действий. Данный тренд приводит к росту эффективности маркетинга в интернете, большему охвату аудитории и более качественной работе с потенциальными клиентами.

Сводные данные по результатам анализа приведены в таблице 1.

Таблица 1- Анализ отрасли электронной коммерции РФ

Группа факторов	Описание
Политические	– нестабильность и напряженность геополитической обстановки – законодательство в сфере электронной торговли – повышение государственного регулирования интернет- среды – увеличение налоговой нагрузки
Экономические	– уменьшение платежеспособного спроса – высокая инфляция – процесс глобализации экономики и интернет-среды – общая нестабильность экономической ситуации
Социокультурные	– рост проникновения интернета в обыденную жизнь россиян, особенно молодого поколения – повышение готовности потребителей делать покупки через интернет (в т.ч. рост спонтанных покупок) – рост интереса аудитории к мобильному интернету
Технологические	– неэффективность логистической сети – развитие технологий онлайн-маркетинга

Таким образом, необходимо учитывать вышеизложенные факторы про оценке отрасли интернет- экономики.

Использованные источники:

1. Гэд Томас. 4D Брендинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики.Ред. Г.Ивашевская, перевод с английского М.Аккая. — СПб.: AvelineFinlandOy, 2000. — 133 с.

2. Лакатос И. Фальсификация и методология программ научного исследования. - М.: Медиум, 1995

Бибарсова Р.Р.
студент 3 курса
экономический факультет
Каримова Л.Р.
студент 3 курса

экономический факультет
Нуретдинов И.Г., к.э.н.
доцент
экономический факультет
Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия им. П.А. Столыпина
Россия, г. Ульяновск

ГРЮНДЕРСТВО (МОШЕННИЧЕСТВО), ПЕРИОД СТАНОВЛЕНИЯ ЦЕННЫХ БУМАГ

Аннотация: в статье рассматриваются проблемы мошенничества, а так же период становления ценных бумаг.

Ключевые слова: *финансовый рынок, грюндерство, экономический рынок, ценные бумаги, структура, фондовые рынки.*

Bibarsova RR, 3rd year student of the Faculty of Economics
Ulyanovsk State Agricultural Academy im.P.A.Stolypina,
Russia, Ulyanovsk
Karimova LR, 3rd year student of the Faculty of Economics
Ulyanovsk State Agricultural Academy im.P.A.Stolypina,
Russia, Ulyanovsk
Nuretdinov IG, Ph.D., Associate Professor, Faculty of Economics
Ulyanovsk State Agricultural Academy im.P.A.Stolypina,
Russia, Ulyanovsk

GRUNDERZEIT (FRAUD), THE PERIOD OF FORMATION OF THE SECURITIES.

Abstract: The article considers the problem of fraud, as well as the period of the securities.

Keywords: financial market, Gründerzeit economic market, securities, structure, stock markets.

В нынешнее время, когда наша страна переходит к рыночной экономике, Российский рынок ценных бумаг находится на уровне развития, тому виной долгий застой, грюндерство и бездействие рынка. Но так как сейчас рынок развивается, это говорит о том, что и экономика России стала интенсивно двигаться вперёд. Привлечение свободных денежных ресурсов, юридических и физических лиц, и последующее их распределение-процесс, который осуществляется на уровне финансовых рынков.

Рынок ценных бумаг входит в структуру финансового рынка как составная часть, объединяя сегменты рынка капитала. Рынок функционирует и взаимодействует строго в соответствии с Федеральными законами Российской федерации. В соответствии со статьёй 143 ГК РФ к ценным бумагам относятся: государственная облигация, облигация, вексель, чек, депозитный и сберегательный сертификаты, банковская сберегательная книжка на предъявителя, коносамент, акция, приватизационные ценные

бумаги и другие документы, которые законами о ценных бумагах или в установленном ими порядке отнесены к числу ценных бумаг [8].

Точно неизвестно, когда в России возник рынок ценных бумаг, некоторые исследователи считают, что при Петре I, другие считают - в 1769 году, когда появились бумажные деньги.

Первый внешний заём состоялся с Голландией в 1769, а первый внутренний в 1809 году. Существовал государственный дефицит, и власти выпускали облигации для его сокращения. На тот момент в России существовало семь фондовых бирж. Ведущей была Петербургская биржа, больше всего операций осуществлялось на ней и курсы, принятые на этой бирже считались эталонными.

Первые российские акции появились в 1836 году. Страна в этот период переживала много исторических событий, таких как, отмена крепостного права, судебная реформа и т. д. всё это не могло не повлиять на облик страны.

Во второй половине XIX века в Петербурге начинают быстро образовываться акционерные компании. Если сравнивать Москву и Петербург, то к XX веку, в Москве функционировало только 7 банков, против 13 Петербургских. Баланс банков северной столицы превышал в 4 раза московские. Биржевая активность начала повышаться, когда компании, которые выпустили акции, смогли выплатить значительные премии. Люди из разных слоёв приобретали и перепродавали акции, начались спекуляции. Вскоре пришёл кризис, который явил начало нового периода развития денежного рынка и ажиотаж пропал.

В 1917 году случилась Октябрьская революция, установился новый режим, который изменил привычный уклад работы фондовой биржи. Коммерческие банки — национализировались.

Акции прежнего правительства обесценились и подверглись уничтожению. В 1923 году возобновилась торговля на бирже, но в 1928 году рынок ценных бумаг прекратил свою деятельность и до 1990 года, осуществлялись лишь государственные займы посредством выпуска ценных бумаг.

Рынок корпоративных ценных бумаг возродился в начале 90-х, так как начался процесс обращения государственной собственности в частную собственность. Условных этапов возрождения можно выделить три:

·I этап (1990—1992) — начинает формироваться законодательная база рынка ценных бумаг;

·I этап (1993 — нач. 1994) — акционерные общества запускают в оборот акции;

·II этап (2/1994—1995) — Биржевые торги акциями практически прекратились.

В 1996—1997 годы — на биржах Москвы возобновились торги негосударственными ценными бумагами. К торгам постепенно присоединялись региональные биржи. В декабре 1997 года, на ММВБ в

обращении находились 50 видов акций 33-х корпоративных эмитентов и 100 облигаций 40 субъектов РФ.

Август 1998 года — финансово-банковский кризис. В несколько раз снизились дневные обороты рынка ценных бумаг. В 1999 году рынок акций снова начал активно расти, быстро развивался и рынок корпоративных облигаций. В 1999 году Российские акции были признаны самыми быстрорастущими. Такой результат был, достигнут с помощью листинга ценных бумаг, что говорило об определённых гарантиях качества финансовых инструментов. [1]

Динамичное развитие легитимного фондового рынка началось лишь после возобновления роста российской экономики в начале 2000-х годов:

·2000 год — начало размещений на ММВБ (Московская межбанковская валютная биржа) облигаций ряда крупных российских банков и финансовых компаний;

·2001 год — возможность заключать и исполнять сделки РЕПО с корпоративными ценными бумагами;

·2002 год — начало торгов по облигациям внешних облигационных займов РФ (еврооблигациям);

·2004 год — общий оборот сделок на фондовой секции достиг $ 142 млрд. Был создан институт биржевых специалистов, призванный развивать ликвидность по акциям «второго эшелона»;

·2006 год — общий объём торгов на фондовом рынке составил более $ 500 млрд;

·2007 год — общий объём торгов на фондовом рынке составил более $ 1,1 трлн.;

·2008 год — суммарный объём торгов на всех рынках составил $ 5,8 трлн. [2]

Объём капитализации на данный момент говорит о том, что вполне реальной может стать цель попадания России к 2020 году в пятёрку крупнейших по капитализации финансовых рынков мира. Об этом мы можем судить исходя из того, что в 2011—2012 году роль финансового рынка в экономике стала значительнее. В 2012 году общий объём торгов на Фондовой бирже ММВБ составил 48 трлн. руб., включая оборот по акциям — 34 трлн. руб. (с учетом сделок РЕПО).

Проследив тенденцию исторического развития, состояние нормативно-правовой базы созданной для регулирования рынка ценных бумаг, и достигнутый уровень развития рынка, дают возможность судить о повышении конкурентоспособности отечественного рынка ценных бумаг.

Конкурентоспособность рынка ценных бумаг вскоре может стать признаком, по которому будут судить и о конкурентоспособности, непосредственно, самой страны. Поэтому в России очень важно сохранять долгосрочную финансовую конкурентоспособность, для сохранения политического суверенитета.

В наше время, люди боятся вкладывать деньги в ценные бумаги. Это

обусловлено многочисленными аферами. Хотя промышленность и производство развиваются, а брокерская деятельность вышла на новый уровень, не многие готовы рискнуть своими средствами ради получения прибыли от игры на рынке ценных бумаг. Но инвестиционные компании не упускают возможности привлечения дополнительных средств, предлагая всё новые и новые возможности вложения денежных средств. Экономическая ситуация в России за последние годы заметно изменилась, но этого мало для дальнейшего развития экономики. Экономическая безопасность страны не устояла под воздействием внешних неблагоприятных факторов. Мировая финансовая элита имеет внушительное влияние, поэтому финансово-экономический кризис остаётся трудно преодолимым.

Использованные источники:

1.Алехин Б.И. К вопросу об эффективности российского фондового рынка.// Бизнес и банки. 2011. № 2.
2.Бердникова Т.Б. Рынок ценных бумаг и биржевое дело: Учебное пособие. М, 2012.
3.Бывшев В., Слуцкий В. Технический анализ на российском рынке «голубых фишек» // Рынок Ценных Бумаг. 2012. № 17.
4.Костиков И. О направлениях развития российского финансового рынка // Мировая экономика и международные отношения. 2012. № 17.
5.Лауфер М. Глобализация финансовых рынков.// «Финансы и Кредит» 2010. № 6.
6.Петров М., Лютый Ю. Организация денежных расчетов по сделкам с ценными бумагами: проблемы и решения // Деньги и кредит. 2012. № 11.
7.Сребник Б.В. Рынок ценных бумаг: учебное пособие /. М. : КНОРУС, 2009. — 288 с.
8.Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 № 39-ФЗ (действующая редакция от 30.09.2013).

Бирюков С.А., к.сх.н.
доцент
кафедра экономики
«Российский государственный университет правосудия»
Северо-Кавказский филиал
Россия, г. Краснодар

ОПТИМИЗАЦИЯ СКЛАДСКОЙ ПОЛИТИКИ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ

В данной статье рассматривается проблема оптимизации складской деятельности предприятия, постоянного поиска инструментов для повышения эффективности функционирования склада. Приведены сравнительные данные с развитыми зарубежными странами. На практическом уровне в данной работе предложена оптимизация складской политики предприятия.

Ключевые слова: складская деятельность, система управления

складом, информационные системы, штрих-коды.

В условиях возрастающей конкуренции вопросы сокращения затрат и повышения качества обслуживания клиентов входят в перечень ключевых в деятельности современных дистрибьюторских компаний и розничных сетей. Одним из важных звеньев бизнес деятельности данного направления является склад, эффективность функционирования которого, в конечном итоге, оказывает влияние на эффективность бизнеса в целом. Поэтому вопросы оптимизации складской деятельности выходят на первый план. Низкая оборачиваемость складов, рост объемов грузопереработки, пересортица, а также возрастающий уровень требований к качеству складского сервиса вынуждают дистрибьюторов задумываться об инструментах повышения эффективности функционирования склада. Для решения таких проблем была предложена система управления складом.

Система управления складом (сокр. WMS от англ. Warehouse Management System) — система управления, обеспечивающая автоматизацию и оптимизацию всех процессов складской работы профильного предприятия.

Цели системы :

- Активное управление складом;
- Увеличение скорости набора товара;
- Получение точной информации о месте нахождения товара на складе;
- Эффективное управление товаром, имеющим ограниченные сроки годности;
- Получение инструмента для повышения эффективности и развития процессов по обработке товара на складе;

Рассмотрим оптимизацию использования складских площадей. Архитектура автоматизированной информационной системы управления складом построена по трехуровневому принципу:

- Интерфейс системы;
- Сервер базы данных;

Первый компонент представляет собой видимую для пользователя часть — интерфейс типа «человек-машина» — «клиентское приложение», с помощью которого пользователь осуществляет ввод, изменение и удаление данных, дает запросы на выполнение операций и запросы на выборку данных (получение отчетов).Второй компонент (скрытая от пользователей часть системы) — сервер базы данных, осуществляет хранение данных. Пользователь через клиентское приложение инициирует процедуру запроса на выборку, ввод, изменение или удаление данных в базе данных (БД). Третий компонент — бизнес-логика («задачи» или «процессы» — специализированные программы обработки) осуществляет инициированную пользователем обработку данных, и возвращает обработанные данные в БД, сообщая пользователю через экран клиентского приложения о завершении запрошенной обработки.

Территория склада разбивается на зоны по видам технологических операций в целях автоматизации процедур: приема, размещения, хранения, обработки и отгрузки товаров, что позволяет упорядочивать работу персонала на различных участках и эффективно распределять сферы ответственности.

На стадии внедрения в систему заносится описание физических характеристик склада, погрузочной техники, параметры всего используемого оборудования и правила работы с ним.

Все поступающие грузы помечены штрих-кодами. Проведение технологических складских операций под контролем системы производится на основании данных штрих-кодов, места хранения и погрузочной техники. Погрузочная техника и работники склада оснащаются радиотерминалами ввода-вывода данных, которые представляют собой переносной компьютер, общающийся с головным сервером системы по радиоканалу. Система может использовать любой из существующих типов кодов или печатать этикетки с внутренним штрих-кодом.

При проведении инвентаризации специалисты с помощью терминалов для сбора данных (ТСД) считывают штрих-коды, которые автоматически заносятся в базы данных приборов. Система учитывает все требования к условиям хранения при распределении мест хранения для поступающих на склад товаров. Например, могут учитываться влажность, температурный режим, сроки годности, производители, сроки реализации, поставщики, правила совместимости и любые другие параметры. WMS автоматически подбирает места хранения для принятых грузови формирует задания для работников склада. Задания поступают на экран радиотерминалов в виде элементарных поэтапных команд индивидуально для каждого работника.

Впервые в 2012 году был воплощен проект компанией LogistiX для "Бэст Прайс", владельца сети розничных магазинов "Fix Price"по автоматизации складских комплексов на базе WMS - систем на территории России в Московской области.

Уже в 2014 года компания LogistiX сообщила об автоматизации пятого логистического комплекса торговой сети Fix Price используя систему управления складом LEAD WMS 4.Проект реализован в Краснодарском крае.

Алгоритмы аналитики системы LEAD WMS помогают планировать деятельность распределительного центра без вмешательства сотрудников. Система управления автоматически оценивает ситуацию на складе в онлайн-режиме, формирует условия оптимальной работы персонала и подъемно-транспортного оборудования, выстраивает очередь заданий для сотрудников в соответствии с их приоритетами.

Эффективность WMS напрямую зависит от уровня внедрения информационных систем в управленческой деятельности предприятия. WMS успешно внедряется в такие инфо системы , как Парус, Галактика, 1С, поддерживает решения для бизнеса от Oracle.

Сегодня на Российском рынке известно более 60-ти WMS-систем. Наиболее известные из них: RS-Balance 3 WMS, EME.WMS, Solvo.WMS, Logiton WMS, Penta WMS.

Выбор WMS не так прост как кажется на первый взгляд. Не существует оптимального решения для всех складов.Для внедрения WMS необходимо привлекать опытных специалистов, только в этом случае внедрение не займет более 6-ти месяцев.

Актуальность использования данных систем растет с каждым днем.

Возможность применения этих систем в процессе управления процессами в сере использования и охраны земельных ресурсов и оценки их эффективности могут быт рассмотрены в контексте следующих исследований, проводимых различными авторами, например [4-11].

Современные WMS-системы имеют возможность идентификации товаров с использованием штрих-кодов и RF-меток. В системах внедрено управление с помощью мобильных устройств оснащенных Wi-Fi.

WMS — это новый шаг к идеальному электронному складу, в котором все операции «прозрачны», а человеческие ошибки исключены.

Использованные источники:

1. Аистова М.Д., Реструктуризация предприятий: вопросы управления. - М.: Альпина, 2010г.
2. Герчикова И.Н. Маркетинг: организация, технология. М. Высшая школа, 2011. - 258 с.
3. Демидов В. Е. Почему именно ФОССТИС!: Роль мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта в маркетинге. - М.: Ленпромбытиздат, 2010. 170 с.
4. Дудник Д.В. Основы экономического управления земельными ресурсами российской федерации \\ Монография / Дудник Д. В.. Ростов-на-Дону, 2009.
5. Дудник Д.В. Содержание экономического механизма государственного управления земельными ресурсами \\ Предпринимательство. 2009. № 4. с. 54-58.
6. Дудник Д.В. Управление земельными ресурсами \\ Монография. Краснодар, 2008.
7. Дудник Д.В. Правовое регулирование применения земельного налога как инструмента экономического управления земельными ресурсами российской федерации \\ Современное право. 2010. № 4. с. 96-100.
8. Дудник Д.В., Дудник Т.А. Повышение экономической эффективности использования сельскохозяйственных угодий в системе земельно-имущественных отношений российской федерации \\ Экономика и социум. 2013. № 4-1 (9). с. 497-501.
9. Дудник Д.В., Дудник Т.А. Формирование земельного участка в качестве объекта организационно-экономического механизма управления природопользованием: определение понятия \\ В сборнике: технологии разработки информационных систем трис-2012 материалы iii международной научно-технической конференции. 2012. с. 140-143.

10.Дудник Д.В. Оценочные критерии и критические факторы эффективности организационно-экономического механизма природопользования и охраны окружающей среды в российской федерации \ Управление собственностью: теория и практика. 2013. № 4. с. 9.
11.Дудник, Д.В. Механизм экономической оценки фактического воздействия нормативных правовых актов в Российской Федерации [Текст] / Д.В. Дудник // Экономика и социум. – 2015. – № 2-2 (15). – С. 218 – 220.

Бобрышева Е.С.
студент 3 курса
факультет «Финансы и кредит»
Дудник Т.А.
научный руководитель
Россия, г. Краснодар

ОРИГИНАЛЬНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ХОДЫ

Аннотация: в данной статье рассмотрены основные тенденции маркетинга и маркетинговые ходы, пользующиеся популярностью у современных маркетологов.

Ключевые слова: продвижение, маркетинг, оригинальные маркетинговые ходы, «SmartWi-Fi», «SmartCheckout».

Abstract: This article describes the main marketing trends and marketing courses that are popular with today's marketers.

Keywords: promotion, marketing, original marketing moves, «SmartWi-Fi», «SmartCheckout».

Технологии маркетинга не стоят на месте. Стремительным образом происходит обновление всех сторон маркетинговой деятельности. И если в сфере товарной политики внедрение новых технологий зависит от уровня развития науки и техники в данной отрасли, то в сфере коммуникационных составляющих маркетинга произошли изменения более глобальные. Те маркетинговые инструменты и подходы, которые работали еще несколько лет назад, сегодня кажутся безнадежно устаревшим, хотя основные законы и принципы коммуникаций остаются прежними.

В итоге с одной стороны, это привело к усложнению жизни маркетологов – теперь им необходимо следить за свежими трендами и технологиями, чтобы соответствовать духу времени. А с другой - новые маркетинговые инструменты позволяют отслеживать динамику практически любых показателей, а также прогнозировать и даже моделировать поведение аудитории, о чем 10-15 лет назад не приходилось и мечтать.[3]

До недавнего времени все предприятия в различной мере преимущественно строили свою маркетинговую политику на основе возможностей бюджета. В настоящее же время ситуация сменилась кардинально. Вести грамотную маркетинговую деятельность компании можно и при сравнительно малых бюджетах. Для этого необходимо лишь

изучить своего клиента и предложить ему тот набор ценностей через те каналы коммуникации, которые донесут послание как можно лучше.

Так, в настоящее время во главу любой маркетинговой активности ставится клиент – его потребности, интересы и запросы. Именно к изучению сущности потребительских характеристик и мотивов в настоящее время призывают все специалисты в сфере маркетинга. И применять полученные результаты требуется не в привычной манере, а вносить в коммуникационный процесс разнообразие и «удивлять» клиентов.[4]

В условиях насыщенности рынка по большинству товарных категорий, повышенной требовательности покупателей и высокой конкуренции именно применение нестандартных маркетинговых ходов дает наибольший положительный эффект.

Тем более актуальным становится пример успешных кампаний в условиях современного российского кризиса. И хотя текущее положение существенно отличается от кризиса 2008 г., на маркетинговую деятельность большей части отечественных предприятий сильно повлияли и нестабильность курса рубля, и введение санкций, и сложности кредитования. В итоге все большему количеству компаний в настоящее время требуется сконцентрироваться не на массовом привлечении новых клиентов, а на удержании старых. Предприятия все чаще отказываются от крупных имиджевых проектов в пользу недорогих, но эффективных инструментов маркетинга. Рассмотрим несколько примеров.

Одним из самых новейших способов взаимодействия с аудиторией является использование комплекса технологий и сети интернет. Так, современный маркетинг предлагает для компаний, функционирующих в сфере предоставления услуг общественного питания или развлечений использовать «SmartWi-Fi».[2] Указанная технология включает в себя сервисы, предназначенные для сбора информации по подключенным устройствам клиентов. Практически во всех компаниях в Москве и Санкт-Петербурге, а также в крупных региональных городах, услуга подключения к сети интернет для клиентов считается не просто желательной, а практически обязательной. Однако такой шаг подразумевает не только рост расходов на сеть, но и дает шанс получения дополнительной информации. Так при помощи «SmartWi-Fi» компания может собирать данные по статистике клиентов, их интересам.

Более того, данный инструмент может быть использован и для формирования лояльной аудитории. Так, при подключении клиента к сети, ему предлагается оставить отзыв на заведение в социальных сетях и получить за это определенные льготы (карту клиента, скидку и т.п.). При этом большая часть подобных отзывов не выглядит как рекламная информация, а именно создает впечатление «совета» или рекомендации, что усиливает коммуникационный эффект.

Кроме того, автопостинг (так называется размещение сообщения о заведении) решает сразу несколько задач. Во-первых, благодаря ему

увеличивается охват аудитории рекламного сообщения (охват за каждый день отображается в статистике), во-вторых, повышается доверие к заведению от потенциальных посетителей, которые видят, что их знакомый рекомендует его на своей странице.[1] В-третьих, внедрение самого маркетингового инструмента «SmartWi-Fi», дает возможность сбора информации по посетителям без выделения дополнительных средств на проведение исследований. Последнее особо важно для небольших заведений – уточнение портрета целевой аудитории позволяет корректировать маркетинговую стратегию.

Так, как сама суть сервиса предлагает потребителям скидку, то в условиях кризиса популярность ресурсов только возрастает. Для самого же рекламодателя такой маркетинговый ход – это достаточно быстрый и малозатратный способ увеличения выручки (отдельным компаниям удается увеличить приток клиентов в разы). При этом даже если не реализованы все купоны, предприятие получает большое количество рекламных контактов.

Оригинальным решением маркетинга является и еще одна новая технология – «SmartCheckout».[2] Данный инструментарий подразумевает совершенно новый способ коммуникаций с потребителем. Особо он актуален для крупных магазинов и супермаркетов. Суть его состоит в использовании особого программного обеспечения, которое, привязываясь к базе данных магазина, анализирует покупки и составляет список предпочтений потребителя. В итоге на кассовом чеке, кроме необходимой информации на заднем развороте размещаются маркетинговые предложения, наиболее соответствующие получившемуся портрету потребителя. Так, к примеру, молодым людям могут предлагаться купоны со скидкой на посещение кафе при торговом центре, а родителям маленьких детей (соответственно закупающих питания и иные детские товары) - предложения по посещению развлекательных площадок, детской комнаты и т.п.

Уникальность «SmartCheckout» состоит как раз в большой вариативности использования и глубоком маркетинге всего потока потребителей. Это маркетинговое решение способно стать новым источником доходов.

В случае экономии на внешних рекламных площадках, отдельные компании используют собственные ресурсы для продвижения услуг. Так, помимо привычных витрин, продуктовые магазины и кафе устраивают за стеклом очень привлекательные композиции с использованием макетов еды. Так, проходящие люди, случайно бросив взгляд на витрину, видят там красивую и аппетитную продукцию, что побуждает их к приобретению. Такой подход позволяет использовать самые простые потребности аудитории, но с использованием дополнительных маркетинговых решений уже внутри заведения, эффективность таких подходов достаточно велика.

Таким образом, можно сделать вывод о стремительном изменении маркетинговых инструментов, которые все чаще учитывают не только

потребности клиентов и их специфику, но и внешние обстоятельства и возможности компаний. Современнее условия российской экономики пока не радуют успешными прогнозами, однако даже в непростых условиях имеется целый ряд маркетинговых ходов, которые помогут компании решить текущие задачи за счет своей новизны и нестандартного подхода.

Использованные источники:

1. Валькова, Н. С. Изменения в инструментах маркетолога за 2011-2014 гг. Пример маркетинга ресторанов // Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2015. - № 1. - С. 20-27
2. Ерина Е. Д. Маркетинг публичных заведений в digital-среде // Маркетинговые коммуникации. - 2015. - № 3. - С. 154-160
3. Луценко М.П., Токмакова Е.Н., Гусарова Н.А. Креативный маркетинг - основа успешного предпринимательства// Технология и товароведение. - 2015. - № 5 (34). - С. 107-111.
4. Роздольская И.В. Целевая направленность креатив-маркетинга как инновационной технологии современного менеджмента в условиях становления новой социальной реальности// Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2015. - № 3 (55). - С. 29-35.

Богатырева В.Ю.
студент 4 курса
направление подготовки «Экономика»
профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Мордовский гуманитарный институт
Проказова Ю.Н.
студент 4 курса
направление подготовки «Менеджмент»
Шукшина Ю.А., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра менеджмента и экономики образования
ФГБОУ ВО «МГПИ имени М.Е. Евсевьева»
Россия, г. Саранск

АНАЛИЗ ИМУЩЕСТВЕННОГО ПОЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ДАННЫМ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА (НА ПРИМЕРЕ ООО ТОРГОВЫЙ ДОМ «ОБРОЧЕНСКИЙ»)

Статья посвящена анализу имущественного положения предприятия по данным бухгалтерского баланса, анализируется структура и динамика

активов и пассивов баланса.

Ключевые слова: бухгалтерский баланс, финансовое положение, внеоборотные активы, оборотные активы, собственный капитал, заемный капитал.

Bogatyreva V.Yu.
4th year student of direction of preparation "Economy"
profile "Accounting, analysis and audit" Mordovia Humanitarian Institute
Russia, Saransk
Prokazova Yu.N.
4th year student of direction of training "Management"
Federal state budgetary educational institution of higher education «Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva» Saransk
Scientific adviser:
Shukshina Yu, Ph.D.
Associate Professor, Department of Management and Economics of Education,
Federal state budgetary educational institution of higher education «Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva» Saransk

ANALYSIS OF PROPERTY COMPANIES ACCORDING TO THE BALANCE SHEET (BY THE EXAMPLE LLC TRADING HOUSE "OBROCHENSKY")

This article analyzes the property situation of the company on the balance sheet, analyze the structure and dynamics of the balance of assets and liabilities.

Keywords: balance sheet, financial position, non-current assets, current assets, equity, debt capital.

В современных условиях важнейшим элементом управления экономическим субъектом выступает системный анализ его финансового состояния [3]. Реальная оценка финансового состояния имеет огромное значение как для самих экономических субъектов, так и для заинтересованных пользователей. Подготовка аналитического отчета на основе анализа показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности позволяет своевременно предотвратить банкротство и улучшить основные финансовые показатели [2].

Проведём анализ имущественного положения ООО «Торговый дом «Оброченский». Охарактеризовать структуру имущества и источников его финансирования поможет анализ статей бухгалтерского баланса в динамике за ряд лет [1]. В таблице 1 представим агрегированный баланс.

Мы видим, что наблюдается увеличение имущества предприятия ежегодно в период с 2012 по 2015 год. Наибольшее увеличение произошло в 2015 году – на 19,59% или на 2282 тыс. руб. В 2015 году мы видим повышение темпов прироста до 10,50% или 1311 тыс. руб., что вызвано

значительным увеличением оборотных активов. Отметим, что в стоимости имущества на протяжении 3-х лет исследуемого периода наибольший удельный вес занимают оборотные активы. Рассмотрим более подробно изменения в структуре активов по данным рисунка 1.

Доля внеоборотных активов на ООО «Торговый дом «Оброченский» в 2013 г. составляла 45,56% (4865 тыс. руб.), в 2014 г. – 37,42% (4359 тыс. руб.). В 2015 г. она снизилась на 43 тыс. руб. и составила 30,98% (рис. 1).

Таблица 1 –Структура и динамика активов и пассивов баланса

	2013	2014	2015	Абсолютное отклонение, тыс.руб.		Относительное отклонение, %		Удельный вес, %		
АКТИВ Долгосрочные (внеоборотные) активы	4865	4359	4316	-506	-43	89,60	99,01	45,56	37,42	30,98
Основные средства	4865	4359	4316							
Текущие (оборотные) активы, всего	5822	7290	9615	1468	2325	125,21	131,89	54,52	62,58	69,02
В том числе: запасы	2827	2454	3234	-373	780	86,81	131,78	48,56	33,66	23,21
Дебиторская задолженность	1987	3358	4349	1371	991	169,00	129,51	70,29	136,84	31,22
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	1008	1478	2032	470	554	146,63	137,48	50,73	44,01%	14,59
БАЛАНС	10678	11649	13931	971	2282	109,09	119,59	100,00	100,00	100,00
ПАССИВ Собственный капитал	10026	11070	13357	1044	2287	110,41	120,66	93,89	95,03	95,88
Заемные средства, всего	661	579	574	-82	-5	87,59	99,14	6,19	4,97	4,12
Краткосрочные обязательства	661	579	574	-82	-5	87,59	99,14			
БАЛАНС	10678	11649	13931	971	2282	109,09	119,59	100,00	100,00	100,00

Рассматривая структуру внеоборотных активов в период 2012–2015 гг. мы видим, что на предприятии внеоборотные активы представлены только основными средствами.

Наибольший удельный вес оборотных активов наблюдается в 2015 г. – 69,02% (9615 тыс. руб.), что выше, чем в предыдущие годы –38,62% в 2012 г. что соответствует 3344 тыс. руб., 54,52% (5822 тыс.руб.) в 2013 г. и 62,58% (7290 тыс.руб.) в 2014 г.

По сравнению с 2013 г. в 2015 г. величина внеоборотных активов запасов увеличилась на 3793тыс. руб. Это вызвано, в первую очередь, с положительной динамикой величины дебиторской задолженности. Если в 2013 г. она равнялась 1987тыс.руб., то в 2014 г. ее величина увеличилась на 69% (на 1371тыс.руб.) и составила 3358тыс.руб. В 2015 г. темп прироста дебиторской задолженности снизился на 39,49% и составил 29,51%, величина дебиторской задолженности составила 4349тыс.руб. Кроме того, возросла величина денежных средств и краткосрочных финансовых вложений. В 2014 г. по сравнению с 2013 г. денежные средства и краткосрочные финансовые вложения увеличились на 46,63% (на 407 тыс. руб.), а в 2015 г. по сравнению с 2014 г. увеличилась на 37,48% (554 тыс. руб.). Стоит отметить динамику величины запасов – если в 2014 г. по сравнению с 2013 г. снизилась на 13,19% (на 373 тыс. руб.) и составила 2454 тыс. руб., то в 2015 г. по сравнению с 2014 г. она увеличилась на 31,78% (на 780 тыс. руб.) и составила 2032тыс.руб.

В основе капитала лежит подразделение на собственный капитал и заемные средства (рис. 2). В 2012 году наибольший удельный вес занимал собственный капитал, его доля составила 90,71%, в 2013 г.93,89% (10026 тыс. руб.), в 2014 году его доля увеличилась до 95,03% (11070 тыс. руб.), а в 2015 году достигла 95,88% (13357 тыс. руб.). Таким образом, мы видим увеличение доли собственного капитала в структуре капитала на протяжении рассматриваемого

Рисунок 2 – Структура капитала ООО «Торговый дом «Оброченский»

В структуре собственного капитала наибольший удельный вес занимает нераспределенная прибыль, на втором месте – уставный капитал. На протяжении рассматриваемого периода 2012 - 2015 гг. величина уставного капитала не изменялась и была равна 110 тыс. руб. Однако его удельный вес в течение периода имеет отрицательную динамику.

В 2013 г. доля уставного капитала равнялась 1,1%, в 2014 г. 0,99%, а в 2015 г. снижается до 0,82%. Это объясняется увеличением нераспределенной прибыли. По сравнению с 2013 г. в 2015 г. она возросла на 33,59% (на 3331тыс. руб.).

Для того, чтобы проводить эффективную финансовую деятельность невозможно обойтись без привлечения заемных средств. ООО Торговый дом «Оброченский» привлекает только краткосрочные заемные средства. В период с 2013 - 2015 гг. их величина незначительно снижается – в 2014 г. по сравнению с 2013 г. на 82тыс.руб.и достигает 579тыс.руб., а в 2015 г. по сравнению с 2014 г. на 5 тыс.руб., и достигает 574тыс.руб.

Таким образом, как структура активов, так и структура пассивов претерпела значительные изменения за анализируемый период, что не может не найти отражения в финансово-экономическом состоянии ООО «Торговый дом «Оброченский».

Использованные источники:

1. Шукшина Ю.А. Аналитические возможности бухгалтерской (финансовой) отчетности экономического субъекта Nauka-Rastudent.ru. 2014. № 12-1 (12). С. 28. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=22779029 (дата обращения: 20.10.2016)

2. Шукшина Ю.А. Методика анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности как одна из предпосылок укрепления финансового состояния экономических субъектов региона / В сборнике: Культурологический подход в экономико-правовом развитии региона XIV Макаркинские научные чтения. Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Мордовский гуманитарный институт".

2014. С. 673-680. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=21964811 (дата обращения: 20.10.2016)
3. Шукшина Ю.А., Гришина К.А. Значение анализа финансового состояния в системе управления экономическим субъектом / В сборнике: Инновационные тенденции, социально-экономические и правовые проблемы взаимодействия в международном пространстве материалы Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Н. И. Лушенкова. 2016. С. 165-170 URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=26281171 (дата обращения: 20.10.2016)

Богатырева В.Ю.
студент 4 курса
направление подготовки «Экономика»
профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Мордовский гуманитарный институт
Проказова Ю.Н.
студент 4 курса
направление подготовки «Менеджмент»
Шукшина Ю.А., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра менеджмента и экономики образования
ФГБОУ ВО «МГПИ имени М.Е. Евсевьева»
Россия, г. Саранск

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ДАННЫМ БАЛАНСА (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ «ОБРОЧЕНСКИЙ»)

Статья посвящена анализу финансовой устойчивости предприятия по данным бухгалтерского баланса, рассматриваются типы финансовой устойчивости и рассчитываются её коэффициенты.

Ключевые слова: бухгалтерский баланс, финансовая устойчивость, тип финансовой устойчивости, финансовые коэффициенты.

Bogatyreva V.Yu.
4th year student of direction of preparation "Economy"
profile "Accounting, analysis and audit" Mordovia Humanitarian Institute
Russia, Saransk
Prokazova Yu.N.
4th year student of direction of training "Management"
Federal state budgetary educational institution of higher education «Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva» Saransk
Scientific adviser:
Shukshina Yu, Ph.D.

Associate Professor, Department of Management and Economics of Education,
Federal state budgetary educational institution of higher education «Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva» Saransk

ANALYSIS OF FINANCIAL STABILITY ACCORDING TO BALANCE (BY THE EXAMPLE LLC TRADING HOUSE "OBROCHENSKY")

This article analyzes the financial sustainability of the enterprise according to the balance sheet describes the types of financial stability and its coefficients are calculated.

Keywords: balance sheet, financial strength, the type of financial stability, financial ratios.

Любой экономический субъект стремится к тому, чтобы его финансовое состояние являлось стабильными и устойчивым. Естественно оно зависит от результатов его деятельности по всем ключевым направлениям, в том числе по производственному, инвестиционному и финансовому направлениям. [3]

Финансовая устойчивость фирмы – это такое состояние ее финансовых ресурсов, их распределение и использование, которое обеспечивает развитие предприятия на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска. Поэтому финансовая устойчивость формируется в процессе всей производственно-хозяйственной деятельности и является главным компонентом общей устойчивости предприятия. Финансовая ситуация на предприятии характеризуется четырьмя типами финансовой устойчивости:

- абсолютная устойчивость финансового состояния;
- нормальная устойчивость;
- неустойчивое состояние;
- кризисное финансовое состояние.

Анализ типов финансовой устойчивости ООО «Торговый дом «Оброченский» представлен в таблице 1. На основании данных таблицы 1 можно сделать вывод, что в период с 2013 года по 2015 года предприятие находилось в устойчивом финансовом состоянии. Это подтверждается величиной коэффициента обеспеченности запасов собственными источниками средств меньше нормативного значения в единицу.

Таблица 1 – Анализ типов финансовой устойчивости

Показатель	Условное обозначение	2013	2014	2015
Капитал и резервы, тыс.руб.	Кс	10026	11070	13357
Внеоборотные активы, тыс.руб.	F	4865	4359	4316

Показатель	Условное обозначение	2013	2014	2015
Наличие собственных средств в обороте предприятия (стр.1-стр.2)	Есоб	5161,0	6711,0	9041,0
Долгосрочные обязательства, тыс.руб.	к'	0,0	0,0	0,0
Наличие собственных и долгосрочных заёмных источников формирования запасов и затрат (стр. 3 + стр.4)	Есос	5161,0	6711,0	9041,0
Краткосрочные кредиты и займы, тыс.руб.	К‘	661	579	574
Общая величина основных источников формирования запасов и затрат, тыс.руб. (стр.5 + стр.6)	Еоси	5822,0	7290,0	9615,0
Запасы, тыс.руб.	Z	2827	2454	3234
Излишек (+), недостаток (-) собственных средств в обороте, тыс.руб. (стр. 3 - стр.8)	±Есоб	2334,0	4257,0	5807,0
Излишек (+), недостаток (-) собственных и долгосрочных заёмных источников для формирования запасов, тыс.руб. (стр. 5 - стр.8)	±Есос	2334,0	4257,0	5807,0
Излишек (+), недостаток (-) общей суммы основных источников для формирования запасов, тыс.руб. (стр. 7-стр.8)	±Еосн	2995,0	4836,0	6381,0
Тип финансовой ситуации, в которой находится предприятие		Абсолютная		
Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками средств (стр. 3 / стр. 8)		1,8	2,7	2,8
Общая величина основных источников формирования запасов и затрат, тыс.руб. (стр.5 + стр.6)	Еоси	5822,0	7290,0	9615,0
Запасы, тыс.руб.	Z	2827	2454	3234
Излишек (+), недостаток (-) собственных средств в обороте, тыс.руб. (стр. 3 - стр.8)	±Есоб	2334,0	4257,0	5807,0
Излишек (+), недостаток (-) собственных и долгосрочных заёмных источников для формирования запасов, тыс.руб. (стр. 5 - стр.8)	±Есос	2334,0	4257,0	5807,0
Излишек (+), недостаток (-) общей суммы основных источников для формирования запасов, тыс.руб. (стр. 7-стр.8)	±Еосн	2995,0	4836,0	6381,0
Тип финансовой ситуации, в которой находится предприятие		Абсолютная		
Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками средств (стр. 3 / стр. 8)		1,8	2,7	2,8

В 2015 г. данный показатель был особенно высок и имел значение -2,8. Что свидетельствует об избытке собственных источников для покрытия запасов. Также на протяжении всего периода наблюдается отсутствие долгосрочных заемных источников для формирования запасов, однако, несмотря на это, предприятию достаточно и собственных средств. По сравнению с 2013 г. в 2015 г. их величина увеличилась на 3880 тыс. руб. Коэффициент обеспеченности запасов собственными и долгосрочными заемными источниками по сравнению с 2013 г. в 2015 г. увеличился на 1 и составил 2,8. Это означает, что запасы полностью покрываются и имеются резервы.

Более объективную оценку финансовой устойчивости можно получить, исчислив по данным бухгалтерского баланса финансовые коэффициенты. Коэффициентный метод анализа финансовой устойчивости ориентирован на выявление независимости от заемных источников финансирования. Основными показателями, характеризующими финансовую устойчивость организации, являются следующие:

– коэффициент автономии,
– коэффициент финансового левериджа,
– коэффициент обеспеченности СОС,
– индекс постоянного актива,
– коэффициент покрытия инвестиций,
– коэффициент маневренности собственного капитала,
– коэффициент мобильности имущества,
– коэффициент мобильности оборотных средств,
– коэффициент обеспеченности запасов,
– коэффициент краткосрочной задолженности [1].

Проанализируем финансовую устойчивость ООО «Торговый дом «Оброченский» по данным таблицы 2.

По данным таблицы 2 в период с 2013 по 2015 гг. коэффициент автономии имеет значение выше норматива. В 2013 г. доля средств, вложенных собственниками в общую стоимость имущества предприятия составила 94%, в 2014 г. – 95%, а в 2014 г. увеличилась до 96%. Это подтверждает высокий уровень финансовой устойчивости предприятия.

Финансовая устойчивость предприятия подтверждается превышающим нормативное значение коэффициентом финансовой зависимости, который является обратным к коэффициенту концентрации собственного капитала. В 2013-2014 гг. его значение равно 1,1, к 2015 году оно снижается до 1. Это говорит о независимости предприятия от источников внешних средств. Коэффициент концентрации привлеченного капитала показывает, что на протяжении рассматриваемого периода предприятие независимо от своих кредиторов. Значение коэффициента ниже норматива на 0,45.

Коэффициент структуры долгосрочных вложений характеризует долю

долгосрочных кредитов и займов в общей величине перманентного капитала. Данный показатель равен нулю, т.к. долгосрочных кредитов и займов ООО «Торговый дом «Оброченский» не имеет, что еще раз подтверждает независимость предприятия от кредиторов. Так же мы наблюдаем стабильный уровень самофинансирования ООО «Торговый дом «Оброченский», на протяжении 2013-2015 гг. он равен 1.

Коэффициент структуры привлеченного капитала и коэффициент соотношения привлеченных и заемных средств значительно ниже норматива, что показывает независимость от внешних займов и низкие риски возможных вложений кредиторов (табл. 2).

Таблица 2 – Коэффициентный анализ финансовой устойчивости

Показатель	Формула расчета	Значение показателя			
		опти-маль-ное	2013	2014	2015
Коэффициент концентрации собственного капитала (автономии)	Отношение величины собственного капитала к валюте баланса	>0,5	0,94	0,95	0,96
Коэффициент финансовой зависимости	Отношение валюты баланса к величине собственного капитала	< 2	1,1	1,1	1,0
Коэффициент маневренности собственного капитала	Отношение величины собственных оборотных средств к величине СК	> 0,5	0,51	0,61	0,68
Коэффициент концентрации привлеченного капитала	Отношение суммы долгосрочных и краткосрочных обязательств к валюте баланса	<0,5	0,06	0,05	0,04
Коэффициент структуры долгосрочных вложений	Отношение величины долгосрочных пассивов к величине внеоборотных активов	0,5	0,0	0,0	0,0
Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств	Отношение величины долгосрочных пассивов к сумме собственного капитала и долгосрочных пассивов	<0,4	0,0	0,0	0,0
Коэффициент уровня самофинансирования	Отношение величины собственного капитала к сумме собственного капитала и долгосрочных пассивов	> 0,6	1,0	1,0	1,0
Коэффициент структуры привлеченного капитала	Отношение величины долгосрочных пассивов к величине	0,5	0,0	0,0	0,0

Показатель	Формула расчета	Значение показателя			
		опти-маль-ное	2013	2014	2015
	привлеченного капитала				
Коэффициент соотношения привлеченных и собственных средств	Отношение величины привлеченных заемных средств к величине собственного капитала	<1	0,07	0,05	0,04
Индекс постоянного актива	Внеоборотные активы / собственный капитал	<1	0,5	0,39	0,32

Индекс постоянного актива характеризует степень покрытия внеоборотных активов за счет собственного капитала. В 2013 г. она составляла 0,5; в 2014 г. – 0,39; в 2015 г. – 0,32; что соответствует нормативному значению.

По результатам анализа абсолютных и относительных показателей финансовой устойчивости можно сделать вывод, что в период 2013-2015гг. ООО Торговый дом «Оброченский» находилось в устойчивом финансовом положении. Кроме того, к концу периода наблюдается улучшение абсолютных и относительных показателей.

В заключении отметим, что в ходе анализа финансового состояния экономического субъекта пристальное внимание должно уделяться применяемым методам анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности и исследованию полученных результатов для принятия эффективных экономических решений. [2]

Использованные источники:

1. Шукшина Ю.А. Аналитические возможности бухгалтерской (финансовой) отчетности экономического субъекта Nauka-Rastudent.ru. 2014. № 12-1 (12). С. 28. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=22779029 (дата обращения: 20.10.2016)

2. Шукшина Ю.А. Методика анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности как одна из предпосылок укрепления финансового состояния экономических субъектов региона / В сборнике: Культурологический подход в экономико-правовом развитии региона XIV Макаркинские научные чтения. Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Мордовский гуманитарный институт". 2014. С. 673-680. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=21964811 (дата обращения: 20.10.2016)

3. Шукшина Ю.А., Гришина К.А. Значение анализа финансового состояния в системе управления экономическим субъектом / В сборнике: Инновационные тенденции, социально-экономические и правовые проблемы взаимодействия в международном пространстве материалы

Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Н. И. Лушенкова. 2016. С. 165-170 URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=26281171 (дата обращения: 20.10.2016)

Болотина А.Ю.
студент 4 курса
факультет «Финансовое, налоговое, таможенное право»
направление «юриспруденция»
Самарский Государственный Экономический университет
Россия, г. Самара

СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ЮРИДИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС» И «ПРАВОВАЯ ПРОЦЕДУРА», ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОЙ ПРОЦЕДУРЫ КАК ЭЛЕМЕНТА ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Аннотация. Несмотря на особую значимость правовой процедуры в процессе реализация действия норм права, в научной литературе данная правовая категория мало исследована. Более того, в научном сообществе продолжаются научные дискуссии по вопросу о соотношении юридического процесса и правовой процедуры. В связи с чем, настоящая статья посвящена рассмотрению понятий «юридический процесс» и «правовая процедура» и их соотношению, а также выявлению характерных особенностей правовой процедуры, как элемента юридического процесса

Ключевые слова: процесс, процедура, юридический процесс, правовая процедура, материально-правовая норма, правовые санкции.

Реализация норм права в повседневной жизни происходит посредством процедурных отношений. По словам Ю.В. Феофанова, без процедуры действия, закон приводит власть - к произволу, а гражданина к беззащитности [12]. Именно от юридической процедуры зависит действенность реализации положений закона. При отсутствии процессуальных правил, установленных определенной правовой процедурой, которая определяет порядок реализации норм права, возникают трудности при регулировании общественных отношений, в результате чего при данных обстоятельствах материально–правовая норма является «мертвой» [5, с. 63].

Несмотря на особую значимость правовой процедуры в процессе реализация действия норм права, в научной литературе данная правовая категория мало исследована. Более того, в научном сообществе продолжаются научные дискуссии по вопросу о соотношении юридического процесса и правовой процедуры.

Исследование правовой процедуры как научно-правовой категории и ее соотношение с юридическим процессом, необходимо начать с рассмотрения понятия «юридический процесс», которое также не имеет однозначного толкования.

Е.Г. Лукьянова, существующие в науке подходы к определению юридического процесса, сводит к следующим юридический процесс: 1) юрисдикционная деятельность органов правосудия; 2) иная юрисдикционная деятельность не только судов, но и иных юрисдикционных органов по рассмотрению как правовых споров, так по применению государственного принуждения; 3) правоприменительная и правотворческая деятельность компетентных государственных органов; 4) «процесс реализации материально-правовых норм безотносительно к формам такой реализации», а «процессуальное право представляет собой инструкцию по реализации права материального» [6, с. 41].

П.П. Ланг под юридическим (правовым) процессом понимает «регламентированную нормами права последовательную деятельность различных субъектов общественных правоотношений, направленную на достижение конкретного юридически значимого результата, стадийное развитие правовых явлений, состояний, изменений» [5, с. 63].

Различную интерпретацию получил в науке и вопрос о соотношении юридического процесса и правовой процедуры.

Одни ученые полностью отождествляют процесс и процедуру. Так, В.О. Лучин пишет: ««Процесс» практически равнозначен «процедуре», между ними невозможно провести какую-нибудь разделительную грань» [7, с. 25]. Такого же мнению придерживается и Д.О. Ефременко, отмечая, что «юридический процесс и процедура понятия равные по содержанию» [3, с. 247].

Однако, по мнению других ученых, понятия «процедура» и «процесс» нельзя считать синомичными, в связи с тем, что данные явления тесно связаны между собой, но не совпадают, каждое из них обладает собственным содержанием [10, с. 156].

Б.М. Лазарев полагает, что юридические процедуры определяют стадии юридического процесса, их цели, последовательность и временные рамки, конкретные действия на каждой стадии [4].

Есть ученые, которые считают, что юридический процесс является разновидностью юридической процедуры и направлен на выявление и реализацию материально-охранительного правоотношения. Иными словами, правовая процедура является более широким понятием, чем юридический процесс [9].

Для прояснения ситуации, необходимо обратиться к филологическому пониманию категорий «процесс» и «процедура».

Так, в Словаре русского языка С.И. Ожегова, под процедурой понимается официальный порядок действий, выполнения, обсуждения чего-нибудь. Процесс в том же Словаре – это ход развития какого-нибудь явления, последовательная смена состояний в развитии чего-нибудь или порядок разбирательства судебных дел, а также судебное дело [8, с. 442].

На основании изложенного можно увидеть сходство процесса и

процедуры, которое заключается в том, что для обоих явлений свойственна этапность и смена проявлений. Однако филологическое определение изучаемых категорий позволяет выявить и различное, что исключает их синомичность. Прежде всего, если процесс относится к какому-либо явлению в целом, то процедура - всего лишь к поведению. Кроме того, процесс включает элемент последовательности просто по самой своей природе, в то время как процедура может и не быть последовательной. И последнее, у процедуры в отличие от процесса официальная «привязка» отсутствует [2, с. 13-20].

Таким образом, изложенное позволяет говорить о нетождественности процесса и процедуры в праве.

В связи с чем, следует согласиться с П.П. Ланг в том, что «процесс и процедура родственные, но не тождественные понятия, а именно процесс - это совокупность последовательных действий, а процедура - это порядок следования указанных действий, своего рода внутренняя форма процесса» [5, с. 64].

Действительно, если допустить отождествление исследуемых категорий, то, по справедливому замечанию В.А. Тарасова, «обесценивается понятие «процесс» в том специальном юридическом смысле, который исторически сложился и принят в законодательстве, на практике, в науке. Процедура - это только начальная форма урегулированности и деятельности соответствующих органов, которая при наличии объективной необходимости может перерасти в форму, именуемую процессом» [11, с. 112-113.].

П.П. Ланг, исследуя соотношение понятий «правовая процедура» и «юридический процесс», выделяет следующие характерные черты первой [5, с. 65-66];

1) правовая процедура устанавливается в нормативно-правовом акте. К примеру, Федеральный закон от 27.07.2010 г. № 193-ФЗ «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» [1] регулируют процедуру медиации к спорам, возникающим из гражданских правоотношений, в том числе в связи с осуществлением предпринимательской и иной экономической деятельности, а также спорам, возникающим из трудовых правоотношений и семейных правоотношений;

2) в частном юридическом процессе участникам гражданских правоотношений в некоторых случаях предоставлена возможность самостоятельно устанавливать правовые процедуры. Так, в п. 4 ст. 11 Федерального закона «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» сказано, что в соглашении о проведении процедуры медиации стороны вправе указать, если иное не предусмотрено федеральным законом или соглашением сторон (в том числе соглашением о проведении процедуры медиации), на самостоятельное определение медиатором порядка проведения процедуры медиации с учетом

обстоятельств возникшего спора, пожеланий сторон и необходимости скорейшего урегулирования спора;

3) правовая процедура состоит из последовательно сменяющих друг друга актов поведения правового характера (см., например ст. 11 Федерального закона «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)»);

4) правовая процедура является гарантией соблюдения прав и законных интересов участников общественных отношений и направлена на достижение определенного правового результата. Например, упомянутая уже выше процедура медиации направлена на содействие развитию партнерских деловых отношений и формированию этики делового оборота, гармонизации социальных отношений (п. 1 ст. 1 Федерального закона «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)»). Медиаторы и организации, осуществляющие деятельность по обеспечению проведения процедуры медиации, несут ответственность перед сторонами за вред, причиненный сторонам вследствие осуществления указанной деятельности, в порядке, установленном гражданским законодательством (ст. 17 Федерального закона «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)»).

Таким образом, правовая процедура, являясь структурным элементом юридического процесса, представляет собой нормативно-установленный порядок осуществления последовательных юридически значимых действий, целью которых является реализация материально-правовых норм, охраняемых от нарушений правовыми санкциями.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 27.07.2010 г. № 193-ФЗ (ред. от 23.07.2013) «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» // СЗ РФ. 2010. № 31. Ст. 4162.
2. Азми Д.М. Правовое значение и соотношение понятий «процесс» и «процедура» // Адвокат. 2009. № 12. С. 13 – 20.
3. Ефременко Д.О. Юрисдикционный процесс: понятие, природа // Вестник экономической безопасности. 2016. № 3. 246-250.
4. Лазарев Б.М. Понятие и виды управленческих процедур. Их роль в механизме государственного управления // Управленческие процедуры / Под ред. Б.М. Лазарева. М., 1988.
5. Ланг П.П. Правовая процедура как элемент юридического процесса // Вопросы экономики и права. 2013. № 4. С. 63-66.
6. Лукьянова Е. Г. Теория процессуального права. М., 2003.
7. Лучин В.О. Процессуальные нормы в советском государственном праве. М., 1976.
8. Ожегов С.И. Словарь русского языка: ок. 53 000 слов / Под общ. ред. Л.И. Скворцова. М.: ООО «Издательство Оникс», 2007.

9. Протасов В.Н. Юридическая процедура. М., 1991.
10.Солдатова О.Е. Юридический процесс как категория общей теории права // Известия Алтайского государственного университета. 2014. № 2-2 (82). С. 152-156.
11.Тарасова В.А. Процедурная форма деятельности органов социального обеспечения // Советское государство и право. 1973. № 11. С. 112-113.
12.Феофанов Ю.В. Власть и право // Извести. 1998. 21 июня.

Борисова С.С.
студент 2 курса
факультет гостинично-ресторанной,
туристической и спортивной индустрии
Россия, г. Москва

РАЗРАБОТКА АЛГОРИТМА ВЫБОРА ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЙ ФОРМЫ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: Актуальность данной статьи заключается в том, что первоочередной задачей для предпринимателя является выбор оптимальной организационно-правовой формы гостиничного предприятия, которая будет соответствовать поставленным целям, что в будущем отразится на эффективности функционировании и существования отеля. Автором статьи исследованы различные организационно-правовые формы гостиничного предприятия, разработан алгоритм выбора организационно-правовой формы конкретного гостиничного предприятия и проведена оценка его эффективности.

Ключевые слова: организационно-правовая форма, гостиничное предприятие, алгоритм выбора.

Организационно-правовая форма – это способ закрепления имущества и его использования хозяйствующим субъектом, из которого вытекают правовое положение и цели предпринимательской деятельности данного субъекта.

На сегодняшний день в России действуют следующие организационно-правовые формы предпринимательства1.

[1] Т.А. Фролова – «Экономика предприятия», 2011.

Рис.1. Организационно-правовые формы предпринимательства в России

(С 1 сентября 2014 года упразднена организационно-правовая форма общество с дополнительной ответственностью. К созданным до 1 сентября 2014 г. обществам с дополнительной ответственностью применяются нормы об обществах с ограниченной ответственностью)2

С 1 сентября 2014 года акционерные общества делятся на публичные и непубличные (ранее – открытые и закрытые, соответственно).

Для того чтобы сделать правильный выбор организационно-правовой формы гостиничного предприятия для ведения предпринимательской деятельности, будущий субъект предпринимательства должен всесторонне и тщательно изучить все особенности выбранной им формы, сравнить её с другими видами коммерческих организаций и только после этого принять окончательное решение об организации предприятия того или иного типа.

Все факторы, влияющие на выбор определенной организационно-правовой формы предприятия, можно разделить на экономические, политические, социальные и технические.

К **экономическим факторам** можно отнести следующие:

- наличие начального капитала;
- возможности партнерства;
- вопросы собственности;
- распределение прибыли;
- привлечение финансовых средств;
- регистрация;

2 Федеральный закон Российской Федерации от 5 мая 2014 г. N 99-ФЗ "О внесении изменений в главу 4 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации и о признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации"

- бухучет и налогообложение;
- материальная ответственность.

Политические факторы слагаются из правовых положений, государственных учреждений и групп общественности, которые влияют на различные организации и отдельные лица и ограничивают свободу их действий в рамках общества3. Руководство гостиничного предприятия должно учитывать следующие моменты:

- какие государственные программы намерено предпринять правительство в области политики и экономики;
- в какой мере эти программы могут затронуть интересы создаваемого предприятия;
- какие группы лоббирования существуют в государственном аппарате;
- какое отношение у правительства существует к различным секторам экономики и регионам страны;
- какие изменения в законодательной и нормативно-технической базе возможны не только на государственном уровне, но и на уровне того субъекта федерации, где находится гостиничное предприятие;
- какова финансово-кредитная политика государства и др4.

Важными **социальными факторами** при выборе организационно-правовой формы гостиничного предприятия являются:

- наличие сработавшейся команды;
- личностные характеристики предпринимателя (опора на собственные силы, жажда успеха, стремление к независимости);
- склонность к риску (если человек не боится рисковать, то он выбирает личное дело или товарищество; если же это качество у человека развито слабо, то он выбирает предприятие с ограниченной ответственностью).

Руководство предприятия должно определиться с **техническими факторами**, которые будут влиять на способ ведения бизнеса:

а) аренда, строительство или приобретение зданий (помещений);

б) аренда или приобретение машин, механизмов и оборудования;

в) формирование большего или меньшего размера запасов товарно-материальных ценностей;

г) приобретение готовых технологических решений (в форме нематериальных активов) или их самостоятельная разработка;

д) формирование большего или меньшего уровня платежеспособности и, соответственно, размера запаса денежных активов и т.п.

Проанализировав при создании гостиничного предприятия каждый

---

[3] Р.Я. Вакуленко, Е.А. Кочкурова Управление гостиничным предприятием Издательство: Университетская книга; Логос. г. Москва. 2011 год.

[4] А. Н. Асаул. Организация предпринимательской деятельности: учебник. - СПб: АНО ИПЭВ. 336с., 2012

фактор, можно выявить, в пользу какой организационно-правовой формы чаще делается выбор. Эта форма и окажется наиболее предпочтительной.

Следует отметить, что выбранная организационно-правовая форма не является раз и навсегда установленной. Ее можно корректировать по мере изменения представлений собственников о путях развития компании.

В заключении можно сделать вывод, что главная роль в выборе организационно-правовой формы предприятия принадлежит факторам, определяющим эффективность управления. К ним относятся: особенности руководителя (степень соответствия требованиям должности, уровень доверия к нему со стороны участников); соотношение уровня квалификации руководителя и других работников управления; особенности участников (численность, взаимоотношения, доля работающих на предприятии); параметры предприятия (численность коллектива, компактность территории и расположения объектов, состояние экономики), уровень развития материально-технической базы, наличие надежных и эффективных каналов реализации (в случае отеля – приток клиентов), степень риска, необходимость повышения доверия со стороны кредиторов, наличие выбора у участников и т.д.; особенности государственной политики в области туристического бизнеса.

Использованные источники:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 5 мая 2014 г. N 99-ФЗ "О внесении изменений в главу 4 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации и о признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации";
2. Асаул А. Н. - Организация предпринимательской деятельности: учебник. - СПб.: АНО ИПЭВ, 2012 - 336с.;
3. Вакуленко Р.Я., Кочкурова Е.А. Управление гостиничным предприятием: учебник. - Москва, Издательство: Университетская книга, 2011. - 435с.;
4. Фролова Т.А. –Экономика предприятия: Учебник. – Москва: Эксмо, 2011. – 389с.

Бороздин А.Н.
главный государственный таможенный
инспектор Курской таможни
доцент
кафедра таможенного дела и мировой экономики
Цуканова Н.Е., к.э.н.
доцент, зав. кафедрой таможенного дела и мировой экономики
Коварда В.В., к.ф.-м.н.
доцент
кафедра таможенного дела и мировой экономики
Юго-Западный государственный университет
Россия, г. Курск

ОБ ЭЛЕКТРОННОМ ДОКУМЕНТЕ В РОССИЙСКОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

В статье рассмотрены основные пробелы в российском законодательстве об электронном документообороте. Приведена эволюция понятия электронный документ и электронная цифровая подпись.

Ключевые слова: информационные технологии, электронный документ, электронная подпись, Интернет

Borozdin, A. N., chief state customs inspector of the Kursk customs
associate Professor of the Department of customs Affairs and the global economy
South-West state University
Russia, Kursk
Tsukanova N. E. candidate of economic Sciences, associate Professor
Head of the Department of customs Affairs and the global economy
South-West state University
Russia, Kursk
Kovarda V.V., candidate of physico-mathematical Sciences
associate Professor of the Department of customs Affairs and the global economy
South-West state University
Russia, Kursk

ABOUT THE ELECTRONIC DOCUMENT IN RUSSIAN LEGISLATION

The main gaps in Russian legislation on electronic document circulation are considered in the article. Given the evolution of the concept of electronic document and electronic digital signature.

Keywords: information technologies, electronic document, electronic signature, Internet,

В начале XXI века с бурным развитием информационных и

телекоммуникационных технологий, сетей Интернет и Интранет, мобильных устройств передачи данных при осуществлении хозяйственно-экономической деятельности юридических лиц, обращения в государственные органы юридических и физических лиц возник колоссальный обмен информацией в электронной форме в виде электронных сообщений как естественный процесс научно-технического прогресса. При обмене электронными сообщениями между пользователями информационных систем возникла необходимость подтверждения подлинности и авторства этих сообщений, их юридического статуса, а также развития инфраструктуры, обеспечивающей информационную безопасность электронных форм взаимодействия [1-3].

Потребовалась разработка нормативно-правовой базы в совершенно новой сфере деятельности – информатизации, стала формироваться и активно развиваться новая отрасль российского законодательства - информационное право. В России заговорили о концепции развития информационного общества, которое характеризуется высоким уровнем развития информационных и телекоммуникационных технологий и их интенсивным использованием гражданами, бизнесом и органами государственной власти [2].

В 2002 г. была принята Федеральная целевая программа «Электронная Россия 2002 - 2010 гг.», а позже Стратегия развития информационного общества до 2020 г. [4]. В этот момент получили дальнейшее развитие государственные информационные системы, способствующие получению населением и организациями государственных услуг, представлению запросов, информации, связанной с деятельностью органов государственной власти и другой информации в электронной форме, без их личного обращения в органы государственной власти, что позволило значительно уменьшить временные и денежные затраты. Руководители РФ активно развивали тему об электронном документообороте и электронном правительстве в СМИ. Так, Президент Российской Федерации Д.А. Медведев, выступая 17 июля 2008 г. в Петрозаводске на заседании Президиума Государственного совета «О реализации Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации2, обратил внимание, что «электронный документооборот должен стать реальностью в 2010 г».

При этом, для претворения в жизнь необходимо совершенствование правовой базы в информационной сфере деятельности всех участвующих субъектов гражданских правоотношений. Прежде всего, однозначное определение электронного документа, сферы его применения и отношений участников информационного обмена, установление общих правил организации оборота электронных документов на всей территории информационно-правового пространства Российской Федерации, разработка соответствующего закона «Об электронном документе». Однако, говоря об электронном документообороте и постепенно внедряя его, в первую очередь,

в государственных органах, 15 июня 2011 г. Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации отклоняет проект Федерального закона № 159016-4 «Об электронном документе», внесенный депутатом В.Я. Комисаровым (Постановление ГД ФС РФ от 15.06.2011 N 5472-5 ГД «О проекте Федерального закона № 159016-4 «Об электронном документе»), забывая о проекте закона и на сегодняшний день [5].

Определение электронного документа появилось в 2002 г. в Федеральном законе от 10.01.2002 г. № 1-ФЗ «Об электронной цифровой подписи»: «электронный документ – документ, в котором информация представлена в электронно-цифровой форме». Главный отличительный признак от других документов - это форма представления документа. В юридической литературе многие стали отмечать, что это определение достаточно широкое, и оно далеко не полностью раскрывает рассматриваемое понятие, что дает почву для его неоднозначного толкования при решении задач правового регулирования вопросов использования электронных документов.

Следующая трактовка данного термина появилась в 2010 г. в Федеральном законе от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» в виде дополнения пунктом 11.1 «электронный документ - документированная информация, представленная в электронной форме, то есть в виде, пригодном для восприятия человеком с использованием электронных вычислительных машин, а также для передачи по информационно-телекоммуникационным сетям или обработки в информационных системах». Документированная информация - это зафиксированная на материальном носителе путем документирования информация с реквизитами, позволяющими определить такую информацию или в установленных законодательством Российской Федерации случаях ее материальный носитель. В данном случае законодатель конкретизировал термин «электронный документ». Помимо формы представления документа присутствует материальный носитель информации и идентифицирующие информацию и материальный носитель реквизиты (дата, номер регистрации документа; дата, номер регистрации материального носителя; лицо, подписавшее документ либо зарегистрировавшее носитель и другие, в соответствие со стандартами на различные виды документов). Идентификация, в переводе с латинского, означает отождествление, то есть, установление тождества, равенства по определенным признакам.

Следует отметить, что ещё в 2003 г. кандидатом юридических наук С.И. Семилетовым было предложено удачное понятие электронного документа – это документ, созданный при помощи электронных аппаратно-технических (ЭВМ) и программных средств, фиксируемый в цифровом коде в форме идентифицируемого именного файла (ов) или записи в файле (ах) базы данных, доступной для последующей обработки в информационных

системах, использования, воспроизведения (отображения) и визуального восприятия, а также для передачи и получения по телекоммуникационным каналам связи. При этом файл как форма электронного документа должен выступать в качестве главного объекта правового регулирования. Файл выполняет роль материального носителя документа и фактически по форме использования является нематериальным носителем электронного документа, позволяющим копировать, передавать и принимать его по телекоммуникационным каналам связи без перемещения материальных носителей с записью файлов электронных документов. Файловая форма представления электронных цифровых документов является основной. Актуальность вопроса, на чем и где реально записан электронный документ (его файл), теряет смысл для пользователя, поскольку файлы электронных документов и прочие программные файлы контролирует операционная система компьютера. Объем современных носителей настолько значителен, что он может вмещать практически неограниченное количество таких файлов-документов. И если традиционный документ имеет форму единичного и обособленного материального носителя, то количество электронных документов, одновременно размещаемых на одном электронном материальном носителе, может быть бесконечно большим. Поэтому привязка электронного документа к материальному носителю теряет смысл. Физическое место размещения электронного документа вторично, и материальный носитель уже не может выступать в виде единственной формы, выделяющей документ как отдельный объект общественного использования, оборота и, тем более, как объект права [9].

Определение, предложенное С.И. Семилетовым, актуально по сей день. В законодательном понятии термина, оно не полное, речь идет всего лишь о представлении документа в электронной форме с использованием электронных вычислительных машин, но нет речи о создании документа, посредством каких технических средств он создаётся, не указана содержательно форма электронного документа. Термин файл не закреплён в российском законодательстве, однако данным термином оперируют повсеместно, в том числе в юридической и в судебной практике.

В тоже время стоит отметить тот факт, что информация в виде сведений ограниченного распространения в электронной форме: государственная тайна, служебная тайна и другие виды тайн требует привязку к своему материальному носителю, через обязательную регистрацию, учет и контроль в соответствии с требованиями законодательства в области информационной безопасности. На информацию ограниченного доступа в любом виде законодательно накладывается режим конфиденциальности, требующий надлежащий контроль за обработкой такой информации от создания до уничтожения, поэтому в силу своей специфики, данная информация в электронном виде передаётся на учтённых машинных носителях через специальную фельдъегерскую связь и не

подлежит распространению с использованием открытых телекоммуникационных систем и сетей.

Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 7.0.8-2013 "СИБИД. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения», введенный в действие 1 марта 2014 г. определяет понятие электронного документа буквально понятию, закрепленному ещё в Федеральном законе от 10.01.2002 г. № 1-ФЗ «Об электронной цифровой подписи», ныне не действующим [7]. В стандарте представлено, что электронный документ это документ, информация которого представлена в электронной форме. То есть за данным определением опять закрепилось широкое толкование.

В новом Федеральном законе от 06.04.2011 N 63-ФЗ «Об электронной подписи», который регулирует отношения в области использования электронных подписей при совершении гражданско-правовых сделок, оказании государственных и муниципальных услуг, исполнении государственных и муниципальных функций понятие электронного документа отсутствует, хотя дефиниция его присутствует постоянно. В частности, определены условия признания электронных документов, подписанных электронной подписью, равнозначными документам на бумажном носителе, подписанным собственноручной подписью. Здесь явно просматривается пробел в российском законодательстве, - используя повсеместно термин «электронный документ» без которого теряется весь смысл применения электронной подписи, как основного неразрывно связанного атрибута и имеющей юридическую силу в установленных законом случаях, - отсутствует базовый закон «Об электронном документе».

Если взять законодательство других стран, то в большинстве стран СНГ законы, устанавливающие правовые основы применения электронных документов, основных требований к ним, а также правовых условий использования электронной цифровой подписи приняты и действуют уже со второй половины 1990-х гг.

Многие авторы отмечают необходимость принятия базового федерального закона «Об электронном документе».

Исследователями отмечается системная неувязанность многих терминов, отсутствует единый понятийный аппарат во всей системе законодательства.

Так, например, в настоящее время системно не увязаны легальные определения терминов «информация», «документированная информация», «электронное сообщение», «документ», «электронный документ», «печать» [9, 10].

Принятие базовых законов «Об электронном документе», «Об электронном документообороте» в российском законодательстве с учетом мнений ученых и экспертов устранит существенный пробел в информационном праве России, упростит деятельность участников информационного обмена и принесёт экономический эффект из-за

постепенного отказа от бумажного документооборота.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации"
2. Федеральный закон от 10.01.2002 г. № 1-ФЗ «Об электронной цифровой подписи»
3. Федеральный закон от 06.04.2011 N 63-ФЗ "Об электронной подписи"
4. Постановление Правительства Российской Федерации от 28 января 2002 г. N 65 «О Федеральной целевой программе "Электронная Россия (2002 - 2010 годы)"
5. Постановление ГД ФС РФ от 15.06.2011 N 5472-5 ГД "О проекте Федерального закона № 159016-4 «Об электронном документе»
6. "Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации", утверждена Президентом РФ от 07.02.2008 N Пр-212
7. ГОСТ Р 7.0.8-2013 "СИБИД. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения"
8. Принципы налогового контроля и контрольной работы налоговых органов: современные тенденции. Артамонова Л.Г./ "Налоги и налогообложение", 2011, N 8
9. Семилетов С.И. Документы в социальной сфере: Подходы к классификации// Электронный документ и документооборот: правовые аспекты. – М.,2003. – 208 с.
10. Семилетов С.И., Соловьев В.Ю. Законодательная база электронного документооборота в Российской Федерации // Информационное право. 2011. N 3. С. 7 - 13.

Бочков П.В., к.э.н.
доцент
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»
Россия, г. Екатеринбург

УПРАВЛЕНИЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ

Аннотация. *В настоящей статье автор рассматривает мероприятия по развитию транспортной логистики, обозначены концептуальные особенности работы единой централизованной системы управления в масштабах страны, разработаны подходы позволяющие производить мониторинг грузопотоков, рациональность контроля перевозок.*

Ключевые слова. *Сервис, терминалы, логистика, транспорт, перевозки, управление, мониторинг.*

Abstract. *In this article the author examines the activities for the*

development of transport logistics, marked conceptual features of the unified centralized system across the country, developed an approach allows to make freight traffic monitoring, traffic monitoring rationality.

Keywords. *Service terminals, logistics, transport, transportation, management, monitoring.*

В процессе реформирования железнодорожного транспорта выделены дирекции по управлению терминально-складским комплексом железных дорог. Им поручены функции эффективного управления контейнерными площадками, складскими помещениями и другим имуществом грузового комплекса, на который возложено имущество, находящееся на балансе ОАО «РЖД». Взаимодействие ЗАО «ОЦВ» с дирекциями будет осуществляться на основании соответствующих договоров с железными дорогами и разграничении функций ЗАО «ОЦВ» и дирекций. Основными функциями дирекций являются техническая эксплуатация объектов терминально-складской инфраструктуры, осуществление погрузочно-разгрузочных и перегрузочных операций, а также приём, взвешивание, выдача грузов, завоз и вывоз грузов автомобильным транспортом, содержание и ремонт объектов терминально-складского комплекса и технических средств.

ЗАО «ОЦВ» – это коммерческая эксплуатация объектов терминально-складской инфраструктуры, привлечение клиентской базы за счёт оптимизации процессной и складской логистических систем, выполнение функций, связанных с заключением договоров на оказание терминально-складского обслуживания перевозок, хранение грузов и контейнеров на объектах терминально-складского комплекса, складах временного хранения и в зонах таможенного контроля, организация страхования грузов и транспортных средств, осуществление контроля за процессом доставки груза.

Вся инвестиционная деятельность заключается в реализации задач создания и развития эффективной терминально-складской инфраструктуры и направлена прежде всего на координацию деятельности ОАО «РЖД» и органов государственной власти по развитию инфраструктуры терминально-складского комплекса, привлечение инвестиций в развитие и модернизацию складского комплекса [2].

Реализация мероприятий Концепции предусматривает три основных этапа.

- Реализация мероприятий, предусмотренных Генеральным инвестиционным соглашением между ОАО «РЖД» и ЗАО «ОЦВ». В рамках соглашения планируется ввод на территории Москвы, Санкт-Петербурга и Екатеринбурга терминально-складских объектов ОАО «РЖД», строительство новых объектов логистической инфраструктуры.

- Создание опорной терминально-логистической сети российских железных дорог, терминальных узлов с наибольшей концентрацией

грузопотоков.

-Создание терминально-складской инфраструктуры межрегионального значения в целях обеспечения взаимодействия всех субъектов рынка транспортных услуг.

Таким образом, данный системный подход позволяет повысить конкурентоспособность и доходность российских железных дорог, а также эффективность работы терминально-складского хозяйства.

ЗАО «ОЦВ» активно участвует в разработке системы комплексного транспортного обслуживания грузовладельцев по принципу «одного окна». Всё это способствует созданию корпоративной логистической системы, интегрированной с другими видами транспорта.

Основной целью системы комплексного транспортного обслуживания является создание на сети железных дорог эффективной логистической системы, элементы которой интегрируются в российскую транспортную систему. Создание транспортной системы включает в себя:

- развитие транспортно-логистической и таможенно-брокерской деятельности с формированием опорной сети терминально-логистических центров;

- информационное обеспечение логистической системы.

Реализация корпоративной логистической системы способствует повышению конкурентоспособности ОАО «РЖД». Немаловажным фактором становится развитие логистического бизнеса, что ведёт к развитию товарных и транспортных рынков, а также современных форматов в торговле с дистрибуцией через складской комплекс ОАО «РЖД».

Создание терминально-логистической системы невозможно без формирования государственно-частного партнёрства, что позволит привлечь средства не только российских и иностранных инвесторов, но и передовые технологии в управлении. Например, объекты терминально-логистической инфраструктуры могут быть взаимосвязаны единой системой управления транспортными потоками. Как следствие, грузовладельцам будет предоставлено комплексное транспортное обслуживание и сервис от лица одной компании – логистического оператора, обладающего всем набором логистических услуг (транспортные, складские, таможенно-брокерские, координационные).

Логистическое управление транспортными потоками на железнодорожном транспорте является высшей формой проявления термина «логистика», так как критерий эффективного управления транспортными процессами на основе наименьших эксплуатационных расходов определяет базовые принципы организации самих процессов.

На железнодорожном транспорте организация грузопотока на основе логистического управления осуществляется диспетчерским аппаратом Центра управления перевозками (ЦУП) ОАО «РЖД», дорожных центров управления перевозками (ДЦУ), центров управления местной работой

(ЦУМР) на базе отделения дорог и железнодорожных станций (ДС) во взаимодействии со смежными участниками транспортного процесса.

Логистическое управление грузопотоками во взаимодействии со смежными участниками единого транспортного процесса, реализуемое диспетчерскими службами системы управления перевозочным процессом, и логистическое взаимодействие системы фирменного транспортного обслуживания с экспедиторскими и другими организациями, выполняющими вспомогательные операции к основной производственной деятельности железнодорожного транспорта, являются составными, смежными и взаимосвязанными элементами единой системы логистического управления перевозками.

Создание на железнодорожном транспорте столь эффективной и уникальной по своим возможностям системы управления перевозочным процессом стало возможным благодаря внедрению автоматизированных информационно-управляющих и аналитических технологий. Данные технологии внедряются на уровне железнодорожных станций, поездных диспетчерских участков, отделений и управлений железных дорог.

Учитывая, что железнодорожный транспорт имеет мощнейшие информационные ресурсы, концентрируемые в Главном вычислительном центре ОАО «РЖД» и позволяющие отображать в режиме реального времени все технологические процессы по перемещению грузо- , вагоно- и поездопотоков на полигоне страны и за рубежом, главному логистическому центру управления грузопотоками отводится доминирующая роль в вопросах управления грузопотоками в масштабах всего транспортного комплекса страны.

Создание единой централизованной системы логистического управления грузо- , вагоно- и поездопотоками в масштабах страны невозможно без создания международных транспортных коридоров, вхождения России в единое экономическое пространство, взаимосвязи всех участников транспортного процесса, развития интермодальных и мультимодальных грузовых перевозок, эффективного использования транспортных средств, терминально-складских площадей и всей транспортной инфраструктуры, а также снижения себестоимости перевозок и оптимизации транспортных цепочек. Таким образом, главный логистический центр управления грузопотоками в целях эффективного управления логистическими процессами должен обладать следующими функциями:

- мониторинг грузопотоков и определение его перспектив;
- анализ структуры и объёма грузопотока;
-определение рациональной системы грузопотоков (план формирования грузопотоков);
-контроль над разработкой проектно-сметной документации;
-определение лимитирующих пропускных, провозных и

перерабатывающих способностей элементов единой транспортной инфраструктуры с целью последующего усиления пропускных возможностей;

-технологическая увязка международной логистической системы управления грузопотоками с сетью транспортных коридоров;

-разработка нормативов работы экспедиторов, стивидоров, операторов, трейдеров и других субъектов, причастных к транспортному процессу, а также их профессиональная подготовка [1].

Таким образом, реализация концептуальных принципов и функций системы логистического управления грузовыми потоками во взаимодействии железных дорог со смежными видами транспорта, транспортными системами стран ближнего и дальнего зарубежья способствует улучшению основных показателей функционирования железных дорог (среднесуточный пробег, оборот и производительность вагонов локомотивов, рост фондоотдачи подвижного состава и инфраструктуры), а также устойчивости технологического, экономического и финансового состояния функционирования ОАО «РЖД» на рынке транспортных услуг.

Использованные источники:

1. Бочков П.В. Развитие транспортно-логистических центров в региональной экономике // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд: материалы XXVII Международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ЦРНС, 2014. – С. 86-90
2. Бочков П.В., Бровченко Е.С. Состояние и перспективы развития логистических транспортных систем в Уральском регионе: монография. Екатеринбург, Издательский дом «Ажур», 2013.

Бояринова В.И.
студент магистратуры
юридический факультет
Новосибирский государственный университет
Россия, г. Новосибирск

ИСКЛЮЧЕНИЕ СВЕДЕНИЙ О ЕДИНОЛИЧНОМ ИСПОЛНИТЕЛЬНОМ ОРГАНЕ ХОЗЯЙСТВЕННОГО ОБЩЕСТВА ИЗ ЕДИНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕЕСТРА

Статья посвящена актуальному вопросу исключения сведений о единоличном исполнительном органе хозяйственного общества из единого государственного реестра юридических лиц в случаях, когда участники общества не принимают решение о назначении нового директора, либо вновь избранный директор не обращается в налоговый орган с заявлением о внесении изменений, а также в случае, когда общество фактически не осуществляет деятельность.

Ключевые слова: реестр, публичная достоверность, единоличный

исполнительный орган, исключение сведений, директор.

The article is devoted to topical issue exclude information about the sole executive body of the economic company of the unified state register of legal entities in cases where the participants in the company did not make a decision on the appointment of a new director, a newly elected director does not apply to the tax authorities a statement on amendments, as well as when the company actually operates.

Keywords: registry, public credibility, the sole executive body, with the exception of information director.

В практике деятельности хозяйственных обществ очень часто возникают случаи, в которых факт прекращения полномочий единоличного исполнительного органа обязывает внести соответствующие изменения в единый государственный реестр юридических лиц.

По общему правилу принятие решения о назначении, прекращении или продлении полномочий единоличного исполнительного органа общества принадлежит общему собранию. Такое решение должно быть принято большинством от общего числа голосов участников общества, если необходимость большего числа голосов не предусмотрена уставом общества. Данное правило делает сложной процедуру в случае, если число участников достаточное большое или отношения в обществе напряжены и участники находятся в конфликте друг с другом. Также нередки случаи, когда общество с определенного момента прекращает осуществление деятельности, а состав участников при этом носит формальный характер. Такие обстоятельства делают принятие решения, касающихся деятельности общества, невозможным, а изменение сведений о лице, имеющем право действовать без доверенности от имени юридического лица технически неосуществимой задачей.

Пунктом 2 статьи 17 Закона N 129-ФЗ предусмотрено, что для внесения в ЕГРЮЛ изменений, касающихся сведений о юридическом лице, но не связанных с внесением изменений в учредительные документы юридического лица, в регистрирующий орган представляется подписанное заявителем заявление о внесении изменений в ЕГРЮЛ по форме, утвержденной Правительством Российской Федерации (форма Р14001). При этом подлинность подписи заявителя на заявлении, представленном в регистрирующий орган, должна быть засвидетельствована в нотариальном порядке [1].

Правом подписи заявления по форме Р14001 обладает только вновь избранный руководитель. Закон N 129-ФЗ не связывает возникновение либо прекращение полномочий единоличного исполнительного органа с фактом внесения в Государственный реестр таких сведений [1].

Именно данные положения законодательства обоснованно становятся основанием для отказа в удовлетворении требований о признании незаконным отказа налогового органа о внесении изменений в ЕГРЮЛ

(Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 03.11.2015 г. по делу № А45-19034/2014) [4].

Справедливым стало Постановление ФАС Волго-Вятского округа от 28.08.2013 г. по делу № А43-26295/2012, в котором суд указал, что отсутствие правового регулирования процедуры исключения (аннулирования) из ЕГРЮЛ записи о лице, имеющем право без доверенности действовать от имени юридического лица, в условиях объективной невозможности подачи заявления в регистрирующий орган по установленной форме не может являться причиной отказа в удовлетворении заявления и восстановления нарушенных прав заявителя [3].

В решении Арбитражного суда Краснодарского края от 16.02.2016 г. по делу № А32-40937/2015 суд отметил, что действующим законодательством действительно не предусмотрен порядок исключения из ЕГРЮЛ записи о лице, имеющим право без доверенности действовать от имени юридического лица, в тех случаях, когда взаимоотношения с этим лицом расторгнуты, и это лицо фактически не исполняет своих обязанностей, при этом, по не зависящим от него причинам, заявление в надлежащей форме в регистрирующий орган подать не может [5].

В связи с этим, право выбора способа защиты нарушенного права принадлежит истцу. В данном деле истец воспользовался способом защиты, прямо предусмотренным пунктом 2 статьи 8 Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» и абз. 2 п. 6 ст. 51 ГК РФ [2]. Данный способ по мнению суда ведет к наиболее быстрому восстановлению нарушенных прав истца.

В другом деле суд указал, что по сути требования заявителя касаются несогласия с бездействием участников общества, не избирающих новый единоличный орган в связи с волеизъявлением заявителя уволиться по собственному желанию. Однако Федеральным законом № 129-ФЗ указанные взаимоотношения не регулируются (Постановление Арбитражного суда Центрального округа от 26.09.2016 г. по делу № А48-4142/2015) [6].

Таким образом, на сегодняшний день легальным путем исключить сведения о себе как о лице, имеющем право без доверенности действовать от имени общества, бывшему руководителю без обращения в суд невозможно. Данное обстоятельство также нарушает такой принцип как достоверность публичного реестра.

По мнению автора необходимо предусмотреть в законодательстве возможность подачи заявления о смене лица, имеющего право действовать без доверенности от имени юридического лица, директором, полномочия которого прекращены, однако в силу объективных причин (и сделать закрытый их закрытый перечень) такие действия не может осуществить новый директор.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 08.08.2001 N 129-ФЗ «О государственной

регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» // Российская газета. N 153-154.10.08.2001.
2. Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных» // Российская газета. N 165. 29.07.2006.
3. Постановление ФАС Волго-Вятского округа от 28.08.2013 г. по делу № А43-26295/2012 // СПС «КонсультантПлюс».
4. Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 03.11.2015 г. по делу № А45-19034/2014 // СПС «КонсультантПлюс».
5. Решение Арбитражного суда Краснодарского края от 16.02.2016 г. по делу № А32-40937/2015 // СПС «КонсультантПлюс».
6. Постановление Арбитражного суда Центрального округа от 26.09.2016 г. по делу № А48-4142/2015 // СПС «КонсультантПлюс».

Буранкаев Р. И.
магистрант
Башкирская академия государственной службы и управления при главе Республики Башкортостан
Российская Федерация, г. Уфа

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОГРАММНЫХ КОМПЛЕКСОВ НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ

Аннотация: В статье рассматриваются программные комплексы налоговых органов, а также способы их совершенствования.

Abstract: The article deals with software systems of the tax authorities, as well as ways to improve them.

Ключевые слова: налоговые органы; налоговый контроль; камеральная проверка; выездная проверка.

Keywords : tax authorities; tax control ; desk audit ; site inspection.

На данный момент развитие программного комплекса АИС «Налог3» связано с повсеместным внедрением и модернизацией системы электронной обработки документов (далее – ЭОД) на трех иерархических уровнях (федеральном, региональном и местном). При этом в состав подсистемы поддержки планирования и проведения выездных налоговых проверок (далее – ВНП) входят 5 блоков, включая недавно появившийся блок «ВНП-Отбор», основным назначением которого является поддержка функций планирование ВНП. Остальные блоки решают задачи автоматизированного сопровождения ВНП, регистрации решений о проведении налоговых проверок, актов, решений, выносимых по их результатам, с обеспечением контроля формируемых документов на соответствие нормам налогового законодательства.

Блок выездных налоговых проверок в комплексе ЭОД - это одна из программных систем, которые используются в настоящее время в большинстве налоговых инспекций для планирования и проведения ВНП. Ее

тестирование и анализ позволили выявить следующие недостатки.

Планирование ВНП. В Системе ЭОД реализована работа с проектами планов ВНП и с планами ВНП. Этот функциональный блок предназначен для ввода информации по включению выездных налоговых проверок в план, утвержденный на вышестоящем уровне (в УФНС).

Можно указать на следующие недостатки блока работы с проектами планов по ВНП.

1) Для каждого плательщика, включенного в проект плана ВНП, пользователю нужно указать вид проверки в соответствии с налоговым кодексом. Система ЭОД не позволяет в случае необходимости выполнить данную операцию сразу для списка плательщиков. Таким образом, даже если вид проверки по многим плательщикам один и тот же (что отнюдь не редко), пользователю все равно приходится делать данное назначение индивидуально по каждому из них. Было бы существенно удобнее, если бы эту операцию можно было бы выполнять списком. Еще лучше, если бы вид проверки для плательщика, включаемого в проект плана, определялся бы автоматически как "выездная налоговая проверка", и была бы возможность затем, в случае необходимости, его изменить.

2) Для каждого плательщика, включенного в проект плана ВНП, пользователь должен указать период финансово-хозяйственной деятельности, который планируется к проверке. Часто в качестве данного периода берутся три года, предшествующие году плана проверок. Т.е., если формируется план, к примеру, на 2016 год, то проверяемый период деятельности плательщиков - с 01.01.2013 по 31.12.2015. Достаточно просто было бы реализовать в программе автоматическую установку проверяемого периода деятельности плательщиков как 3 года, предшествующие году плана, и в дальнейшем, в случае необходимости его изменить, использовать соответствующий режим блока работы с проектом плана.

3) При добавлении плательщика (индивидуально либо списком) в проект плана автоматически не вводятся его налоги. В связи с этим пользователю приходится индивидуально по каждому плательщику добавлять налоги, планируемые к проверке. Поскольку перечень налоговых обязательств в Системе ЭОД определен по каждому плательщику, для пользователя было бы удобнее и быстрее, если бы основные налоги лица по проверке вводились в проект плана автоматически (например, по заполненному реквизиту "код КНП"). В случае же необходимости что-то добавить или поменять, всегда проще внести изменения в уже существующий перечень проверяемых налогов, чем формировать его по каждому плательщику индивидуально.

4) Для правильной обработки сведений по проверке самой Системой ЭОД, например, в отборе проверок для учета в показателях статистической отчетности, очень многое зависит от правильной установки соответствующих характеристик для самой проверки. Т.е. для того, чтобы

сведения по плану проверки, либо по результатам самой проверки отразились в отчетности инспекции (2-НК, 2-НМ), нужно правильно установить для нее соответствующие характеристики. Существенным недостатком системы ЭОД является то, что она не позволяет на этапе описания проекта плана проводить это списком, для нескольких плательщиков, включенных в проект плана. В связи с тем, что большинство проверок в инспекции описывается именно с необходимостью дальнейшего включения сведений по ним в статотчетность, со стороны разработчика Системы ЭОД было бы вполне оправданным предусмотреть автоматическую установку некоторого основного, "базового", набора характеристик ("комплексная", "Использовать для 2-НМ", "Использовать для 2-НК") для всех создаваемых проверок с возможностью внесения в него изменений.

5) Практически все вышесказанное можно отнести и к работе с планом проверок в том случае, если он формируется вручную, а не создается автоматически по факту приема из УФНС файла утвержденного проекта плана.

Таким образом, все приведенные замечания по работе блока планирования ВНП можно свести двум аспектам:

- многие реквизиты плана ВНП, содержания плана ВНП (плательщиков, включенных в план) могут быть установлены "по умолчанию", автоматически, при регистрации соответствующих сведений в Системе ЭОД;
- многие сведения по проверкам, включенным в план, могут вноситься списком, а не индивидуально по проверке каждого плательщика.

Экспертный опрос специалистов по ЭОД показал, что реализация вышеуказанных рекомендаций по совершенствованию работы с блоком планирования ВНП сократит время, необходимое пользователю для ввода сведений по проверкам в данном блоке, минимум в 3 раза.

Основной целью функционирования подсистемы ВНП является повышение эффективности контрольной работы налоговых органов при планировании и проведении выездных налоговых проверок за счет повышения качества и оперативности планирования ВНП. Важным требованием к ней является поддержка всех функций формирования документов в соответствии с нормами налогового законодательства в части требований по их оформлению, срокам подготовки, исключения противоречивых сведении.

При модернизации существующих программных средств, применяемых в ФНС при решении задач подготовки и сопровождения ВНП, целесообразно учитывать принципы совершенствования общей архитектуры построения АИС «Налог», программного комплекса ЭОД, технологии разработки программно- аппаратных комплексов на основе понятия профиля информационных систем, а также существующий опыт создания программного обеспечения аудиторской деятельности.

Объектами автоматизации являются подразделения налоговых органов всех уровней организационной структуры ФНС России (ИФНС, УФНС, МРИ ФНС, ЦА ФНС). На эти подразделения в соответствии со ст. 89 части первой НК РФ возложены функции по проведению ВНП (плановых, внеплановых, повторных) и анализ их результатов с целью осуществления контроля за соблюдением налогоплательщиком законодательства о налогах и сборах, документального подтверждения налоговыми органами фактов выявленных налоговых правонарушений и отражения их в документах, формируемых в ходе проверки.

Подсистема ВНП предназначена для автоматизации деятельности налоговых органов по планированию, подготовке, проведению, оформлению и анализу результатов проведения проверки налогоплательщиков применительно к отдельно взятой налоговой инспекции.

Использованные источники:

1. Фомина Е.А., Ковальская Ю.В. Территориальные финансы: управление расходами бюджета: учебное пособие, – Уфа: РИО БАГСУ, 2011.
2. Фомина Е.А., Ковальская Ю.В. Оценка кредитоспособности муниципальных образований: монография, - Уфа: БАГСУ, 2013.- 214 с.
3. Фомина Е.А., Ходковская Ю.В. Программный бюджет: развитие методологии // Финансы Башкортостана. 2016. №1

Буранкаев Р. И.
магистрант
Башкирская академия государственной службы и управления при главе Республики Башкортостан
Российская Федерация, г. Уфа

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ

Аннотация: В статье рассматривается информационное обеспечение налоговых органов.

Abstract: The article deals with information support of tax authorities.

Ключевые слова: налоговые органы; налоговый контроль; камеральная проверка; выездная проверка.

Keywords : tax authorities; tax control ; desk audit ; site inspection.

Налоговые органы в своей деятельности используют самую разнообразную внутреннюю и внешнюю информацию. Эффективная организация накопления, хранения, доступа и обработки таких больших объемов информации невозможна без адекватных средств автоматизации.

Для реализации целей налогового контроля в системе ФНС ведутся и поддерживаются следующие базы данных (БД):

- БД налоговой и бухгалтерской отчетности ИФНС (МРИНБО);
- БД камеральных налоговых проверок ИФНС (МРИКНП);
- БД выездных налоговых проверок ИФНС (МРИВНП);

- БД выездных налоговых проверок УФНС;
- БД встречных проверок ИФНС (МРИВП);
- БД встречных проверок УФНС;
- БД выездных налоговых проверок УФНС;
- БД АИС НАЛОГ-ЦОД;
- классификаторы справочной информации;
- служебная информация (файлы данных, роль и права пользователей, справочные данные о пользователях, архивы).

Выходной информацией для БД выездных налоговых проверок ИФНС (МРИВНП) являются:

- информационный ресурс «Выездные налоговые проверки»;
- сведения о суммах до начисленного по результату ВНП налога, введенные в БД для проводки в КРБ;
- сведения по результату ВНП, введенные в БД для формирования статистической налоговой отчетности;
- документы, формируемые в процессе проведения и по результату ВНП;
- сведения по запросу УФНС о результатах ВНП.

Входной информацией для БД выездных налоговых проверок УФНС являются сведения от ИФНС по запросу УФНС о результатах ВНП.

Выходной информацией для БД выездных налоговых проверок УФНС являются:

- запрос УФНС на получение сведений из ИФНС о результатах ВНП;
- сводные аналитические таблицы оценки результатов ВНП.

Входной информацией для БД выездных налоговых проверок УФНС являются сведения, полученные на запрос о результатах ВНП.

Доступ к данным и извлечение из баз данных информации, необходимой для формирования выходных документов, обеспечивается посредством прямого информационного взаимодействия, при, котором программное средство напрямую использует данные, находящиеся в базах данных, или посредством информационного взаимодействия через запросную подсистему, при котором программное средство формирует запрос в виде файла установленного формата.

Доступ к запросной подсистеме реализован в виде специализированных экранных форм для формирования типовых запросов к данным информационных ресурсов, а также в виде экранных форм, для формирования произвольных запросов с возможностью сохранения и просмотра результатов выборки.

В существующей системе контроля исчисления и уплаты налогов и сборов необходимо выделить отдельные подсистемы, функциональные задачи которых на практике решаются обособленным коллективом специалистов с соответствующими ограничениями доступа к реальной

информации.

К указанным подсистемам относятся:

-Подсистема приема и обработки налоговой и бухгалтерской отчетности;

- Подсистема камеральных налоговых проверок;
- Подсистема выездных налоговых проверок;
- Подсистема встречных проверок.

Подсистема выездных налоговых проверок включает в себя задачи:

- формирования планов проведения выездной налоговой проверки;
- предпроверочного анализа данных налоговых органов по налогоплательщику;
- проверки правильности исчисления налоговой базы, обоснованности применения налоговых ставок, льгот и суммы налогов, обязательных к уплате налогоплательщиком в соответствии с налоговым законодательством;
- проведения встречных проверок;
- формирования и регистрации документов в процессе проведения и оформления результатов ВНП;
- оценки результатов проведения ВНП за отчетный период.

Подсистема выездных налоговых проверок обеспечивает выбор налогоплательщиков, подлежащих выездной налоговой проверке по результатам анализа итогов деятельности налогоплательщиков на основании данных, сформированный инспектором при камеральных налоговых проверках, информации, хранящейся в электронном хранилище данных, а также документов, получаемых от налогоплательщика или из внешних источников.

По различным критериям и показателям формируется список организаций и индивидуальных предпринимателей, имеющих наибольшую вероятность того, что выездная налоговая проверка их может привести к дополнительным начислениям налогов.

В рамках подсистемы выездной налоговой проверки обеспечивается:

- проверка расчетов начисления налогов;
- формирование достоверной базы данных в результате проведения выездной налоговой проверки;
- автоматическую генерацию выходных документов;
- анализ проведенных налоговых проверок.

При изменении и оптимизации структуры налоговых органов коренным образом меняются методы обработки и работы с информацией, поступающей от налогоплательщиков, организаций и ведомств. Данные изменения напрямую затрагивают работу с программными средствами, используемыми в работе инспекторами.

В свете происходящих в налоговых органах изменений, поэтапно происходит замена используемого программного обеспечения (ПО) на новое

ПО, удовлетворяющее требованиям, связанным со структурой инспекций, а также принципам взаимодействия с налогоплательщиками. Немаловажное значение придается укреплению материально- технической базы инспекций: проводятся работы по модернизации локальных вычислительных сетей, замене устаревшего оборудования.

Проведение модернизации невозможно без организации постоянного обучающего процесса. На базе учебных классов Управления ФНС России по субъектам Федерации специалисты налоговых органов проходят обучение работе с компьютерной техникой и программным обеспечением.

Использованные источники:

1. Фомина Е.А., Ковальская Ю.В. Территориальные финансы: управление расходами бюджета: учебное пособие, – Уфа: РИО БАГСУ, 2011.
2. Фомина Е.А., Ковальская Ю.В. Оценка кредитоспособности муниципальных образований: монография, - Уфа: БАГСУ, 2013.- 214 с.
3. Фомина Е.А., Ходковская Ю.В. Программный бюджет: развитие методологии // Финансы Башкортостана. 2016. №1

Бутенко Е.Б.
студент 3 курса
Блохина И.М.
научный руководитель
Кубанский государственный аграрный университет
Финансы и кредит
Россия, г. Краснодар

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Аннотация: в данной статье анализируютя проблемы социального страхования в РФ, также предложены некоторые возможные пути решения данных проблем. Приведена статистика тарифов страховых взносов за 5 лет.

Ключевые слова: *Социальное страхование, Страхование, Негосударственные фонды, Внебюджетные фонды, Перераспределение средств, Социальная поддержка, Риск.*

Социальное страхование играет очень важную роль в защите граждан от различных социальных рисков. Под социальными рисками понимается возникновение такого события, которое может привести к материальной необеспеченности гражданина в связи с утратой дохода, который является основным источником его существования, а также это могут быть дополнительные затраты на внутрисемейное содержание, связанные с затратами на детей или с возникновением нетрудоспособных членов семьи, либо событие, которое повлечет за собой потребность в социальных или медицинских услугах.

Изменение традиционной системы социального страхования в России

вызвано необходимостью адаптации общества к происходящим реформам экономики. Рыночные отношения характеризуются коренными переменами во всех сферах жизни государства и его граждан. В нашей стране множетсво раз предпринимались попытки реформировать социальное страхование. Однако, изменения, которые были внесены, не принесли положительных результатов. Так, снижение ставки единого социального налога повлияло на снижение отчислений во внебюджетные фонды, была ликвидирована возможность санаторно-курортного лечения работающих, была введена оплата больничного листа за счет обязательного социального страхования только начиная с 3-го дня.

Единый социальный налог просуществовал 9 лет. Он заменил собой страховые взносы, уплачиваемые в государственные внебюджетные фонды. Целью введения этого налога было упрощение процедур исчисления и уплаты обязательных социальных платежей за счет сокращения оформляемых документов и уменьшения числа контролирующих органов. Однако на практике система налогового администрирования внебюджетных взносов себя не оправдала. Поэтому от нее решили отказаться, вновь вернув раздельный порядок, действовавший ранее.

Таким образом, у граждан и работодателей снизилась мотивация в собственной защите в виде социального страхования из-за того, что платежи стали отчасти обязательными и, как очевидно, являются инструментом перераспределительной политики государства. Как итог – произошла некая деформация распределительных отношений в государстве, а именно, появилась возможность получения страховых услуг и без участия в формировании финансовой базы страхования. В этом случае нарушается основополагающий принцип страхования «взнос-выплата», и, как итог, система страхования не получает достаточных средств для выплат и социального обеспечения. Как следствие, нарушается следующий принцип - принцип личной ответственности каждого члена общества за формирование условий собственной жизни. Это неотъемлемый принцип, на базе которого функционирует рыночная экономика.

Специалисты посчитали, что необходимо создавать условия для создания и развития негосударственного социального страхования, что напрямую связано с организацией негосударственных пенсионных фондов. Такая поддержка со стороны государства позволяет создать конкурентные условия между образовавшимися страховыми организациям, что повышает уровень оказываемых страховых услуг, а также эффективность социальной защиты различных слоев населения.

Решая эти проблемы, исполнительные и законодательные органы страны в последние 12-15 лет разработали законодательную базу социального страхования, регламентирующую деятельность основных субъектов правоотношений в данной сфере, создали государственные внебюджетные социальные фонды: Пенсионный фонд Российской

Федерации (ПФР), федеральный и региональные фонды обязательного медицинского страхования (ФОМС), Фонд социального страхования Российской Федерации (ФСС).

Учитывая данные прошлых лет, можно проанализировать тарифы страховых взносов, уплачиваемых в ФСС. Переходный период и пониженные тарифы установлены лишь для отдельных категорий налогоплательщиков (в частности, для резидентов особых экономических зон, организаций, использующих труд инвалидов, и т. д.). В 2011 - 2012 гг. общий размер взносов для них составил 20,2%, в 2013 - 2014 гг. - 27,1%. И только в 2015 г. произошла отмена всех льгот: абсолютно все страхователи выплачивают взносы по единой ставке, 22% отчисляется в Пенсионный фонд, 2,9% — в ФСС и 5,1% — в ФФОМС. Общий тариф страховых взносов в 2016 году составляет 30%, тарифные ставки остаются не изменены.

Данные меры позволили сформировать значительную по объемам ресурсную базу для целей социальной защиты работников и членов их семей и обеспечить ее функционирование на постоянной и независимой от бюджетов всех уровней основе.

Сформированные финансовые инструменты и механизмы социального страхования, пусть и весьма несовершенные, позволили в условиях масштабных изменений экономической и социальной сфер страны предотвратить крайние формы нищеты и бедности населения, обеспечив приемлемое в этих условиях социальное обеспечение пенсионеров, привлечь значительные финансовые ресурсы для медицинской помощи.

При этом не вызывает сомнений и тот факт, что формирование эффективной системы социального страхования еще далеко не завершено.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 16.07.99 №165-ФЗ «Об основах обязательного социального страхования»
2. Отечественная система социального страхования: требуется срочная модернизация // Человек и труд, №6, 2011;
3. Роик В.Д. Социальная политика: какая модель распределения доходов нужна России? // Российский экономический журнал. 2013, № 8;
4. Социальные экономические параметры реформирования социального страхования: состояние, проблемы и пути решения. Материалы Института социальной политики Академии труда и социальных отношений. Руководитель темы Д.Ф.Шавишвили. Москва, 2011;
5. Система социального страхования: почему и как ее надо реформировать// Человек и труд, №3, 2013, С. 9-16.
6. http://www.centrattek.ru/

Бутенко Е.Б.
студент 3 курса
Неводова И.А.

научный руководитель
Кубанский государственный аграрный
Университет Финансы и кредит
Россия, г. Краснодар

ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖНОЙ БЕЗРАБОТИЦЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация: в данной статье анализируется состояние молодежной безработицы, приводятся статистические данные, характеризующие безработицу среди молодежи. Раскрыты причины и последствия низкой конкурентоспособности молодых людей на рынке труда.

Ключевые слова: *Безработица, Молодежная безработица, Рынок труда, Работа, Возрастная группа, Профессия, Социальная программа, Подъемные, Единовременная выплата, Молодежная политика.*

Проблема молодежной безработицы является одной из серьезнейших социально-экономических проблем современного общества. Отсутствие работы приводит молодых людей к порой отчаянным поступкам, а также появляются проблемы в развитии и становлении личности человека, распадаются браки на основе безденежья молодых семей, уменьшается рождаемость, увеличивается число преступлений, которые совершены скорее из желания «приобрести мечту».

Специалисты определяют молодёжную безработицу, как социально-экономическое явление, при котором лица в возрасте 15-29 лет находятся в поиске работы и готовы приступить к ней, но не могут реализовать свое право на труд, тем самым, теряя основные средства к существованию.

В современном обществе России молодежная безработица является одной из национальных проблем, так как это связано с тем, что молодежь – это будущее общества, а социальное обеспечение различных категорий населения всецело зависит от трудовой деятельности молодых людей.

По данным статистики, молодежь составляет 41% трудоспособного населения страны. Также выявленная тенденция старения населения, то есть, увеличивается доля людей в возрасте 25-29 лет. Но будучи наиболее

энергичной, восприимчивой и обучаемой группой населения, молодежь является и наиболее уязвимой частью населения, так как заметны трудности при устройстве на работу.

По данным статистики, молодые люди составляют самую многочисленную группу безработных. Проблемы молодежной безработицы отличаются от проблем безработицы других возрастных групп.

Если попробовать оценить молодежный рынок труда, мы выявим некоторую особенность. Этой особенностью является низкая конкурентоспособность молодого населения по сравнению с наиболее взрослыми категориями населения. Острее всего эта проблема является для возрастной группы от 20 до 24 лет. К сожалению, на сегодняшний день на рынке труда для молодых людей практически не имеется вакансий. Вместе с этим, существует некоторый дисбаланс между требующимися вакансиями и желаемыми. Зачастую выпускники при постановке на учет в качестве безработных имеют экономические, бухгалтерские и юридические специальности.

Основными причинами безработицы среди молодежи являются:

– Отсутствие системы распределения выпускников вузов на рабочие места;

– Несоответствие получения профессий между желаемыми и требуемыми;

– Нежелание работодателе принимать на работу молодых и неопытных специалистов;

– Высокие требования молодежи к оплате труда;

– Низкая конкурентоспособность молодых людей в отношении зрелых.

В настоящее время Федеральным агентством проводится процесс разработки долгосрочной молодежной политики России, данная политика уже вступила в действие. Основными задачами является развитие экономической эффективности молодого населения, увеличение доли инвестиций в молодежь и открытие новых перспектив для самореализации. По данным статистики, в 2000-х годах доля молодежи составляла около $^1/_4$ всего населения страны, но после 2010 года произошло резкое снижение численности молодых людей, что вызвано демографическим кризисом 1990-х годов. Это говорит о том, что экономическая нагрузка на молодое население в ближайшем будущем будет только возрастать.

Одним из важнейших вопросов является ресурсное обеспечение проводимой молодежной политики. Расходы финансируются из Консолидированного бюджета РФ. В настоящее время расходы на молодежную политику стали возлагаться на региональный бюджет, что является более эффективной мерой финансирования. Для стимулирования молодых людей к устройству на работу выплачиваются так называемые

подъемные. Это единовременная денежная выплата для молодых специалистов. Размер выплаты устанавливается на региональном уровне. Подобные мебры финансовой поддержки распространяются на представителей наиболее востребованных и наименее защищенных профессий, таковыми являются работники здравоохранения, а также образования.

Явным примером выплат молодым специалистам служит программа «Земский доктор». Такая программа направленна на поддержку только молодых врачей, которые решили устроиться на работу в сельской местности. Подъемные выплачиваются в размере 1 млн рублей, эти средства разрешается направить на приобретение готового жилья или его строительство. Данная программа вступила в действие с 2012 года и о ее прекращении пока речи не идет. Благодаря такой поддержке было привлечено на работу около 15,5 тысяч врачей.

В 2015 году из федерального бюджета на осуществление данной программы было выделено 1,8 млрд рублей

Другим примером служит программа выплат пособий для молодых специалистов-учителей. Материальная поддержка оказывается лицам до 30-35 лет и представляет собой единовременную выплату в размере от 20 тыс.руб. до 100 тыс.руб.. Также предусмотрена надбавка к основной заработной плате, которая устанавливается в процентном соотношении к ставке заработной платы и льготные условия получения ипотеки. Ипотечные платежи частично выплачиваются за счет регионального или местного бюджета.

Анализируя проблему молодежной безработицы, можно сделать вывод, что для сокращения числа неработающей молодежи необходимо сформировать единую комплексную систему социально-профессиональной ориентации и адаптации молодежи. Для привлечения молодых специалистов необходимо разрабатывать программы финансовой поддержки, что является огромной помощью в начале профессионального пути. Единовременные выплаты, ипотечные льготы и надбавки – как доказывает опыт, эффективная мера распределения дефицитных специалистов.

Использованные источники:

1. Бабушкина, Т. Молодежь на рынках труда и образовательных услуг [Текст] : Т. Бабушкина, М. Гарсия-Исер // Человек и труд. - 2011.-42с.
2. Богдан, Н., Могилевкин, Е.А. Карьера молодого специалиста: взгляд вуза [Текст]: // Е.А. Могилевкин, Управление персоналом; ИНФРА, М.: -2011.-114с.
3. Генкин, Б.М. Экономика и социология труда. [Текст]: Учебник для вузов. - М.: Издательство НОРМА, 2013. - 224с.
4. 10. Руденко, Г.Г., Савелов, А.Р. Специфика положения молодежи на рынке труда [Текст]: //Социс. – 2014. - 124с.
5. 11. Селиванова О. Занятость молодежи - стратегическая проблема

[Текст]:// Человек и труд. -2012. - 290с.
6. 12. Таюрская Е. Как улучшить положение с трудоустройством молодежи [Текст]: // Человек и труд. -2012. - 115с.
7. https://www.vademec.ru/

Быкова М.В.
старший преподаватель
кафедра экономики и управления
Савина И.В.
старший преподаватель
кафедра экономики и управления
Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ В СФЕРЕ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: *В статье рассмотрены мероприятия по решению проблем занятости населения в Тульской области. Особое внимание уделено повышению эффективности использования трудовых ресурсов и стабилизации ситуации на рынке труда Тульского региона.*

Ключевые слова: *безработица, занятость, проблемы занятости, коэффициент напряженности.*

Bykova M.V., senior teacher of department of economy and management of the Tula state pedagogical university of L.N. Tolstoy
Savina I.V., senior teacher of department of economy and management of the Tula state pedagogical university of L.N. Tolstoy

SOLVING PROBLEMS IN THE FIELD OF EMPLOYMENT ON THE EXAMPLE OF TULA REGION

Abstract: The article deals with activities to address the problems of employment in the Tula region. Particular attention is paid to the more efficient use of labor resources and the stabilization of the situation on the labor market of the Tula region.

Keywords: unemployment, employment, employment, the ratio of tension.

Сегодня одной из главных социально-экономических проблем любой страны, в том числе и России, является безработица. Это связано с тем, что уровень безработицы считается одним из главных факторов, влияющих на уровень жизни населения. Современные исследования причин возникновения и последствий безработицы позволяют государству принять необходимые и действенные меры в области занятости населения [2].

Доказано, что главная роль в экономике каждой страны отведена государству, а социальное обеспечение граждан на прямую связано с социально-экономической политикой государства. В соответствии с действующим законодательством о занятости населения государство проводит политику содействия реализации прав граждан на полную, продуктивную и свободно избранную занятость [1]. Органы власти на федеральном и региональном уровне осуществляют поддержку населения РФ целевыми программами в области занятости.

Примером может служить Постановление правительства Тульской области от 05.04.2016 г. №122 о внедрении Региональной программы дополнительных мероприятий в сфере занятости населения, направленных на снижение напряженности на рынке труда[3].

В Программе изложены организационно и социально-экономические меры, обеспечивающие поддержку и защиту работников, находящихся под угрозой увольнения. Особое внимание уделено повышению эффективности использования трудовых ресурсов и стабилизации ситуации на рынке труда Тульского региона. На основании данных органов Федеральной службы государственной статистики по Тульской области в 2015 году ситуация на рынке труда имела положительную динамику. Численность экономически активного населения, в среднем за 2015 год, составила 803,3 тыс. чел., или 53,2 процента от общей численности населения области; 770.1 тыс. чел. - заняты в экономике; 33,2 тыс. чел. - безработные, соответствующие критериям МОТ; 4,1 процента от численности экономически активного населения - уровень безработицы по МОТ (по Российской Федерации - 5,6%, ЦФО -3,5%) [3].

Уровень занятости населения региона составил 66,1% (по Российской Федерации 65,3%, по Центральному федеральному округу - 68,2%).

На сегодняшний день в области продолжается сокращение трудовых ресурсов из-за снижения численности граждан трудоспособного возраста. Численность населения в трудоспособном возрасте составила 853,7 тыс. человек, доля трудоспособного населения в общей численности населения составила к началу 2016 года в среднем по области 56,4% (в среднем по Российской Федерации - 58,4%; по Центральному федеральному округу - 58,5%). По состоянию на 01.01.2016 в органах занятости населения состояли на учете 6,8 тыс. безработных граждан, уровень регистрируемой безработицы -0,8% от численности экономически активного населения. Коэффициент напряженности на рынке труда составил 0,6 человека на 1 вакантное место [3].

Рынок труда и процессы его регулирования требуют пристального внимания к отдельным категориям граждан, в том числе к родителям, воспитывающим несовершеннолетних детей, выпускникам образовательных организаций среднего и высшего профессионального образования, инвалидам и членам семей с низкими доходами. Таким образом, возникает

необходимость уточнения отдельных мероприятий по защите на рынке труда вышеназванных категорий граждан и обеспечение их дополнительными гарантиями в области занятости. Министерство труда и социальной защиты Тульской области совместно с отраслевыми органами исполнительной власти Тульской области сформировало перечень организаций - потенциальных участников программных мероприятий. Среди них АО «Ефремовский завод синтетического каучука», АО «Трансмаш», ООО «ТУЛА-ЧЕРМЕТ-СТАЛЬ», АО «Конструкторское бюро приборостроения им. А.Г. Шипунова» и многие другие[3].

Реализация указанных мероприятий позволит существенно снизить напряженность на рынке труда Тульской области, повысить конкурентоспособность работников, находящихся под угрозой увольнения и конкурентоспособность на рынке труда, а также стимулировать занятость выпускников образовательных учреждений.

Таким образом, при проведении государственной политики в области занятости необходимо учитывать региональные особенности рынка труда, что позволит большинство существующих проблем решать более эффективно.

Использованные источники:

1. «Федеральная служба государственной статистики». URL:http://www.gks.ru
2. Официальные данные об уровне безработицы в РФ. Холдинг «Финам»: URL: http://www.finam.ru/
3. Региональная программа дополнительных мероприятий в сфере занятости населения, направленных на снижение напряженности на рынке труда Тульской области в 2016 году. URL:http://law.tularegion.ru/scripts/files/47674994-47688796.pdf

Варлашин А.А.
студент – магистрант 1 курса
кафедра «Экономики и финансового менеджмента»
Голев В.И., к.э.н.
доцент
Рязанский государственный радиотехнический университет
Россия, г. Рязань

РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Самым динамичным сектором экономики России на настоящий момент является рыночная торговля. Российская Федерация неизменно занимает уже несколько лет верхние позиции в р ейтингах различных стран, которые являются привлекательными для раз вития розничной торговли. Исходя из результатов последнего общемиро вого исследования компании CBRE «Активность розничных сетей», в к

отором анализируются планы распространения международных сетей в с транах Ближнего Востока, Европы, и Африки, Россия заняла третье мес то, оставив позади даже такие рынки, как Франция, Испания, Великобритания т. д. Росту российских позиций в мировых рейтингах способствовали макроэкономические факт оры, которые положительно сказались на развитии цивилизованной розн ичной торговли в стране, а также динамичное развитие рынка торговой недвижимости в середине 2000х годов.

Обратимся к истории появления и развития розничной торговли (р итейла) в России. Специалисты выделяют четыре этапа.

На первом этапе (1994—1998 год) несмотря на снижение уровня жизни населения, общий спад промышленного производства и уменьшение во всех регионах России, о борота розничной торговли, появляются и активно развиваются продово льственные рынки.

Суть данного этапа заключалась в переходе от оптовой торговли к розничной (большинство современных торговых сетей возникло в рез ультате диверсификации бизнеса дистрибьюторских и оптовых компаний). В розничном товарообороте наблюдается преобладание импортных то варов. Развитие сетевой торговли начинается с появления первых отечес твенных компаний таких как: «Лента», «Патэрсон», «Седьмой Континен т» и др. Важным моментом стало появление первой иностранной сети «Рамстор» (Турция) на российском рынке.

Одними из первых форматов сетевой торговли становятся дорогие супермаркеты, значительную часть которых составили представители сег мента среднего и высшего классов. В это время сетевая торговля не ок азывает существенное влияние на производителей и поставщиков. Доля сетевой торговли составила менее 1 %.

Стратегия сетевых ритейлеров изменяется в результате финансовог о кризиса 1998г., после него начинается переход от дорогих супермарке тов к дискаунтерам.

На втором этапе (1998—2000 год) происходит рост внутреннего российского производства и сок ращение импорта продуктов питания. При этом у появившегося среднег о класса наблюдается резкое сокращение доходов. В результате этого и меющиеся торговые сети изменяют свою политику в пользу расширения ассортимента отечественных товаров и снижения торговой наценки. Ос ваивается торговый формат «дискаунтер» («Пятерочка», «Копейка», «Ма гнит», «Дикси»), который рассчитан на население со средним и низким уровнем дохода. Количество региональных продуктовых сетей увеличива ется.

Региональное развитие реализуется как за счет региональной экспа нсии столичных сетей, так и за счет появления локальных торговых ко мпаний. Доля сетевой торговли превысила 1 %. На рынке доминируют российские торговые сети практически при полном отсутствии иностран ных игроков.

На третьем этапе (2000—2005 год) — усиливается конкурентная борьба, по сравнению со вторым этапом на котором между собой конкурировали российские компании, на данном э тапе в борьбу включаются транснациональные корпорации, происходит массовый выход иностранных сетей на российский рынок.

Активизирование деятельности зарубежных сетей в России подстег нуло к развитию федеральных сетей в регионах, увеличивается количест во сделок по поглощениям и слияниям в регионах.

Возникают новые форматы такие как “cash & carry” и «гипермарк ет». Именно в этот момент возникли конфликты ритейлеров с производ ителями и поставщиками. Исходя из этого, правила на рынке начинают

устанавливать именно сети, а не производители. Торговыми сетями осва иваются новые инструменты финансирования: облигационные кредиты, з аймы. Доля сетевой розничной торговли растет в 2000—2005 гг. до 24 %, и розница уже является наиболее развитой современн ой российской отраслью.

Четвертый этап развития российской розничной торговли начинает ся в 2005 г. Появляются группы компаний-ритейлеров с оборотом более 1 млрд долл. Ритейлерами активно привле каются в качестве финансовых инвесторов внешние финансирования: ин вестиционные фонды, банковские кредиты, облигационные займы. Актив но развиваются большие и средние региональные сети. Происходит рост количества торговых площадок за счет строительства торгово-развлекательных и торговых центров [2, с. 62—63]

На современном этапе можно выделить некоторые проблемы разви тия розничной торговли в России.

1. Развитие международных ритейлеров в России тесно связано со строительством торговых центров. Существует четкая корреляция межд у количеством, представленных в городе брендов и объемом качественн ого предложения на рынке торговой недвижимости.

Наличие площадей, соответствующих требованиям, является краеуг ольным вопросом для международных игроков. Такие площади в регион ах могут предоставить только современные торговые центры. В свою о чередь логистика, например, для крупноформатных ритейлеров также яв ляется не последним вопросом при формировании планов развития.

2. Сложившиеся торговые коридоры в региональных городах если

и присутствуют, то в небольшом количестве. Как показывают исследования, этот сегмент меньше освоен международными компаниями, нежели торговыми центрами. В силу ограниченного предложения. Федеральные сети, как правило, менее требовательны к качеству локации, поэтому их торговые точки размещаются на улице чаще.

3. Рынок непродовольственной розницы имеет крайне низкую степень консолидации. Существует огромный потенциал для развития сетевой розницы в регионах. Ведущие международные компании в таких сегментах торговли, как одежда и обувь, имеют все возможности для открытия в городах России существенной доли новых европейских точек.

4. Москва была и остается первым городом для выхода сетей на российский рынок. Может пройти достаточно большое время, прежде чем компания выйдет за пределы МКАД — пока есть возможность выстроить эффективную сеть в Москве, другие города остаются без внимания. Такая ситуация типична не только для люксовых марок, но и для многих брендов среднего ценового сегмента [1, с. 2].

Для дальнейшего совершенствования функционирования сектора ритейла можно предложить следующие направления:

· участники сектора ритейла должны увеличить интенсивность кооперации, причем кооперации по всей цепочке, начиная первичным производителем и заканчивая акционерами (такой подход получил название «сэндвич»);

· государству необходимо выработать иные условия для субъектов ритейла;

· следует обеспечить тесное взаимодействие потребителей и продуктовой безопасности (нужны гарантии, чтобы человек был доволен);

· необходимо принять все меры по сохранению штата профессиональных сотрудников.

Таким образом, рынок розничной торговли является одним из самых развивающихся в настоящее время, однако он характеризуется наличием определенных проблем, препятствующих развитию сектора ритейла. В целях повышения эффективности работы рынка розничной торговли, необходимо учитывать данные проблемы, искать пути их решения, возможно, обращаясь к зарубежному опыту.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 275-ФЗ "О государственном оборонном заказе".
2. Федеральный закон от 29.06.2015 N 159-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О государственном оборонном заказе" и отдельные

законодательные акты Российской Федерации".
3. Постановление Правительства РФ от 04.11.2006 N 656 "Об утверждении Правил определения начальной (максимальной) цены государственного контракта, а также цены государственного контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем)"
4. Айрапетян Л. А., Конденкова К. Ф. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РОССИИ // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 15.

Варлашин А.А.
студент - магистрант 1 курса
кафедра «Экономики и финансового менеджмента»
Голев В.И., к.э.н.
доцент
Рязанский государственный радиотехнический университет
Россия, г. Рязань

КЛАССИФИКАЦИЯ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Розничная торговая сеть — это совокупность розничных торговых предприятий и других торговых единиц, размещенных на определенной территории в целях продажи товаров и обслуживания покупателей.

Функции розничной торговой сети:

- закупка продукции;
- транспортировка продукции;
- хранение продукции;
- подсортировка, подработка, подготовка продукции к продаже;
- продажа продукции;
- принятие риска;
- финансовая деятельность;
- информирование рынка, получение информации о рынке.

Классификация розничных торговых предприятий:

- универмаг — отличается значительным разнообразием предлагаемых ассортиментных групп продукции. Каждой ассортиментной группой продукции занимается специализированный отдел универмага;
- универсам — представляет собой недорогой магазин с системой самообслуживания. Ассортимент продукции шире, чем в специ-

ализированных магазинах, но не такой широкий, как в универмагах, и с более низким уровнем дополнительного обслуживания покупателей.

- универсам широкого профиля — магазин, по размерам примерно в два раза превосходящий обычный универсам, с широким ассортиментом продовольственной и непродовольственной продукции повседневного спроса, а также набором дополнительных услуг (например, химчистка, почтовые услуги, проявка пленок, печатание фотографий, заправка и мойка автомобилей). Затраты могут быть сокращены за счет: использования эффективной системы контроля над качеством обслуживания покупателей; централизованной системы распределения; применения современных электронных технологий;
- магазин продукции повседневного спроса — небольшой магазин, предлагающий ограниченный ассортимент продукции, пользующейся постоянным спросом (гастрономические товары, средства личной гигиены, сигареты, газеты). Эти магазины, как правило, располагаются вблизи жилых районов. Они открыты с утра и до позднего вечера всю неделю. Потребители данного сегмента рынка пользуются услугами таких магазинов в случае необходимости совершить срочную покупку или в необычное для покупки время и готовы доплатить за удобное расположение и время работы данного типа магазина;
- супермаркет — крупный магазин самообслуживания с низким уровнем цен, невысокими наценками и большим объемом продаж. В супермаркете осуществляется продажа широкой номенклатуры продукции (продуктов питания, моющих средств, хозяйственных товаров);
- специализированный магазин — магазин, предлагающий узкую ассортиментную группу продукции со значительной глубиной ассортимента;
- «убийца товарных категорий» — новый вид агрессивной розничной торговли по сниженной цене. Предлагается широкий ассортимент продукции четко определенной категории. Агрессивная ценовая политика основана на закупках значительного количества продукции и предложении ее по более низким, чем у конкурентов, ценам, в целях ликвидации большинства из них в данном рыночном секторе. Установление выгодной для потребителя цены оправдывается масштабами экономии, массовыми закупками и жестким контролем над уровнем затрат в цепи поставок;
- торговый комплекс — по своим размерам превосходит универсам широкого профиля. Площадь торговых помещений может достигать 10 000 м2 (шесть футбольных полей!). Торговые комплексы могут совмещать в себе универсам, магазин сниженных цен и склад-магазин. Помимо обычно приобретаемой продукции в ассортимент торгового комплекса входит мебель, электробытовые приборы, одежда и множество других изделий. Торговый комплекс функционирует подобно складу-магазину. Товары в проволочных «корзинах» расположены на высоких металлических стеллажах. В течение всего времени работы магазина по

проходам разъезжают электрокары, пополняя запасы товаров на полках и доставляя крупногабаритные товары к выходу. Тем покупателям, которые вывозят тяжелые электробытовые приборы и мебель, не прибегая к услугам магазина, предоставляется скидка с цены;

- торговый центр — комплекс функционально и пространственно связанных предприятий торговли, общественного питания, бытового и других видов обслуживания, обеспечивающий потребителям широкий выбор продукции и услуг в одном месте и тем самым экономию времени;
- магазин со сниженными ценами — предприятие розничной торговли, продающее стандартный набор продукции по низким ценам на основе невысоких наценок и высокого уровня объемов продаж. К магазинам, торгующим по сниженным ценам, относятся магазины, торгующие за наличный расчет и без доставки, клубы-склады и демонстрационные залы;
- магазин, торгующий за наличный расчет и без доставки — крупный по размеру магазин (3000-4000 м2), предлагающий широкий ассортимент продукции и предоставляющий скидки за крупную партию продукции;
- клуб-склад (клуб оптовиков или склад, обслуживающий членов клуба) — предприятие розничной торговли по низким ценам, торгующее ограниченной номенклатурой марочной продукции (как правило, бакалейными товарами, электробытовыми приборами, одеждой), но крупными партиями. Клубы-склады экономят за счет низкого уровня общих затрат, расположения на окраинах города и наличия складских помещений. Потребителями услуг клубов-складов являются небольшие магазины, которые уплачивают ежегодные членские взносы;
- магазин — демонстрационный зал, торгующий по каталогам, — предприятие розничной торговли с широкой номенклатурой дорогой ходовой марочной продукции по сниженным ценам. Магазины — демонстрационные залы успешно функционируют на основе снижения уровня общих затрат и массовых закупок. Продукция, выставленная на продажу, перечислена в каталогах, расположенных на прилавках магазина. Покупатели заполняют формуляр-заказ на продукцию и передают его ассистенту менеджера по продажам для оформления сделки. Покупатель может получить продукцию либо у ассистента, либо непосредственно со склада.

Варшавский А.В.
заместитель генерального директора по персоналу (HR)
ООО «Юпитер9»
доцент
кафедра таможенного дела и мировой экономики
Цуканова Н.Е., к.э.н.
заведующий кафедры таможенного дела и мировой экономики

Солодухина О.И.
преподаватель
кафедра таможенного дела и мировой экономики
ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»
Российская Федерация, г. Курск

К ВОПРОСУ УЧАСТИЯ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ ЗА ПЕРЕМЕЩЕНИЕМ ЧЕРЕЗ ТАМОЖЕННУЮ ГРАНИЦУ ЕАЭС ПРОДУКЦИИ ВОЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

В статье рассматриваются основные результаты исследования деятельности таможенных органов по осуществлению контроля за перемещением через таможенную границу ЕАЭС продукции военного назначения

Ключевые слова: товары военного назначения, оборонный заказ, таможенные органы

The article discusses the main results of the research activities of the customs authorities for the implementation of state control over moving through customs border of the EAEC military products

Keywords: military goods, defense contracts, the customs authorities

В период дестабилизации политической обстановки в ряде стран-участниц СНГ, усиления борьбы с террористическими проявлениями, особую актуальность приобретает исследование системы контроля за оборотом вооружения и военной техники, ответственность за реализацию требований которой несут, в частности, и таможенные органы.

В основе перемещения товаров военного назначения лежат требования, определенные Указом Президента РФ от 10.09.2005 № 1062 «Вопросы военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами». Приведенный нормативный правовой акт также определяет основные функции и задачи функционирования Комиссии по вопросам военно-технического сотрудничества Российской Федерации.

Основанием начала внешнеторговой операции по перемещению товаров военного назначения через таможенную границу ЕАЭС, по общему правилу, необходимо считать лицензию на ввоз/вывоз продукции военного назначения. Выдача лицензий осуществляется для целей реализации различных задач, основными из которых являются:

- перемещение продукции в интересах федеральных органов исполнительной власти (например, Министерства обороны РФ);
- перемещение продукции в целях укомплектования федеральных органов исполнительной власти, в состав которых входят войска и воинские формирования (например, Национальная гвардия);
- перемещение продукции в целях исполнения государственного

оборонного заказа государственным посредником - специализированной организацией, созданной по решению Президента Российской Федерации в форме федерального государственного унитарного предприятия или государственными корпорациями.

В основе такого перемещения в обязательном порядке лежит принятое Правительством Российской Федерации постановление об утверждении государственного оборонного заказа на календарный год. Подготовку постановления, оценку потребности осуществляет Федеральная служба по военно-техническому сотрудничеству.

Необходимо отметить, что для торговли рассматриваемым типом продукции государством допущены только три категории российский организаций:

1. Государственный посредник – специализированная организация, созданная по решению Президента Российской Федерации.
2. Государственная корпорация по содействию разработке, производству и экспорту высокотехнологичной промышленной продукции «Ростех».
3. Организации-разработчики и производители продукции военного назначения, получившие право на осуществление внешнеторговой деятельности в отношении продукции военного назначения – крупнейшие российские корпорации в области судостроения, авиа и ракетостроения, производители стрелкового вооружения.

Отдельно установлен порядок торговли и перемещения: запасных частей, агрегатов, узлов, приборов, комплектующих изделий, специального, учебного и вспомогательного имущества, технической документации к ранее поставленной продукции военного назначения, также возможности осуществления в связи с такими поставками услуг, связанных с проведением работ по:

- освидетельствованию, эталонированию, продлению срока эксплуатации, техническому обслуживанию, ремонту, модернизации;
- проведению научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;
- утилизации;
- обучению иностранных специалистов.

Проведение перечисленных видов работ осуществляется только при условии ранее принятых, в установленном порядке, решений о поставке продукции военного назначения, закупке продукции военного назначения или о передаче лицензий на ее производство.

Для таможенных органов весьма актуальным является вопрос идентификации перемещаемой продукции военного назначения. Для этих целей служит классификатор продукции военного назначения, формируемый Федеральной службой по военно-техническому сотрудничеству.

Независимо от источника приобретения продукции военного

назначения, ее перемещение и таможенное декларирование должно осуществляться на основании решений Федеральной службы по военно-техническому сотрудничеству. В данном случае не требуется принятие решения Президента Российской Федерации или Правительства Российской Федерации.

Не только сама техника, но и части, комплектующие изделия, учебное имущество, техническая документация к ранее поставленной продукции военного назначения могут являться носителями сведений, составляющих государственную тайну. Такие поставки возможны только при условии, что сведения, содержащиеся в планируемой к поставке продукции, были разрешены для передачи иностранным государствам.

Законодательно определены случаи, при которых поставки продукции военного назначения возможны только при наличии положительного заключения Федеральной службы по техническому и экспортному контролю (ФСТЭК). Российская Федерация гарантирует и исполняет международные обязательства в области экспортного контроля, принятые в целях нераспространения оружия массового поражения и средств его доставки.

Дополнительные перечни продукции военного назначения составляются организацией-разработчиком и производителем продукции военного назначения, участвующей в выполнении контракта на поставку продукции военного назначения иностранному заказчику, утверждаются ее руководителем и согласовываются с военным представительством Министерства обороны Российской Федерации, аккредитованным при этой организации. Согласования дополнительных перечней с федеральными органами исполнительной власти в этих случаях не требуется. Единственное условие – наличие ранее выданной лицензии на поставку продукции.

В практике таможенных органов Российской Федерации значительный период времени использовался сертификат конечного пользователя – легализованный в установленном порядке документ, содержащий обязательства уполномоченного органа иностранного государства использовать экспортируемую из Российской Федерации продукцию только в заявленных целях и не допускать ее реэкспорта или передачи третьим странам без согласия Российской Федерации.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 15 августа 2005 г. № 517 «О порядке получения разрешения Комиссии по экспортному контролю Российской Федерации на осуществление внешнеэкономических операций» на российского участника ВЭД возложена обязанность получения разрешения Комиссии по экспортному контролю РФ.

Данный разрешительный порядок используется и в случаях осуществления внешнеэкономических операций с товарами и технологиями, не подпадающими под действие списков контролируемых товаров, в случаях, если российские участники ВЭД имеют основания полагать, что эти товары и технологии могут быть использованы для создания оружия

массового поражения, средств его доставки, иных видов вооружения и военной техники или приобретаются в интересах лиц, в отношении которых имеются сведения об их участии в террористической деятельности.

ФСТЭК России на регулярной основе информирует российских участников ВЭД и таможенные органы о потенциальных рисках в торговле с такими контрагентами, чтобы свести к минимуму возможность создания вооружения и военной техники за счет российских технологий и материалов на территориях иностранных государств.

Многие вопросы в выпущенном ФТС России документе «Методические рекомендации по вопросам применения законодательства в области экспортного контроля и военно-технического сотрудничества при помещении товаров под таможенные процедуры» (письмо ФТС России от 16.04.2016 № 01-11/62618), раскрыты недостаточно четко. Поэтому их принятию в виде нормативно-правового акта должно предшествовать широкое обсуждение и аналитическая работа, направленная на изучение практики работы таможенных органов.

Так, таможенным органам рекомендуется при осуществлении контроля продукции военного назначения использовать идентификацию товаров:

- выполненную декларантом самостоятельно;
- на основании обращения участника ВЭД соответствующим федеральным органом исполнительной власти (в отношении продукции военного назначения - ФСВТС России);

Результаты идентификации рассматриваемой категории товаров подтверждаются представлением в таможенный орган, совершающий действия, связанные с помещением товаров под таможенные процедуры, соответствующих документов: формуляры, паспорта, этикетки, руководства по эксплуатации, технические описания, иная конструкторская и технологическая документация и иная документация.

В тоже время встречаются и явные противоречия. Например, по тексту методики следует «подтверждающая, что такие товары применяются для гражданского (общепромышленного) назначения, либо заключения ФСВТС России о не отнесении продукции, предусмотренной для ввоза в Российскую Федерацию или вывоза из Российской Федерации, к продукции военного назначения», но раздел касается именно контроля продукции военного назначения.

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 10 сентября 2005 г. № 1062 «Вопросы военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами» отнесение товаров, а также информации, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности к продукции военного назначения и выдача соответствующих заключений осуществляются ФСВТС России в порядке, установленном этой службой. В тоже время большинство пограничных таможенных органов осуществляют контроль за фактическим перемещением товаров данной

категории через таможенную границу.

Поэтому возникает еще одна проблема – визуализации продукции и соответствия ее указанной в товаросопроводительных документах. По нашему мнению, ссылка авторов методики на положения решения Комиссии таможенного союза от 20 мая 2010 г. № 257 «Об Инструкциях по заполнению таможенных деклараций и формах таможенных деклараций» некорректна. Если напрямую следовать инструкции, «при декларировании в графе 31 декларации на товары (далее - ДТ) указываются сведения о наименовании (торговое, коммерческое или иное традиционное наименование) товара и сведения о производителе (при наличии сведений о нем), товарных знаках, марках, моделях, артикулах, сортах, стандартах и иных технических и коммерческих характеристиках, а также сведения о количественном и качественном составе декларируемого товара», это не может относится к товарам категории продукции военного назначения. В лицензии и в товаросопроводительных документах, а следовательно и в ДТ заявитель /декларант никогда не будет указывать конкретные характеристики такой продукции. Основу описания составляет аббревиатура: «Изделие 1П218К – 2 единицы», а это наименование может соответствовать и раме землеройной машины, и современной ракетной установки.

В практике осуществления таможенными органами контроля за оборотом вооружения и военной техники существует большое количество случаев, когда на пункте пропуска, встретившись с перемещением таких товаров, недостаточно опытный инспекторский состав искал помощи и консультаций, докладывая по системе ведомственной связи «на пункт пропуска прибыло две малые подводные лодки», путая их со спасательными герметичными шлюпками, или «что-то от вертолета в громадном ящике» - хотя речь шла о редукторе несущего винта. Это объясняется невозможностью правильной идентифицикации перемещаемых грузов по товаросопроводительным документам. Перемещаемое военное имущество имеет экспортную упаковку с нанесенной маркировкой, возможностью наложения средств идентификации (совсем не обязательно таможенной, а правильней будет - производителем или спецэкспортером), а в случае отсутствия возможности нанесения обеспечения – груз крупногабаритный – давно принятой в системе таможенного контроля идентификацией с использованием стикеров, фотографий и схем, т.е. визуально убедившись в соответствии товара, пограничная таможня выполнит предназначенную ей функцию – фактического таможенного контроля.

Следовательно, контроль государства, в том числе, осуществляемый таможенными органами, должен отвечать задачам борьбы с незаконным использованием товаров, информации, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности в целях создания оружия массового поражения и средств его доставки, иных видов вооружения и военной

техники либо когда целью является приобретение в интересах организаций или физических лиц, причастных к террористической деятельности. Повышение эффективности деятельности таможенных органов в сфере государственного контроля за перемещением через таможенную границу ЕАЭС продукции военного назначения требует дальнейшего развития и совершенствования нормативно-правовой базы, посредством привлечения к этому процессу представителей ведущих государственных корпораций, предприятий, а также независимых юридических компаний, участвующих в формировании и сопровождении процесса экспорта отечественных вооружений

Использованные источники:

1. Коварда, В.В. Таможенно-тарифное регулирование экономической безопасности России в условиях экономических санкций [Текст]: В.В. Коварда, Р.А. Животов // Актуальные проблемы международных отношений в условиях формирования мультиполярного мира / Сборник научных статей II Международной научно-практической конференции / Юго-западный государственный университет. - 2015. - С. 48-52.

2. Минакова, И.В. Современные тенденции управления политическим и социально-экономическим развитием территорий [Текст]: / И.В. Минакова, Л.Г. Мельник, Е.И. Масалов, А.В. Кубатко, А.В. Кубатко, М.В. Шатохин, Ю.Л. Петрачкова, Н.Н. Петренко, М.А. Пархомчук, Е.Б. Дорина, В.В. Сабадаш, С.А. Петровская, Т.В. Добринова, М.Ф. Зозулич, А.И. Каринцева, С.В. Тарасенко, И.Н. Малиновская, С.М. Шевченко, О.И. Минакова, И.Н. Сотник и др.// Орел. - 2013.

3. Солодухина О.И. Особенности применения технологии предварительного информирования при помещении товаров под таможенную процедуру таможенного транзита [Текст]: / О.И. Солодухина // В сборнике: Тенденции развития науки и образования / Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 31 июля 2015 г.: в 3 частях. ООО «АР-Консалт». Москва, 2015. С. 30-31.

4. Старых С. А. Особенности введения эмбарго на поставки сельхозпродукции из Польши в Россию в августе 2014 года [Текст] / С. А. Старых, А. Ю. Малюхова // Молодой ученый. — 2015. — №9. — С. 729-731.

5. Цуканова Н.Е., Солодухина О.И. Особенности деятельности курской таможни по осуществлению таможенного контроля товаров и транспортных средств при таможенном транзите // В сборнике: Наука, образование, общество: актуальные вопросы и перспективы развития. Сборник научных трудов по материалам Международной научно – практической конференции: в 4 частях. ООО «АР - Консалт». 2015. С. 92 - 94.

6. Цуканова Н.Е., Келеш М.Д. Влияние зоны свободной торговли снг на экономическое развитие стран содружества // В сборнике: Экономическая безопасность России: проблемы и перспективы материалы III Международной научно-практической конференции. Нижегородский

государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева. 2015. С. 218-222.

Ветюгова Ю.
магистрант
Высшая школа брендинга
АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»
Россия, г. Москва

ЭТНОКУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И СИСТЕМА БРЕНД-ДИЗАЙНА

В статье представлена гипотеза о возможности влияния на потребительскую лояльность посредством использования в бренд-дизайне этнокультурных элементов. Также рассматривается система бренд-дизайна и ее составляющие в контексте применения этнокультурной идентичности в бренд-проектировании.

Ключевые слова: управление потребительской лояльностью, этнокультурная идентичность в дизайне, брендинг, бренд-дизайн, система дизайна.

This article is dedicated to a hypothesis about possible effects of ethno-cultural elements in brand design on consumer loyalty.

Also, in the article is highlighted a system of brand design and its elements in the context of application of ethno-cultural identity.

Key words: ethno-cultural identity in design, consumer loyalty management, branding, brand design, design system.

Бренд-проектирование сегодня имеет комплексный подход, соединяющий исследовательский, стратегический и творческий этапы. Базисом в этом процессе является исследовательская часть. Ее наличие позволяет осознанно и целенаправленно подойти к созданию бренда и получить более предсказуемый результат. Наряду с изучением рынка и конкурентов, очень важным для бренд-проектирования является получение знаний о потребителе, его ценностях и потребностях, которые лежат в основе его поведения и влияют на его выбор. Как воздействовать на выбор потребителя и управлять потребительской лояльностью - это одни из главных вопросов маркетинговых исследований сегодня. И ответы на них очень важны, так как именно потребительская лояльность является ключевым фактором, определяющим потенциал жизни бренда. Среди всех видов исследований потребителя большое значение имеют этнографические и культурологические исследования. Они особенно важны сегодня в условиях жесткой конкуренции, когда в одной продуктовой нише представлено одновременно большое количество глобальных, федеральных, региональных брендов, и в связи с этим конкурентное противостояние

переместилось из области экономики в область культуры. [15 с. 297] Культура — антропологический феномен, и сегодня при создании бренда изучение человека как носителя культуры имеет основополагающее значение.

Каждый человек имеет субъективное представление об окружающей реальности, которое зависит от социальных, этнических и культурных ориентиров, формируемых у человека с детства. Исходя из этого, человек делит все в мире на «свое» и «чужое». [2 с. 55] Подобное разделение характерно и для культуры как единого организма. Как утверждает Ю. М. Лотман, всякая культура начинается с разбиения мира на внутреннее («свое») пространство и внешнее («их»). [10 с. 175] Кроме того, граница культур – место их интеграции и взаимопроникновение. [10 с. 183] При проектировании бренда необходимо учитывать данные факторы, так как именно знание культуры позволяет бренду точнее идентифицироваться в среду и приобрести необходимые качества, чтобы стать для потребителя «своим».

Ключевым в понимании взаимодействия культур и интеграции бренда в культурную среду является понятие идентичности. «Идентичность – категория социально-гуманитарных наук, применяемая для описания индивидов и групп в качестве относительно устойчивых, «тождественных самим себе» целостностей». [4] Идентичность не является врожденным компонентом, она формируется в процессе социальных коммуникаций. В структуре идентичности выделяют «индивидуальный» и «социальный» уровни. Персональная идентичность определяет уникальные качества индивида, социальная идентичность является результатом идентификации индивида с ожиданиями и нормами его социальной среды, и разделить эти два уровня идентичности нельзя. [4]

Бренд также должен обладать идентичностью, основанной на этнокультурных и социальных ориентирах его целевой аудитории. Это позволит потребителю выявить характер, специфичные черты и круг компетенций бренда. [16 с. 18-19] Визуальная и вербальная идентификация бренда формируют его образ. Образ бренда позволяет транслировать окружающим ситуационное представление человека о себе, то есть бренд может использоваться людьми для передачи определенной информации. Сообщение передается посредством символов, заложенных в дизайне бренда. Люди сопоставляют представления о себе с социальными ожиданиями конкретной группы и, ориентируясь на это, делают выбор бренда. [16 С. 18-19] Например, в современных условиях под влиянием этнокультурной политики, проводимой в регионах России, наблюдается рост самоидентификации титульных этносов данных регионов. Для людей становится важным транслировать принадлежность к конкретному этносу. Таким образом, значение приобретает проявление этнической идентичности. Этническая идентичность является разновидностью социальной

идентичности и характеризуется отождествлением индивида с конкретной этнической группой. [4]

Для данной статьи основополагающим является понятие «этнокультурной идентичности», которое следует считать тождественным понятию «этническая идентичность», так как культура является проявлением этнической идентичности и основным критерием дифференциации этносов.

Таким образом, использование этнокультурных черт в бренд-проектировании может являться эффективным средством управления потребительской лояльностью и должно учитываться при проектировании региональных брендов и адаптации национальных и мировых брендов к новым районам. Необходимость и актуальность изучения данного вопроса подтверждается наличием трудов отечественных и зарубежных исследователей. Обобщая, их можно разделить на две группы. Первая посвящена проектированию брендов в целом, и в большей степени исследовательскому и стратегическому аспектам. К ней следует отнести труды К. Рапайя «Культурный код» [12], Ж.-Н. Капферера «Бренд навсегда» [5], В. Тамберга и А. Бадьина «Бренд. Боевая машина бизнеса» [13], В.Н. Домнина «Национальные особенности бренда» [3]. Вторая группа исследований посвящена непосредственно дизайну. Данные работы объединяет применение культурно-экологического подхода в дизайн-проектировании. Этот термин основан на концепции экологии культуры Д.С. Лихачева [9] и впервые был сформулирован в трудах К.А. Кондратьевой. [7] Его главная идея заключается в использовании этнического и культурного своеобразия региона как основы для проектной практики. В дальнейшем данный подход был рассмотрен Т.А. Мазуриной относительно создания товарных знаков, а также использования семантики природных объектов в рамках «Метода бионического формообразования в графическом дизайне» [11], а также И.В. Хомяковой, раскрывшей в своей работе значение народного искусства для проектной практики и уделяющей особое внимание орнаменту как наиболее устойчивому компоненту народного искусства, заключающему в себе все семантическое богатство конкретной этнокультуры и являющемуся ее визуальным кодом. [14]

Представленные исследования свидетельствуют об интересе со стороны научного сообщества к вопросу влияния этнокультурного мировоззрения, отраженного в идентификации бренда, на его взаимодействие с потребителем. Не менее значимым является и практическая реализация этнокультурных знаний при проектировании бренда, в частности в бренд-дизайне, областью ответственности которого является визуальная идентификация бренда и его атрибутов. Именно дизайн формирует эмоциональные связи бренда с целевой аудиторией и помогает в управлении поведением потребителя. Использование в дизайне этнокультурных элементов может стать эффективным способом воздействия на потребительский выбор. В этом случае целесообразным является

использование культурно-экологический подхода, в котором основой для дизайна служит материальная культура конкретного этноса, а также особенности природной среды. Кроме того, крайне важно, чтобы все атрибуты бренда несли одно сообщение, тем самым формируя в сознании потребителя единый образ. Для достижения данной цели необходимо структурировать творческий процесс. Эффективным инструментом для решения данной проблемы является система бренд-дизайна. Этот метод в дизайн-проектировании был разработан А.С. Кожановым [6] и, на наш взгляд, считается весьма продуктивным, так как позволяет определить все необходимые составляющие визуального образа и сформировать композиционную иерархию. Система бренд-дизайна состоит из следующих компонентов: торговой марки, цветовой гаммы, шрифтов (типографики), фона (элементов графики, паттернов), инфографики (пиктограмм, обозначений), стиля иллюстраций и фотографий. [6] Все эти элементы при необходимости могут транслировать этнокультурную принадлежность бренда.

Торговая марка (товарный знак или логотип) является центральной частью системы идентификации и ее восприятия людьми. Торговая марка имеет знаковую природу. Она может быть словесной, изобразительной, комбинированной. [1] По особенностям визуального решения торговые марки можно классифицировать на буквицы, монограммы, амбиграммы, образы, шрифтовые, каллиграфические, цифровые и абстрактные. [6] Кроме того, сегодня есть возможность запатентовать звуковые и объемные товарные знаки. [1] Применение культурно-экологического подхода при создании торговой марки должно основываться на изучении этнокультуры как единой знаковой системы, элементы которой могут быть интерпретированы в дизайне (рис. 1, 2). Подобным элементом может выступать орнамент, так как он является наиболее устойчивым компонентом народного искусства. [14]

Рис. 1. Мария Пономарёва. Фирменный стиль Нижнего Новгорода.

Рис. 2. Компания Notamedia. Фирменный стиль Ненецкого автономного округа.

Не менее важным элементом формирования визуальной идентификации бренда является цветовая гамма. Цвет является одним из

главных способов коммуникации бренда, именно цвет потребитель лучше запоминает и затем соотносит его с продуктом и брендом. Как утверждает О.В. Кошеренкова: передача информации с помощью цвета основана на возникающих ассоциациях, имеющих несколько слоев: общие природные, более поздние слои – влияние традиций народа, к которому принадлежит человек, а затем уже цветовые ассоциации личных переживаний и впечатлений. [8] Таким образом, применение в бренд-дизайне цветовой палитры, традиционной для данного этноса, позволит более точно воздействовать на выбор потребителя (рис. 3).

Рис. 3. А. Израилов, П. Чистяков. Фирменный стиль телеканала «Россия»

Кроме цвета основную информацию о продукте доносит типографика. Используемые в бренд-дизайне шрифты должны не только передавать содержание, но и создавать эмоциональный образ, доносить позиционирование товара, раскрывать характер бренда (рис. 5, 6). В контексте культурно-экологического подхода в дизайне шрифт может быть рассмотрен как элемент, позволяющий осовременить традиционную визуальную семантику и сгенерировать новые знаки этнокультуры. Для этого также может быть применена инфографика, то есть пиктограммы и обозначения. Основанная на изобразительных элементах информационная графика способна быстрее донести суть сообщения до потребителя, что обуславливает целесообразность её применения в брендинге.

Все шрифтовые и изобразительные элементы всегда располагаются поверх фона. Он также является элементом системы дизайна. Фон может быть однотонным или дополняться паттернами, включать плашки и фактурные поверхности. Фон является одним из главных способов донесения до потребителя этнокультурного характера бренда. Именно в паттернах могут быть представлены элементы этнокультурной знаковой системы (рис. 7, 8).

Рис. 4. Заставка в рукописном Евангелии XVI в.

Рис. 5. Брендинговое агентство Depot WPFСоки «Добрый».

Рис. 6. Креативное агентство MAGIK.

Молочные продукты «Глашенька».

Рис. 7. Компания Imago. Колбасные изделия мясокомбината Кунгурский

Рис. 8. Martini Asti

Сформировать образ бренда в большинстве случаев помогает стиль иллюстраций и фотоизображений. Они могут носить миметический, ассоциативный или символический характер. Именно иллюстрации наиболее ярко раскрывают характер бренда и его ценности, привлекают внимание потребителя. Этот элемент системы дизайна также имеет множество

возможностей транслировать этнокультурную идентичность, изображая элементы, формы, ассоциируемые с конкретным этносом, пейзажи конкретного региона, атмосферу историко-культурного периода, элементы, обращённые к мифу или верованию (рис. 9).

Рис. 9. Брендинговое агентство Depot WPF.
Горчица Haas; пиво Feilong; пиво «Окское»

Таким образом, все элементы системы дизайна могут передавать этнокультурное своеобразие бренда. Но, применяя в системе бренд-дизайна культурно-экологический подход, крайне важно понимать, что подобный прием уместен не всегда, и здесь, в первую очередь, следует отталкиваться от специфики самого продукта или услуги. В каких-то отраслях, например, авиасообщение, туристический бизнес, международные форумы и соревнования, этнокультурная идентичность в дизайне необходима для дифференциации и формирования образа страны в межкультурных коммуникациях. В FMCG подобное оформление подскажет регион производителя и поможет потребителю определиться с выбором. А вот при продвижении нано технологий использование в дизайне традиционно этнических образов будет довольно затруднительным. Кроме того, не стоит забывать, что любая культура имела длительное историческое развитие, которое было очень разнообразным. Если говорить конкретно о русской культуре, то здесь следует рассматривать не только народное искусство, но и искусство Древней Руси с его уникальными иконописными образами и храмовой архитектурой; разностилевое искусство XVIII века; прозападную культуру XIX века, прославившую Россию выдающимися художниками, музыкантами, литераторами; русский модерн рубежа XIX-XX столетий, возродивший, переосмысливший и преобразовавший древнерусскую и народную культуру; авангардное искусство начала XX века и советскую культуру. Все эти историко-культурные периоды сформировали свое знаково-семантическое поле, элементы которого могут быть использованы в дизайне в качестве этнокультурных идентификаторов.

Использованные источники:

1. Виды товарных знаков // Рупатент. URL: http://www.rupatent.ru/trademark/tm_intr2.htm

2. Гуревич П.С., Спирова Э.М. Идентичность как социальный и антропологический феномен. – М.: Канон+РООИ «Реабилитация», 2015. – 368 с.
3. Домнин В. Н. Национальные особенности бренда // Энциклопедия маркетинга. URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/national.htm
4. Идентичность // Новая философская энциклопедия. URL: http://iphras.ru/elib/1181.html
5. Капферер, Жан-Ноэль. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Жан-Ноэль Капферер: Пер.с англ. Е. В. Виноградовой; под. общ. ред. В. Н. Домнина. — М.: Вершина, 2007. — 448 С.: ил., табл.
6. Кожанов А. С. Визуальная идентификация бренда / По материалам лекции Высшей школы брендинга, Кожанов А.С., «Визуальная идентификация бренда»
7. Кондратьева К.А. Экология культуры и проблемы гуманизации дизайнерского проектирования: автореф. дис. ... доктора искусствоведения: 17.00.06/ К.А. Кондратьева - Всероссийский научно-исследовательский институт технической эстетики. – М., 1993. – 26 с.
8. Кошеренкова О.В. Символика цвета в культуре // Аналитика культурологии. - 2015. - № 2.- с.156 - 162.
9. Лихачев Д.С. Экология культуры // Памятники Отечества. – 1980. – №2. URL: http://svitk.ru/004_book_book/16b/3564_lihahev-ekologiya_kulturi.php
10. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. – М.: Языки русской культуры, 1996. – 464 с.
11. Мазурина Т.А. Дизайн визуального стиля бренда: теория и методология // Мир науки, культуры, образования. – 2014. - № 5. - с. 190-194.
12. Рапай К. Культурный код. – М.: Юнайтед Пресс, 2008. – 168 с.
13. Тамберг В., Бадьин А. Бренд. Боевая машина бизнеса // Библиотека Воеводина. URL: http://enbv.narod.ru/text/Econom/marketing/tamberg_brand/index.html
14. Хомякова И. В. Взаимодействие экокультурных практик регионального дизайна и народного искусства: на материале Республики Мордовия: автореферат дис. ... кандидата искусствоведения: 24.00.01 / И.В. Хомякова. – ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева». - Саранск, 2012. - 23 с.
15. Шабалов Н.Ф. Культурная системность и генетика бренда // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова.- 2009. - № 3 - том 15. – с. 297-301
16. Щербак И.И. Бренд как элемент социальной идентичности личности: автореф. дис. ... канд. психл. наук: 19.00.05/ И.И. Щербак - ФГБОУ ВПО Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина. – М., 2016. – 30с.

Виноградова К.Н.
магистрант 2 курса
факультет экономики
Костромской Государственный Университет
Россия, г. Кострома

АНАЛИЗ БЮДЖЕТНЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ В ИФНС РОССИИ ПО Г. КОСТРОМЕ В 2013-2015ГГ.

Аннотация: *в статье пойдет речь о структуре бюджетных поступлений по основным налогам в федеральный бюджет. Также будет проведен анализ бюджетных поступлений по налогу на прибыль.*

Annotation: *article will talk about of the structure of budget revenues on the main taxes in the federal budget. Also the article analyzes budget revenue from corporate income taxes.*

Ключевые слова / key words: *бюджет / budget, бюджетные поступления / budget revenues, налог / tax, налоги / taxes, налог на прибыль организаций / corporate income tax.*

Рассмотрим поступление налога на прибыль в структуре доходов в федеральный бюджет по видам налогов за 2013 - 2015 гг.

Сумма поступлений основных налогов в федеральный бюджет в 2013 - 2015 гг. приведена в таблице 1.

Таблица 1.

Структура поступлений по основным налогам в федеральный бюджет за 2013 - 2015 гг. (тыс. руб.)

Показатель	2013		2014			2015
	∑	Уд.вес, %	∑	Уд.вес, %	∑	Уд.вес, %
Налог на прибыль	378 473	14,9	556 377	19,7	781 943	21,1
НДС	2 112 775	83,3	2 208 355	78,2	2 785 735	75,0
НДФЛ	-	-	6 488	0,2	-	-
Водный налог	3 384	0,13	474	0,02	1 256	0,03
Всего:	2 534 871	100	2 823 797	100	3 714 185	100

Данные таблицы 1 показывают, что наибольший удельный вес в общей структуре поступлений за все анализируемые периоды занимает НДС (в 2013 году - 83,3%; в 2014 году - 78,2% и в 2015 году - 75,0%). Вторым налогом по величине в общей структуре поступлений является налог на прибыль. Его удельный вес составил: в 2013 году – 14,9 %; в 2014 году – 19,7%; в 2015 году – 21,1%.

Поступления за 2013 год составили 2 254,8 млн. руб. (21,5% от суммы поступлений в федеральный бюджет), что выше уровня поступлений аналогичного периода прошлого года на 45,3 млн. руб. или на 2,0%.

В том числе:

- налог на прибыль организаций, зачисляемый в федеральный бюджет. Поступления за 2013 год составили 226,1 млн. руб. (8,9% от суммы поступлений в федеральный бюджет), что выше уровня поступлений аналогичного периода прошлого года на 47,5 млн. руб. или на 26,6%.

- налог на прибыль организаций с доходов, полученных в виде процентов по государственным и муниципальным ценным бумагам.

Поступления за 2013 год составили 148,9 млн. руб. (5,9% от суммы поступлений в федеральный бюджет), и увеличились по сравнению с прошлым годом на 85,3 млн. руб. или на 134,1%.

В 2014 году увеличение поступления произошло в результате роста поступлений налога на прибыль организаций с доходов, полученных в виде процентов по государственным и муниципальным ценным бумагам. Сумма поступлений по указанному налогу за 2014 год составила 325,5 млн. руб., что на 176,6 млн. руб. или в 2,2 раза больше поступлений соответствующего периода прошлого года.

В общей сумме поступлений в федеральный бюджет платежи в 2015 году составили 21,1%. Основной причиной увеличения явился рост поступлений налога на прибыль организаций с доходов, полученных в виде дивидендов. Сумма поступлений по указанному налогу за 2015 год составила 155,1 млн. руб., что на 149,2 млн. руб. или в 26,2 раза больше поступлений соответствующего периода прошлого года.

Для более наглядного представления построим диаграмму:

Динамика поступлений по налогу на прибыль в федеральный бюджет за 2013 - 2015 гг. (%).

Рисунок 1. Динамика поступлений по налогу на прибыль в федеральный бюджет за 2013 - 2015 гг. (%).

Анализ поступления налогов в Консолидированный бюджет РФ

Налог на прибыль является одной из самых доходных статей консолидированного бюджета РФ и консолидированных бюджетов субъектов РФ.

Консолидированный бюджет - свод бюджетов всех уровней бюджетной системы на соответствующей территории. Консолидированный бюджет выполняет функцию объединения бюджетных показателей (по отдельным территориям или по стране в целом), и его величина в каждом отдельном случае определяется расчетным путем. Такой бюджет имеет широкое применение в процессе планирования и анализа основных показателей и пропорций бюджетной системы. Так удельный вес налога на прибыль в структуре консолидированного бюджета показывает, как ведет себя данный показатель снижается или увеличивается, дает объективную оценку насколько эффективна система налогообложения прибыли, которая оказывает решающее влияние на стимулирование товаропроизводителя, имеет важное значение для обеспечения положительных финансовых результатов деятельности, повышения экономической активности. Также данный показатель указывает на ситуацию в стране, особенно во время финансового кризиса, когда прибыль предприятий резко снижается и, следовательно, снижается сумма налога на прибыль в структуре доходов консолидированного бюджета.

В российской бюджетной практике существуют следующие понятия консолидированных бюджетов: консолидированный бюджет РФ, включающий федеральный бюджет и консолидированные бюджеты субъектов РФ, а также государственные внебюджетные фонды; консолидированный бюджет субъекта РФ, включающий бюджет субъекта Федерации и консолидированные бюджеты муниципальных образований, находящихся на территории субъекта Федерации; консолидированный бюджет города, включающий городской бюджет и бюджеты городских районов; консолидированный бюджет района, включающий районный бюджет и бюджеты городов районного подчинения, сельские, поселковые и другие бюджеты муниципальных образований.

Таблица 2.

Динамика налоговых доходов в 2013-2015 гг., тыс. руб.

Показатель/год	2013		2014		2015		Динамика 2013-2014	Динамика 2014-2015
	∑	Уд.вес, %	∑	Уд.вес, %	∑	Уд.вес, %		
Налоговые доходы всего	10 508 780	100	11 880 245	100	11 968 604	100	113,1	100,7
в т.ч.								
Федеральный бюджет	2 534 871	24,	2 823 797	23,8	3 714 185	31,0	111,4	131,5
Консолидированный	7 973	75,9	9 056	76,2	8 254	69,0	113,6	91,1

бюджет субъекта РФ	909		448		419			
в т.ч.								
Областной бюджет	5 720 229	54,4	7 007 820	59,0	6 282 035	52,5	122,5	89,6
Городской бюджет	2 253 680	21,4	2 048 628	17,2	1 972 384	16,5	90,9	96,3

По данным таблицы 2 можно сделать следующие выводы:

В консолидированный бюджет субъекта Российской Федерации за 2013 год мобилизовано налоговых платежей и других доходов в сумме 7 975,0 млн. рублей, что выше уровня аналогичного периода прошлого года на 475,2 млн. руб. или на 6,3%. Указанные платежи составили 75,9% от общей суммы поступлений в бюджет.

В консолидированный бюджет субъекта Российской Федерации за 2014 год мобилизовано налоговых платежей в сумме 9 056,4 млн. руб. (76,2% от общей суммы поступлений в бюджет), что выше уровня аналогичного периода прошлого года на 1 082,5 млн. руб. или на 13,6%.

В консолидированный бюджет субъекта Российской Федерации за 2015 год мобилизованы налоговые платежи в сумме 8 254,4 млн. руб. (69,0% от общей суммы поступлений в бюджет), что ниже уровня аналогичного периода прошлого года на 802,0 млн. руб. или на 8,9%.

Сумма поступлений по основным налогам в областной бюджет в 2013 - 2015 гг. приведена в таблице 2.

Таблица 3.

Структура поступлений по основным налогам в областной бюджет за 2013 - 2015 гг. (тыс. руб.)

Показатель	2013		2014		2015	
	∑	Уд.вес, %	∑	Уд.вес, %	∑	Уд.вес, %
Налог на прибыль	1 876 286	32,8	2 483 127	35,4	1 769 110	28,2
Налог на имущество	766 529	13,4	793 363	11,3	823 165	13,1
НДФЛ	2 178 853	38,1	2 751 574	39,3	2 663 700	42,4
Транспортный налог	45 762	0,8	54 935	0,8	61 608	0,9
Акцизы	1 977	0,03	3 213	0,05	2 054	0,03
Всего по областному бюджету	5 720 229	100	7 007 820	100	6 282 035	100

По данным таблицы 3 можно сделать следующие выводы:

Поступления в доходы бюджета субъекта РФ в 2013 году составили

5 720,2 млн. руб. (71,7% от суммы поступлений в консолидированный бюджет). Основная сумма платежей поступила по налогу на доходы физических лиц, налогу на прибыль, имущественным налогам (налог на имущество, транспортный налог). В совокупности по указанным налогам поступило 5 047,0 млн. рублей или 88,2% общего объема поступлений в консолидированный бюджет.

Поступления в доходы бюджета субъекта РФ составили 7 007,8 млн. руб. (77,4% от суммы поступлений в консолидированный бюджет), что на 1 287,6 млн. руб. или на 22,5% больше поступлений 2013 года.

Поступления в доходы бюджета субъекта РФ составили 6 282,0 млн. руб. (76,8% от суммы поступлений в консолидированный бюджет), что на 725,8млн. руб. или на 10,4% меньше поступлений 2014 года.

Основная сумма платежей поступила по налогу на доходы физических лиц (30,4%), налогу на прибыль (27,4%), налогу на имущество организаций (8,8%).

Для более наглядного представления, построим диаграмму.

Рисунок 2 Динамика налоговых поступлений в областной бюджет за 2013-2015 гг, %

По данным таблицы 3 и рисунка 2, можно сделать следующие выводы:

По налогу на прибыль, зачисляемому в бюджет субъекта за 2013 год мобилизовано платежей в размере 1 876,3 млн. рублей, что ниже суммы поступлений аналогичного периода прошлого года на 44,1 млн. рублей или на 2,3%. Основными причинами снижения показателей является уменьшение поступлений налога на прибыль организаций в части бюджета субъекта РФ по крупнейшим плательщикам налога.

По налогу на прибыль, зачисляемому в бюджет субъекта РФ, за 2014 год мобилизовано платежей в размере 2 483,1 млн. руб., что больше суммы

поступлений аналогичного периода прошлого года на 606,8 млн. руб. или на 32,3%. В общей сумме поступлений в консолидированный бюджет субъекта РФ платежи по налогу на прибыль составляют 21,4%.

По налогу на прибыль, зачисляемому в бюджет субъекта РФ, за 2015 год мобилизованы платежи в размере 1 769,1 млн. руб., что меньше суммы поступлений аналогичного периода прошлого года на 714,0 млн. руб. или на 28,8%. Основной причиной уменьшения поступлений явился возврат имеющейся переплаты нескольким крупнейшим организациям.

Власова Е.В., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы и кредит»
Богатых Ю.С.
магистрант
Тольяттинский государственный университет
Россия, г. Тольятти

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ

Аннотация: В статье рассматриваются методические аспекты формирования финансовых ресурсов предприятий. В современных условиях развития экономики наиболее актуальным становится вопрос развития и использования финансовых ресурсов каждого предприятия. Поскольку финансовая стабильность государства имеет прямую зависимость от финансового состояния компаний.

Ключевые слова: коммерческие организации, финансы предприятий, системный подход, финансовые ресурсы, классификация финансов, финансовый процесс.

Annotation: The article discusses methodical aspects of forming of financial resources of enterprises. In modern conditions of development of economy is more relevant to the issue of development and use of financial resources of each enterprise. As the financial stability of the state is directly dependent on the financial condition of the companies.

Key words: commercial organizations, Finance companies, system approach, financial resources, classification of Finance, the financial process.

Ключевым понятием и основой финансовых отношений являются

финансовые ресурсы. Под финансовыми ресурсами можно понимать ту часть денежных ресурсов, которая находится в собственности или распоряжении органов местного управления, государства и хозяйствующих субъектов. Финансовые ресурсы используются на цели расширенного воспроизводства, удовлетворения потребностей населения и для выполнения государством в целом возложенных на него задач.

Финансовые ресурсы подразделяются на централизованные фонды и децентрализованные фонды. Под централизованными фондами понимаются государственный бюджет и внебюджетные фонды, а децентрализованные финансовые ресурсы подразумевают под собой денежные фонды предприятий.

В процессе распределения национального дохода и совокупного общественного продукта создаются финансовые ресурсы.

Источниками формирования состава финансовых ресурсов общества являются:

- национальный доход;
- валовой внутренний продукт;
- часть национального богатства;
- амортизационные отчисления;
- денежные доходы предприятий и организаций производственной сферы;
- поступления от населения;
- заемные и привлеченные средства;
- отчисления предприятий в государственные внебюджетные социальные фонды;
- доходы от внешних операций.

Валовой внутренний продукт и часть стоимости национального богатства в виде ранее накопленных средств являются источниками финансовых ресурсов, которые находятся в собственности у органов местного самоуправления и государственной власти.

Процесс использования финансовых ресурсов происходит через денежные фонды, так как фондовая форма обеспечивает определенные преимущества: предоставляет возможность активнее воздействовать на производство и полнее связывать личные и общественные интересы.

Формирование состава финансовых ресурсов хозяйствующих субъектов зависит от следующих факторов: организационно-правовой формы; отраслевых особенностей; способа ведения хозяйства; сферы деятельности.

Собственные, заемные и привлеченные средства являются источниками состава финансовых ресурсов коммерческих организаций.

Собственные средства включают в себя акционерный капитал, паевые взносы, уставные взносы, внереализационные доходы, доходы от реализации товаров и имущественных прав.

В состав привлеченных и заемных средств относятся: бюджетные субсидии, кредиторская задолженность, иностранные инвестиции, заемные средства (кредиты банков и организаций).

Коммерческие организации используют финансовые ресурсы по следующим направлениям:

- в связи финансированием научно-исследовательских работ;
- на выплату в бюджет налогов и сборов;
- увеличение оборотных средств;
- в благотворительных целях;
- погашение ссуд и др.

Финансовое состояние по объему является наиболее емким понятием, которое вобрало в себя как финансовые средства, так и потенциально возможные средства, которые предприятие может получить в случае необходимости или в перспективе. По нашему мнению, такую точу зрения можно обосновать так: деятельность предприятия не останавливается только на текущем моменте, ее можно прогнозировать на перспективу.

Еще одной особенностью термина «финансовое состояние» определяется понятием – финансовые ресурсы. Ведь чтобы обеспечивать торговую и производственную деятельность, предприятие должно иметь ресурсы. А такие ресурсы можно приобрести на финансовые средства, являющиеся составляющей ресурсов финансов.

Наиболее полно финансовое состояние предприятия можно изучить при помощи системного подхода.[1] Определить финансовое состояние предприятия можно при помощи показателей, определяющих финансовые ресурсы. Под системой финансовых ресурсов организации или предприятия принято считать их активы, которые можно использовать в роли знаков распределяемой стоимости во время проведения деятельности, а также при последующем развитии предприятия.

Система финансовых ресурсов предприятий характеризуется следующими признаками:

- подчиненность законам экономики;
- динамичность (изменение при течении времени);
- открытость (связь с внешней средой предприятия);
- управляемость.

По нашему мнению, есть в системе финансовых ресурсов несколько подходов к их классификации, соответственно, несколько видов финансовых ресурсов.

Если говорить о финансовых ресурсах предприятия, то необходимо разграничивать составляющие по уровню абсолютной ликвидности. По такому признаку они подразделятся в активе предприятия на:

1. Денежные средства, а также краткосрочные вложения финансов.
2. Такие активы сразу могут использоваться в роли знаков стоимости и являются наиболее ликвидными.

3. Дебиторская задолженность, период погашения которой менее года. Такие активы обладают некоторой ограниченностью во время их использования в роли знаков денег.

4. Материалы, сырье, долгосрочные финансовые вложения, готовая продукция. Они могут приниматься в роли знаков стоимости для некоторых случаев, а также когда они очень востребованы на рынке. Реализация их и превращение в деньги будет занимать много времени, порой может сопровождаться скидкой.

5. Основные средства, НМА, незавершенное производство будут использоваться в особых случаях (несостоятельность плательщика), создание нового предприятия. Являются низко ликвидными.

Вторым критерием для классификации выступает право собственности. В таком случае будут составляющие:

- собственные ресурсы;
- заемные ресурсы;
- временно используемые ресурсы.

Собственные финансовые ресурсы предприятия находятся в собственности этого предприятия, а использование их не приводит к потере контроля над деятельностью организации. В их число входят:

- амортизационные отчисления;
- прибыль от разных видов деятельности.

Заемные ресурсы нельзя назвать собственностью предприятия, их использование может обернуться потерей независимости. Такие средства представляются организации по условиям:

- платность;
- возвратность;
- срочность.

В связи с этим такие ресурсы будут оборачиваться быстрее, нежели собственные. Заемными средствами можно назвать разные кредиты, которые предприятие берет у инвестиционных институтов или банков.

Третью группу составляют привлеченные ресурсы, которые на время находятся в обороте предприятия, но ему не принадлежат. Такие средства до появления санкций можно использовать согласно усмотрению субъекту хозяйствования.[2] В их число входят задолженности бюджету, задолженность по заработной плате, средства кредиторов в форме предоплаты и т.д. То соотношение, которое будет наблюдаться между такими средствами, определит финансовую устойчивость предприятия. Третьим классификационным признаком обозначим срочность использования ресурсов. Так ресурсы можно поделить на долгосрочные, средне- и краткосрочные.

Именно указанный период времени (до 5 лет) в среднем подвергаются эксплуатации оборудования и машины на предприятиях в развитых странах. Свыше данного срока применять их в производстве может привести к

увеличению стоимости готового продукта.

Итак, нами было рассмотрено определение финансовых ресурсов применительно к предприятию, выделено несколько классификационных признаков, а также перечень видов ресурсов. Финансовые ресурсы являются средством для обеспечения производственной деятельности на предприятии. Такое положение базируется на том, что главной целью предприятия выступает производство продуктов, чтобы удовлетворить потребности граждан. В связи с этим выделяется и главная функция финансов на предприятии – производственная. Именно с помощью финансов предприятие имеет имущество, обновляет основные фонды, иными словами, финансовые ресурсы помогают обеспечить непрерывность и воспроизводимость на предприятии.

Резюмируем, что финансовые ресурсы чрезвычайно важны для каждого предприятия, так как с их помощью оно функционирует. Чтобы рассмотрение таких ресурсов было объективным, необходимо рассмотреть не только структуру финансовых ресурсов, но и то, откуда они поступают на то или иное предприятие, а также методологию их распределения, направления их применения предприятиями.

Таким образом, основными источниками общественных финансовых ресурсов признаются прибыль организаций независимо от форм собственности, национальный доход, страховые фонды, амортизационный фонд.

Использованные источники:

1. Власова Е.В., Лёшина О.С., Акопян В.О. Детерминированный факторный анализ экономического потенциала предприятия Научно-методический электронный журнал Концепт. 2015. Т. 8. С. 26-30.
2. Власова Е.В., Власова И.А., Семененко А.Э. Влияние трансмиссионного механизма на посткризисное развитие экономики Научно-методический электронный журнал Концепт. 2015. Т. 8. С. 21-25.

Гайфуллина М.М., к.э.н.
доцент
кафедра «Экономика и управление на предприятии нефтяной и газовой промышленности»
Костомарова Е.В.
магистрант 2 курса
Институт нефтегазового бизнеса
Уфимский государственный нефтяной технический университет
Россия, г. Уфа

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НЕФТЯНЫХ КОМПАНИЙ РОССИИ

Статья посвящена изучению состояния нефтяной промышленности и перспективам развития нефтяного рынка России. Обозначена важность

нефтяной промышленности России как в экономическом развитии страны, так и на мировом энергетическом рынке. Ключевые слова: экономическая безопасность, нефтяной рынок, национальная экономика, цена на нефть.

CONDITION AND TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF THE OIL COMPANIES OF RUSSIA

Article is devoted to studying of a condition of the oil industry and the prospects of development of the oil market of Russia. Importance of the oil industry of Russia both in economic development of the country, and in the world energy market is designated.

Keywords: economic safety, oil market, national economy, oil price.

В настоящее время нефтяной сектор топливно-энергетического комплекса России является одним из наиболее устойчиво работающих производственных комплексов российской экономики. Нефтяной комплекс сегодня обеспечивает значительный вклад в формирование положительного торгового баланса и налоговых поступлений в бюджеты всех уровней. Этот вклад существенно выше доли комплекса в промышленном производстве. На его долю приходится более 16% произведённого ВВП России, четвёртая часть налоговых и таможенных поступлений в бюджеты всех уровней, а также более трети поступающей в Россию валютной выручки [1, 2].

Изучение состояния нефтяной промышленности имеет важное теоретическое и практическое значение. Определение путей развития улучшает эффективность работы нефтедобывающих и нефтеобрабатывающих компаний, а также задает направление инвестирования для государства [3].

Топливно-энергетический комплекс (ТЭК) представляет собой интегрированную систему угольной, газовой, нефтяной, торфяной, сланцевой промышленности, энергетики, отраслей по производству энергетического и других видов оборудования, объединенных общей целью в удовлетворении потребностей народного хозяйства в топливе, тепле, электроэнергии.

Значимость ТЭК для экономики страны и жизни общества определяется тем, что его доля в суммарном промышленном производстве достигает почти одной трети, а в объеме валового продукта - около 15%. В последние годы налоговые поступления от структур ТЭК составляют 55-65% суммарного сбора налогов, а доля экспорта продукции ТЭК - около 50% от экспортного потенциала страны. Топливно-энергетическая сфера является важнейшим фактором обеспечения жизнедеятельности общества, его социально-экономического благополучия, интеграции интересов различных регионов.

Более 92% всей добываемой нефти в России приходится на шесть вертикально интегрированных нефтяных компаний (ВИНК): ПАО «НК «Роснефть», ПАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «Газпром нефть», ОАО

«Сургутнефтегаз», ПАО АНК «Башнефть» и ПАО «Татнефть». И всего 3,7% - на независимые нефтяные компании (ННК), не аффилированные ни с государством, ни с ВИНК. Для сравнения, в США на их долю приходится примерно 46% добываемой нефти, и именно благодаря малым и средним компаниям страна добилась снижения зависимости от импорта углеводородов. В России добыча на старых месторождениях падает, угрожая стагнацией объемов производства в целом, однако государство не торопится поддерживать независимых нефтяников, констатируют эксперты.

Сектор ННК в России формально насчитывает порядка 250 компаний. Их число постоянно меняется - одни поглощаются, другие появляются. Но лишь около ста компаний из этого числа ведут добычу нефти, газа и конденсата. Остальные находятся или на стадии проведения геологоразведочных работ, или только подготовки к ним.

Количество реально работающих независимых компаний последние десять лет держится примерно на одном уровне. Однако доля сектора в объеме добычи России упала с 10% в 2000 году до 3,7% в 2014-м. Другими словами, среднестатистическое малое нефтяное предприятие сильно «помельчало» по размеру среднегодовой добычи. На то есть три главные причины: значительные по объемам добычи игроки проданы, на свободные аукционы не выставляются лицензии с приличными запасами, налоговая конструкция не дает развивать бизнес.

Сегодня работа независимых нефтяников в России сопряжена со многими трудностями. Дело не в давлении со стороны «больших» коллег, как это может показаться, а в новых реалиях: ценах на нефть, курсе рубля, налоговом режиме. При текущей цене российские нефтяники отдают государству более 60 процентов от выручки в качестве налогов в то время, как в мире аналогичный показатель составляет около 40%. Налоговая нагрузка на малые и средние нефтяные компании в России и того выше - до 85% от выручки.

Негативно влияет на сектор независимых нефтяных компаний и падение курса рубля, поскольку 65% от общего объема реализации в секторе приходится на внутренний рынок.

Преимущественная ориентация на внутренний рынок делает компании этого сектора уязвимыми и в связи с начавшим работать в России с 1 января «налоговым маневром», который заключается в поэтапном снижении экспортных пошлин на нефть и на «светлые» нефтепродукты одновременно с увеличением налога на добычу полезных ископаемых (НДПИ). По сути, нововведение сделано для крупных компаний, так как они активно работают на экспорт и развивают нефтепереработку. Бизнес же ННК заключается преимущественно в добыче и продаже сырой нефти, а потому «маневр» для них в условиях низкой цены на нефть является существенной дополнительной нагрузкой, причем, в отличие от ВИНК, ничем не компенсируемой.

Российское правительство уже не первый месяц обсуждает возможный переход от НДПИ к налогу на финансовый результат (НДПИ взимается с объема добытой нефти, налог на финансовый результат - с полученного компанией дохода). Однако решение пока так и не принято. Эксперты убеждены, что эта трансформация была бы полезна для малых и средних НК.

Сейчас в правительстве обсуждаются «пилотные» проекты для ВИНК, на которых можно было бы опробовать НФР. Но, на мой взгляд, лучше было бы сразу ввести его для независимых компаний. В любом случае их доля в бюджете небольшая, так что риски невелики, а вот выигрыш возможен ощутимый. По его мнению, для России реальной угрозой является тот факт, что новые скважины практически не открываются.

В настоящее время роль России в обеспечении глобального мира первичной энергией интригует всех. Несмотря на кризис, программы энергоэффективности и развитие возобновляемой энергетики, спрос на углеводороды в мире растёт. Основные причины просты: прежде всего, это стремительный рост народонаселения, бурное развитие экономик догоняющих Запад новых центров силы вроде Китая и Индии, истощение традиционных месторождений нефти и газа и необходимость перехода к извлечению полезных ископаемых из труднодоступных районов земного шара вроде глубоководных океанских месторождений. Все это позволяет сделать следующий вывод: несмотря на неизбежные ценовые перепады, в среднесрочной перспективе нефть и газ будут товарами дорогими. Потому что они востребованы.

В связи с этим довольно ясно вырисовывается и энергетическая стратегия России. Наша задача: удержать традиционные рынки сбыта, прежде всего Европу, Турцию и постсоветское пространство, а также постараться выйти на новые. Кстати, про атлантический можно пока на время забыть из-за бума вокруг добычи нетрадиционных углеводородов. А вот Азия - весьма перспективный и лакомый кусочек, и мы делаем правильный вывод: именно страны АТР, а также Европа оказываются в наиболее серьёзной сырьевой ловушке. Собственных ресурсов у них крайне мало, при этом Европа сталкивается с резким падением добычи нефти и газа на собственной территории, а, скажем, Китай и Индия - со слишком быстрым ростом спроса.

Отсюда цели развития нефтяной промышленности: создание условий для увеличения производства углеводородов на российской территории, вовлечение в добычу новых регионов вроде Восточной Сибири и шельфа, развитие инфраструктуры для экспорта первичных энергоносителей в страны АТР, которые доселе не были для

Необходимо также затронуть тему перспективы нефтяного рынка. Нефть не является конечной фазой потребления. Нефть является только промежуточным энергоносителем, потенциалом, с помощью которого можно получить необходимые для общества потребительские продукты.

Общество всегда стремится обеспечить свою стабильность, устойчивость, адаптивность к внешним факторам. В этой связи, хочется отметить, что мы находимся на пороге достаточно серьезных изменений в нефтяном секторе. Нефтяной век близок к своему закату не потому, что закончатся нефтяные ресурсы, а потому что нефть перестанет играть ту ключевую роль в энергетическом обеспечении мира, которая была связана с ее преобразованием в моторное топливо. Мы мыслим глобально, не на один год, не на десять, мы говорим о тенденциях. Основная тенденция заключается в том, что моторное топливо, которое главный конечный продукт, ради которого и нужна нефть, может перестать быть востребованным, если появятся электромобили. С точки зрения прогресса, экологичности, удобства и т.д. человечество неизбежно придет к потреблению более высококачественных продуктов, которыми является электроэнергия по сравнению с моторным топливом. Моторное топливо, основанное на сжигании – это не самое эффективное преобразование в получение движущей энергии, которая нужна для транспорта [4, 5].

Американцы утверждают, что уже к 2020 г. у них половина всех автомобилей будет выпускаться, как электромобили, то это означает, что уже к 2030 – 2040 гг. электромобили займут, как минимум половину всего автопарка. Если это произойдет, то, конечно, потребность в моторном топливе, как в главном нефтепродукте, а, следовательно, потребность в самих первичных источниках может резко упасть. Ничто никогда не существует вечно, поэтому такие долгосрочные тенденции всегда нужно иметь в виду.

Нефтяной бизнес прошел пик своего расцвета. Он достаточно устойчив и какое-то время еще будет устойчивым, но наиболее разумные представители этого бизнеса стараются диверсифицировать свою деятельность, либо, ориентируясь и на другие энергоносители, либо вообще на другие инновационные технологии, которые будут востребованы завтра [6, 7, 8].

Все зарубежные транснациональные компании, которые успешно работают в сфере использования ресурсов, они осознанно идут на расширение номенклатуры выпуска продукции. И даже ухода от чисто нефтяного бизнеса в какие-то другие сферы.

Ближайшие перспективы нефтяного сектора определяются двумя основными условиями. Первое – это стабильность спроса. Это условие обеспечено. Не смотря на все экономические кризисы, объемы потребления сырой нефти изменились на 0,5-1% и для России, и для мира. Сегодня существует стабильность нефтяного производства. Когда говорят, что у нас не хватит ресурсов для растущего спроса, то я утверждаю, что спрос на нефть у нас расти не будет, по крайней мере, таким темпами, как это было раньше. Спрос на протяжении последних пяти лет уже стабилен. Даже если он будет расти на 0,5% в год за счет развивающихся стран, это все-таки не

те, галопирующие темпы, которые были раньше, связанные с автомобилизацией Китая и т.д. Мы ожидаем стабильного мирового спроса на уровне 86-90 млн баррелей в сутки.

Второе – стабильность цены. Вопрос более сложный, тем более для России. Сложность заключается в том, что цена на нефть определяется не спросом, не балансом «спрос-предложение», а переливами того свободного капитала, тех денежных масс, которых с появлением электронных денег становится неисчислимо много. Период кризиса 2008г, когда цена взлетала до $150 за баррель, определяется как раз тем, что именно на нефтяной фьючерсный рынок, в связи с ожидаемым стабильным ростом этого рынка, этого спроса, обусловленного Китаем и другими странами, пошли все свободные деньги. Люди стали вкладывать деньги в нефть, считая, что это некий эквивалент «обменного» курса и он никогда в цене падать не будет. Но, как только цена взлетела до определенной величины, то ведущим потребительским странам мира стало неуютно, и они предприняли действия по контролю за нефтяным фьючерсным рынком, обрушив цену в 4 раза.

Определяющей на нефтяном рынке является позиция потребителя, в первую очередь, США. США заявили в начале этого века о своей явной приверженности национальной самодостаточности, как раз в годы, предшествовавшие кризису, им была выгодна высокая цена на нефть. Потому что при высокой цене на нефть их разработка своих малодебитных месторождений становится рентабельной. Когда же это стало влиять на макроэкономику, на другие потребительские отрасли, в целом, то экономика стала испытывать некие сложности, когда цена на конечный продукт взлетела, и от этого производство стало приносить меньше прибыли, следовательно, стало меньше свободных денег [9].

Все это, конечно, спровоцировало развитие экономического кризиса, хотя и напрямую кризис не вызвало. Его предпосылки существовали сами по себе, просто резкое изменение цены спровоцировало, создало кумулятивный эффект, из-за которого издержки выросли, экономика стала хуже себя чувствовать. Сам спрос снизился лишь на 0,5%, тогда как цена на нефть упала в 4 раза.

Россия живет за счет экспорта и колебания на мировом рынке, что приводят к существенным колебаниям свободных денег в стране. Что вызывает социальные и финансовые проблемы. Поэтому одним из важнейших факторов для России является отстранение от этих колебаний на рынке путем снижения своей зависимости от конъюнктуры мировых цен, либо созданием экономики, меньше связанной с экспортом нефти. И то, и другое сделать очень сложно и практически невозможно в короткий отрезок времени, поэтому разговоры об изменении структуры российской экономики правильные, но действий либо вообще нет, либо они направлены не туда.

Главное для России – это обеспечить импортозамещение, даже с помощью энергетического сектора. Нефть должна пойти на внутренние НПЗ,

на которых будет производиться широкая гамма моторного топлива. Государство и нефтяные компании могли бы заниматься, поддерживая нефтяной бизнес, тем, чтобы ориентироваться на внутренние потребности, а не на экспорт, где колебания цен могут привести к таким трудно предсказуемым последствиям.

Использованные источники:

1. Маков В.М. Тенденции и перспективы инновационного развития российской экономики // Инновации и инвестиции. 2009. №4. С. 139-145.
2. Макова М.М. Оценка устойчивого развития промышленного предприятия // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2012. №6 (110). С. 54-59.
3. Маков В.М. Использование методов стратегического моделирования для отбора приоритетных направлений финансирования инновационной деятельности предприятий нефтегазового комплекса // Транспортное дело России. 2009. №8. С. 173-176.
4. Макова М.М. Энергоэффективное развитие предприятия // Вестник торгово-технологического института. 2011. №1(4). С. 104-111.
5. Маков В.М. Анализ системы управления инновационной деятельностью предприятий нефтегазового комплекса // Экономический анализ: теория и практика. 2010. №15. С. 13-22.
6. Макова М.М. Активизация инвестиционных процессов как основа устойчивого развития предприятия (на примере нефтяного комплекса) // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2012. №1. С. 77-83.
7. Гайфуллин А.Ю. Методический подход к оценке социальной устойчивости территориальных образований // Известия Уфимского научного центра РАН. 2016. №1. С. 104-109.
8. Гайфуллин А.Ю. Социальные технологии управления обществом: проблемы и перспективы / Проблемы функционирования и развития социально-экономических систем: сборник статей II Всеросс. науч.-практ. Интернет-конф. – Уфа: ИСЭИ УНЦ РАН, 2008. С 52-56.
9. Гайфуллина М.М., Ибрагимова Н.В. Управление персоналом и интеллектуальной собственностью в инновационном малом и среднем бизнесе / Учеб.- метод. комплекс. - Уфа: Изд-во УГНТУ, 2010. – 385 с.

Ганюшкина И.В.
руководитель отдела продаж
ООО «1С – БухОбслуживание. Мордовия»
Пешев А.А.
студент 4 курса
направление подготовки «Менеджмент»
Шукшина Ю.А., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра менеджмента и экономики образования

ФГБОУ ВО «МГПИ имени М.Е. Евсевьева»
Россия, г. Саранск

ЗАПОЛНЕНИЕ НАЛОГОВОЙ ДЕКЛАРАЦИИ ПО УСН В 1С 8.2

В статье анализируются практические вопросы заполнения налоговой декларации по упрощенной системе налогообложения в 1С версия 8.2

Ключевые слова: упрощенная система налогообложения, налоговая декларация, 1С, 1С Отчетность.

Ganyushkina I.V.
Head of Sales Department
LLC "1C - BuhObsluzhivanie. Mordovia"
Russia, Saransk
Peshev A.A.
4th year student of direction of training "Management"
Federal state budgetary educational institution of higher education «Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva "Saransk
Scientific adviser:
Shukshina Yu, Ph.D.
Associate Professor, Department of Management and Economics of Education,
Federal state budgetary educational institution of higher education «Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva "Saransk

FILLING OUT A TAX RETURN UNDER THE SIMPLIFIED TAX SYSTEM IN 1C 8.2

The paper analyzes the practical issues of filling a tax return under the simplified tax system in the 1C version 8.2

Keywords: simplified taxation system, tax returns, 1C, 1C Reporting.

По упрощенной системе налогообложения налогоплательщики составляют и предоставляют декларацию в контролирующие службы (налоговые), находящиеся на упрощенной системе налогообложения. Она предоставляется по окончании налогового периода – календарного года.

Налоговая декларация как основная форма налоговой отчетности может представляться как в бумажном, так и в электронном виде через телекоммуникационные системы. Декларации, формируемые с использованием специального программного обеспечения, отличаются от деклараций, заполненных без него внешним видом и правилами заполнения полей.

Для создания новой налоговой декларации ООО «1С-БухОбслуживание. Мордовия» нужно перейти на вкладку «Отчеты» и выбрать пункт «Регламентированные отчеты» (рис. 1).

Рисунок 1 – Пример начала создания налоговой декларации в 1С 8.2

Далее необходимо выбрать «1С-БухОбслуживание. Мордовия» и нажимаем кнопку «Создать». Если в открывшемся окне на вкладке «Избранные» нет нужной декларации, то нужно перейти на вкладку «Все» и искать её в папке «Налоговая отчетность» (рис. 2).

Рисунок 2 – Пример поиска налоговой отчетности в1С 8.2

В открывшейся форме нужно нажать кнопку «Заполнить» и просматривать внимательно все разделы. На титульном листе отображается общая информация об ООО «1С-БухОбслуживание. Мордовия». Титульный лист декларации содержит общую информацию о предприятии-налогоплательщике, то есть ИНН, КПП, код налогового органа, код вида экономической деятельности по классификатору ОКВЭД, контактный телефон.

Если не заполнились ИНН, КПП организации или какая-то другая информация, то значит, она не указана в справочнике. Необходимо зайти в справочник «Организации» и отредактировать данные, затем в декларации выбрать меню «Еще» – пункт «Обновить» (рис. 3).

Рисунок 3 – Пример ручного заполнения информации в 1С 8.2

В разделе 1.2 указывается информация о суммах авансовых платежей, которые должны уплачиваться ежеквартально, и о сумме налога, подлежащей доплате за год. Данные раздела можно исправлять вручную, но лучше заполнять его полностью автоматически. В том случае, если он заполняется неверно, нужно искать ошибки и устранять их (рис. 4).

Рисунок 4 – Пример поиска и устранения ошибок заполнения налоговой декларации в 1С 8.2

Раздел 2.2 содержит данные о суммах доходов и расходов за год, а также о величине налоговой базы и исчисленном налоге. Суммы доходов и расходов указываются на конец каждого квартала, нарастающим итогом с начала года. В том случае, если у ООО «1С-БухОбслуживание. Мордовия» в прошлых периодах были незачтенные убытки, то информация о них также указывается в этом разделе (рис. 5).

Рисунок 5 – Пример отображения наличия незачтенных убытков прошлых периодов в 1С 8.2

Раздел 3 предназначен для отражения информации о целевом использовании имущества, работ, услуг полученных в рамках благотворительной деятельности, целевых поступлений, целевого финансирования. В случае отсутствия таких целевых поступлений, данный раздел не заполняется.

После заполнения декларации по УСН необходимо выгрузить ее в электронном виде в соответствии с форматом, утвержденным приказом ФНС РФ. Для этого необходимо в форме декларации необходимо нажать на кнопку «Выгрузка». В выпадающем списке необходимо выбрать «Выгрузить» и задать каталог выгрузки.

Таким образом, налоговый учет – это самостоятельный вид учета, который ведется отдельно от бухгалтерского. Конечным результатом налогового учета является расчет налоговой базы по налогу на прибыль (налоговая декларация), выполненный на основе данных регистров налогового учета, которые могут вестись обособленно, либо могут быть получены в качестве отчетов по данным регистров бухгалтерского учета, если это возможно.

Гейда А.С., к.т.н.
доцент, старший научный сотрудник
ФГБУН СПИИРАН
Россия, г. С.-Петербург
Исмаилова З.Ф.
преподаватель
ФГБОУ ВПО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»
Россия, г. Омск
Клитный И.В.
научный сотрудник главного управления
глубоководных исследований
Россия, г. Москва
Лысенко И.В., д.т.н.
профессор, заведующий лабораторией
ФГБУН СПИИРАН
Россия, г. С.-Петербург

ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ ОПЕРАЦИОННЫХ СВОЙСТВ ЦЕЛЕВЫХ ПРОГРАММ[5]

Основные сведения об *операционных свойствах* систем и процессов их функционирования (далее – ОС), как свойствах, характеризующих приспособленность систем достигать возможные цели (с учетом возможных изменений этих целей) при функционировании, особенности оценивания этих свойств и показатели их оценивания были введены в [1]. Эти сведения используются, как базовые при исследовании ОС. *Достигать цели* означает давать требуемые (в различных условиях) эффекты функционирования.

Примерами ОС являются оперативность, результативность, ресурсоемкость, эффективность функционирования системы, потенциал системы, управляемость, конкурентоспособность.

В соответствии с законодательством России, *целевые программы* (ЦП) представляют собой увязанный по задачам, ресурсам и срокам осуществления *комплекс мероприятий*, обеспечивающих эффективное *решение системных проблем* развития страны. ЦП направлены на совершенствование, развитие функционирования социально-экономических, организационных, технических систем (далее – системы).

Исследовать ЦП следует на всех этапах их реализации, от замысла до окончания ЦП и обобщения опыта, как по ОС развития (реализации программы), так и по ОС получаемых в результате развития систем, а затем и по ОС процессов функционирования этих систем, с учетом возможных изменений целей функционирования систем. Цели функционирования меняются в результате, например, изменений экономической ситуации, изменений военно-политической обстановки. Такие (возможные) изменения

[5] Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 16-08-00953

следует учесть при реализации ЦП и при оценивании ОС.

Исследование ОС включает оценивание показателей ОС, анализ ОС и *синтез* характеристик системы, ее функционирования, *по показателям ОС.*

Основанием для начала исследования ОС является *несоответствие прогнозируемых эффектов требованиям* в результате наблюдаемых изменений среды и системы, необходимость снятия такого несоответствия путем (новых, планируемых) действий по социально-экономическому развитию. Такое несоответствие и проявляется, как проблема. Результатом исследования ОС является подробная спецификация предпринимаемых действий – решение задачи выбора, или информация, помогающая человеку получить такое решение. При использовании цифровых ИТ решение получают в виде *модели решения.* Это решение возможно использовать *на практике*, а именно – путем внесения изменений в практику, которые могут быть реализованы ЦП. Эти изменения вносятся путем реализации соответствующих действий, направленных на реализацию изменений разных видов (управляющих, переходных, модернизационных). Спецификация, планирование, реализация таких действий вызывает соответствующие задачи реализации действий по развитию практики. Такие задачи часто оказываются новыми, а результаты развития характеризуются существенными случайностями, нестационарностью. В результате, оказывается необходимым решать *комплекс задач исследования ОС* комплекса процессов в разных условиях реализации ЦП и использования результатов ЦП.

При этом *важнейшие особенности исследования ОС с учетом возможных изменений условий и целей* состоят в том, что:

1. Оценивание ОС требует прогнозирования будущего соответствия эффектов заданным требованиям и учета возможных изменений (среды и системы). Результатом оценивания может стать неудовлетворительное соответствие требованиям в каких-либо условиях, что повлечет необходимость решать задачу анализа и затем, синтеза (новых, полученных в результате изменений) характеристик системы и ее функционирования по показателям ОС и затем – решения задач реализации таких изменений на практике. При планировании целевых программ используют методы целевого планирования [2]. Необходимость их использования связана с тем, что решаемые задачи требуют определения комплекса новых целей и определения новых путей их достижения, которые должны привести к решению проблемы, на решение которой направлена программа.

2. Решение задач исследования ОС требует затрат ресурсов и времени. Целевым результатом синтеза характеристик систем и их функционирования по показателям ОС является синтезированный (новый) план, проект, который, для своей реализации, требует исследования возможных целенаправленных изменений функционирования для перехода к новому (синтезированному) плану, проекту. Такие изменения от старого

(оцененного и неудовлетворительного по причине изменений среды и системы) функционирования к новому (синтезированному и лучшему) – *переходные процессы при функционировании*. Среди них можно выделить процессы перехода к достижению *новых целей*, как одни из наиболее затратных переходных процессов, которые приводят к необходимости решения новых задач, не решавшихся до изменения цели. В теории эффективности целенаправленных процессов [3] учитываются случайности в условиях, когда цель задана. Необходимо рассмотреть комплекс задач исследования целенаправленных изменений. Требуется исследование переходных процессов, реализуемых для достижения будущих состояний, обеспечивающих достижение возможных целей. Такие переходные процессы реализуются при *организации изменений и возникают в результате циклической последовательности («контура») возможных изменений:*

Изменения (1) среды (целей, условий), системы и функционирования– изменения будущего соответствия состояний требованиям – (возможные) изменения способов действий – актуализация задач изменения функционирования–(возможное) изменение моделей задач, методов моделирования и решения задач, программ моделирования и решения задач, создание новых информационных технологий (ИТ) – определение решения по изменению (способа) функционирования–реализация изменения – функционирование–проявление необходимости новых изменений (2). Реализация изменений в контуре связана с действиями людей по формированию целей, способов действий, задач, моделей и методов, записи их с использованием ИТ а затем формированием ИТ для их решения, решением задач и переходом к реализации нового функционирования, а затем повторением указанного контура регулярных целенаправленных изменений. Исследование ОС составляет основу реализации этого контура целенаправленных изменений. При реализации ЦП реализуется изменение существующей практики, для чего реализуется (новый) контур создания (новой) практики. В результате, возникает комплекс решаемых задач (которые выстраиваются, например, в дерево целей и задач в программно-целевом методе). Задачи в полученном комплексе, как правило, тоже оказываются новыми. Решаемые задачи, хотя и являются новыми, часто используют общие модели, методы их построения, методы решения задач, что целесообразно использовать при решении задач. Комплекс таких новых задач характеризуется тем, что реализация изменений, создание нового – динамично, цели и задачи могут меняться. Было показано [4], что решение задач реализации изменений на практике целесообразно выполнять на основе оценивания, анализа и синтеза по показателям ОС. При решении задач следует исследовать связи в комплексах цели-задачи-модели эффектов и их изменений-ОС-способы возможных действий-решения, а не только отношения целей и задач. Для решения комплекса задач исследования ОС

ЦП следует разработать модели нового типа [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**] и методы, позволяющие корректно описывать указанные связи и особенности и решать задачи с опорой на современные ИТ.

Использованные источники:

1. *Гейда А.С., Лысенко И.В.* Оценивание показателей операционных свойств систем и процессов их функционирования//Труды СПИИРАН. 2013, Вып. 2(25). С. 317–337.

2. *Райзберг Б.А., Лобко А.Г.* Программно-целевое планирование и управление. М., ИНФРА-М, 2002г. 428 с.

3. *Петухов Г.Б., Якунин В.И.* Методологические основы внешнего проектирования целенаправленных процессов и целеустремленных систем. М., АСТ, 2006. 504 с.

4. *Гейда А. С., Лысенко И. В.* Задачи исследования потенциала *социально*-экономических систем // Труды СПИИРАН. 2009, Вып.10. С. 63–84.

5. *Гейда А.С.* Моделирование при исследовании технических систем: использование некоторых расширений теории графов // Труды СПИИРАН. 2011, Вып.17. С. 234-245.

Геронина И.И.
магистрант
Высшая школа брендинга
АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»
Россия, г. Москва

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОСВЯЗИ ОСОБЕННОСТЕЙ И КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ГОРОДА С РАЗРАБОТКОЙ БРЕНД-СТРАТЕГИИ

Аннотация

В статье рассматривается комплекс современных подходов к пониманию категории «бренд». Определено, что в настоящее время месторасположение конкретного города, его экономические, социально-культурные, исторические (и многие прочие объективной природы) характеристики утрачивают доминантное значение в стратегическом развитии территории, в его перспективах в контексте привлечения стратегического инвестиционного капитала.

Обоснован тезис о том, что при правильном подходе и понимании целей, в первую очередь в представлениях и пожеланиях городских жителей, брендинг Санкт-Петербурга может стать эффективной стратегией развития территории, основанной на использовании всех ее положительных характеристик.

Ключевые слова

Бренд, город, позиционирование, конкуренция, маркетинг региона.

Abstract

The article considers the range of modern approaches to understanding the "brand" category. It was determined that the current location of a particular city, its economic, socio-cultural, historical (and many other objective nature) characteristics dominant lose importance in the strategic development of the territory, its prospects in the context of attracting strategic investment capital.

Substantiated the thesis that with the right approach and understanding of the goals, especially in the views and wishes of the residents of the city, St. Petersburg branding can be an effective strategy for development of the territory, based on the use of all its positive characteristics.

Keywords

Brand, city, positioning, competition, marketing of the region.

Актуальность очерченного тематического поля данной исследовательской статьи детерминирована, с нашей точки зрения, следующим, носящим объективный характер аспектом: города (малые и крупные), регионы мира в настоящее время коррелируют в среде глобальной конкуренции. Сегодня месторасположение конкретного города, его экономические, социально-культурные, исторические (и многие прочие объективной природы) характеристики утрачивают доминантное значение в стратегическом развитии территории, в его перспективах в контексте привлечения стратегического инвестиционного капитала.

Сегодня глобализация социально-экономических, общественно-политических и культурологических процессов инспирирует конкурентную борьбу уже не на локальном (региональном), но именно на глобальном уровне.

Туристические потоки, динамика миграционного компонента, инвестиционные ресурсы – борьба за привлечение этих «интернациональных» факторов развития территорий обуславливает необходимость выстраивания ими определенного «репутационного шлейфа», «имиджа» - фактически бренда.

Приводя некоторые примеры на региональном - европейском - уровне, отметим следующие «устойчивые» для массового сознания и общественного мнения - «стереотипы».

- Египет - «страна пирамид».
- Нидерланды (Голландия) - страна тюльпанов.
- Швейцария - страна банков, банковской тайны; страна, которая позиционируется в контексте надежности и спокойствия - «швейцарские часы» - символ качества, гарантии бесперебойной работы.
- Белоруссия - «страна картошки».
- Россия - страна холодов, «медведей», «загадочной русской души».
- Париж – «город любви», а однозначный его символ – Эйфелева башня – позиционируется как одно из самых романтичных мест в мире.

- Нью-Йорк – «Большое яблоко» - в массовом сознании четко ассоциируется с интернациональной финансовой столицей, с городом, где смешение культур порождает уникальную атмосферу творчества и свободы.

Очевидно, что не всегда образ конкретного региона или страны имеет реальные основания для сформированного «имиджа», «бренда»: массовое сознание - категория, которая допускает и создание, и развитие различного рода «мифов».

Одним из «брендов», имеющих место при анализе отечественной практики позиционирования городов, однозначно является Санкт-Петербург.

«Северная столица», «колыбель трех революций», «город Достоевского» и пр., пр. – все эти устойчивые конструкции носят в массовом сознании сформированный целостный характер.

Таким образом, характеризуя научную новизну предлагаемого материала, отметим: существование сложившегося ассоциативного ряда, существующего бренда Санкт-Петербурга может и должно послужить основанием для целенаправленного позиционирования города в целях расширения финансовых, туристических, инвестиционных процессов.

В некотором, наиболее широком понимании, бренд – специфической природы характеристика, посредством которой носитель бренда способе дифференцироваться «среди других в конкурентном плане за счет уникального сочетания функциональных черт и символических значений»6.

Вместе с тем имеют место четыре основных, инспирированных научным сообществом, трактовки термина «бренд» в целом и «бренд города» в частности.

Во-первых, бренд трактуется как система материальной природы элементов, дифференцирующих продукт (к примеру, город) от прочих товаров, обладающих схожими или аналогичными характеристиками.

Один из основоположников современной маркетинговой концепции Ф, Коттлер определяет бренд как «имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов и дифференциации их от товаров и услуг конкурентов»7.

Во-вторых, бренд есть некоторое «обещание», данное производителем потенциальному потребителю.

Очевидно, что не всегда образ конкретного региона или страны имеет реальные основания для сформированного «имиджа», «бренда»: массовое сознание - категория, которая допускает и создание, и развитие различного рода «мифов».

В-третьих, бренд как «добавленная стоимость», как ценность,

[6] Митин, И. И. Мифогеография как теоретическая рамка брендинга города / И. И. Митин // Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы: материалы Всерос. науч.-практ. очно-заоч. конф. / под ред. А. М. Бритвина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2012. – с. 135

[7] Котлер Ф. Маркетинг в XXI веке / Пер. с англ.; под ред. Т.Р. Тэор. – СПб.: Нева, 2012. – с. 238

способная в той или иной степени удовлетворить актуализированные потребности аудитории.

В-четвертых, бренд – система представлений, понятий, стереотипов, возникших и имеющих место в сознании потребителя.

Говоря о практической значимости рассматриваемой проблематики, сформулируем следующие аспекты.

Во-первых, в современных условиях необходимо «выстраивать имидж» конкретной территории исходя из имеющихся реалий: каждая территория, каждый город (и Санкт-Петербург в данном ключе является исключительно ярким образчиком) так или иначе имеет свои особенности - политические, социальные, экономические экологические, культурные, исторические - именно эти «базисы» должны быть основой при выработке и реализации концепции позиционирования города.

Вместе с тем, с нашей точки зрения, целесообразным является «осмысление» названных аспектов не только «местными» специалистами в области имиджмейкинга и PR, но «сторонними специалистами» - это может сделать бренд «полным» - таким, каким его подсознательно воспринимают в других странах, регионах.

Во-вторых, сегодня все большее практическое значение приобретает категория «маркетинг региона», где брендинг субъекта, города - принципиальной значимости процесс.

Исключительно важен собственно «механизм позиционирования», когда конкретная территория (город) «получает» в глазах массового сознания (а, значит, и потенциального инвестора) некоторый образ, устойчивый стереотип.

Имеет место существенный мировой опыт, который, объективно, следует экстраполировать в отечественные реалии: брендинг Нью-Йорка, Амстердама, Гонконга, Рима, Лос-Анджелеса, Мадрида - эти примеры эффективного территориального маркетинга основываются изначально на целенаправленном формировании, реализации и развитии бренда.

Названные примеры убедительно доказывают: при правильном подходе и понимании целей, в первую очередь в представлениях и пожеланиях городских жителей, брендинг Санкт-Петербурга может стать эффективной стратегией развития территории, основанной на использовании всех ее положительных характеристик.

Использованные источники:

1. Котлер Ф. Маркетинг в XXI веке / Пер. с англ.; под ред. Т.Р. Тэор. – СПб.: Нева, 2012.
2. Митин, И. И. Мифогеография как теоретическая рамка брендинга города / И. И. Митин // Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы: материалы Всерос. науч.-практ. очно-заоч. конф. / под ред. А. М. Бритвина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2012.

Гешко О.А.
ст.преподаватель
ФГБОУ ВО «ОмГПУ»
Россия, г. Омск

СОЦИАЛЬНО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ФУНКЦИЯ ВУЗА: НАУЧИТЬ СТРОИТЬ БИЗНЕС, ПОЛЕЗНЫЙ ОБЩЕСТВУ

Деятельность отечественных вузов в условиях инновационной экономики обусловлена воздействием различных факторов, оказывающих влияние на активность образовательного учреждения. Объективная природа факторов внешней среды, имеющих долговременные тенденции и субъективный фактор принятия решений в отношении вуза как системы, побуждает последнего выбирать траекторию своего развития с учетом рыночных перемен. Здесь успешность реализации мероприятий по трансформации вуза в образовательное учреждение социально-предпринимательского типа становится залогом эффективности функционирования. Определение собственного пути развития приводит к необходимости переоценки университетами своих стратегических позиций.

Сегодня вузы рассматриваются как активные компоненты рыночной модели, а современное образовательное пространство приобретает новые черты. Усиление рыночной позиции университета в условиях конкурентной среды напрямую зависит от его вклада в комплексное решение социально-экономических проблем территории своего присутствия.

Основную задачу вуза нового типы мы видим в реализации своей социальной миссии за счет создания и поддержки предпринимательской среды, что предполагает повышение активности использования в своей деятельности инновационных образовательных программ и результатов прикладных исследований. Вузу важно быть в одной «связке» с регионом, учитывая территориальную привязку образовательного учреждения, а также уровень развитости самого региона в инновационном и техническом плане. Вуз должен обнаруживать способность научить строить бизнес исходя из существующего социального запроса. Таким образом, возникает необходимость в социально-предпринимательском образовании: основной задачей вуза на территории присутствия становится создание и поддержка предпринимательской активности.

Как субъект социального проектирования вуз способствует включению в различных формах общества в осуществление процессов разработки и реализации социальных проектов, тем самым повышая гражданскую активность населения.

Создание на базе вузов лабораторий социальных изменений, инноваций и идей дает возможность заниматься социальным проектированием и решать реальные задачи. Диагностируя социально-

экономические проблемы своего региона, активная студенческая молодежь занимается поиском инновационных способов их устранения или минимизации.

В контексте выше указанного интересен опыт совместного взаимодействия РЭУ им. Г.В. Плеханова и Фонда поддержки образовательных программ «Капитаны». Особенность программы «Капитаны России» в ее направленности на подготовку нового пополнения предпринимателей, которые будут обладать соответствующими компетенциями для создания инновационных корпораций на благо России. Программа успешно реализуется с 2012 года. Среди примеров бизнес-проектов можно выделить Корпорацию Vitaminiti, появившуюся как результат идеи заняться поставкой самых свежих овощей и фруктов прямо клиентам на дом, но удачно превратившаяся в торгово-оптовую компанию, где за первые полгода 2016 превысил 30 млн рублей. Еще один проект носит название Trade Expert. Он создан студентами-капитанами в 2015 году. Сейчас Trade Expert предлагает более 80 видов товаров для дома и загородного участка. За последние шесть месяцев выручка компании составила более 50 млн рублей.

Мы считаем, что основное отличие социального предпринимательства от коммерческих проектов, заключается в его направленности на позитивные изменения. Данная задача требует определенных знаний, умений и навыков. Таким образом, вуз социально-предпринимательского типа видится нам как образовательное учреждение, которое способно научить строить бизнес на социальном запросе. При этом воплощение социальной миссии должно быть не только в области образования, но и в области социального воздействия на окружающую среду территории присутствия.

Использованные источники:

1. Галимов А.М., Кашапов Н.Ф., Маханько А.В. Управление инновационной деятельностью в вузе: проблемы и перспективы // Международный электронный журнал "Образовательные технологии и общество (Educational Technology& Society)" – 2012 –Т.14. – No 4. – С. 615-625. URL: http://ifets.ieee.org/russian/periodical/journal.html.

2. Гешко О.А. Инновационно-предпринимательский университет как элемент системы развития региона. В сборнике: Двадцать первые апрельские экономические чтения материалы Международной научно-практической конференции. Омский филиал Финансового университета при Правительстве РФ; под редакцией В.В. Карпова, А.И. Ковалева. 2015. – 427 с. - С. 12-14.

3. Гешко О.А. Вуз как организация социального предпринимательства: возможности интеграции в инновационную экономику региона. В сборнике: Актуальные направления научных исследований: от теории к практике: материалы VI Междунар. Науч.-практ. Конфю (Чебоксары, 27 сент. 2015 г.) /

редкол.: О.Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. - № 4. – 332 с.
4. Мищенко, Марина Владимировна. Метод системной оценки эффективности использования предпринимательского потенциала вуза : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Мищенко Марина Владимировна; [Место защиты: Владивосток. гос. ун-т экономики и сервиса].- Владивосток, 2011.- 192 с.: ил. РГБ ОД, 61 11-8/3147

Гоношилина И.Г., к.филос.н.
старший преподаватель
кафедра «Политология, социология и связи с общественностью»
Елисеев А.А.
магистр 1 курса
факультет «Радиотехнический»
Ульяновский государственный технический университет
Россия, г. Ульяновск

МОТИВАЦИЯ ЧЕЛОВЕКА НА ПОЛУЧЕНИЕ САМООБРАЗОВАНИЯ

Аннотация: *в данной статье рассматриваются и анализируются условия эффективного и непрерывного самообразования, за основу которой было взято конкуренция между людьми в обществе. Так же выделены другие представления мотивации к самообразованию и развитию личности.*

Ключевые слова: *самообразование, мотивация, самообучение.*

В настоящее время самообразование является неотъемлемой частью формирования человека как личности. А именно, мотивация к самообразованию является необходимым компонентом системы образования, которая требует соответствия содержания, форм и методов обучения современным стандартам подготовки учащихся всех уровней и всех возрастов. Потребность в изучении феномена самообразования личности, его ресурсов и структур особенно актуально в связи с постоянными изменениями в системе самообразования. Самостоятельное получение знаний, самообучение, самообразование и саморазвитие может быть достигнуто лишь в случае, когда человек осознаёт нехватку знаний полученных традиционным способом обучения. Обучение родителями, получение знаний в школе и в университете, позволяют лишь дать фундаментальные начальные знания. Однако, эти знания могут быть недостаточными для дальнейшего развития. Осознавая это требуется развить мотивацию к самообразованию[1].

Американский психолог А. Маслоу трактует потребность в самообразовании как желание человека самоосуществиться, стать тем, кем он может быть, заниматься тем, для чего он предназначен. В случае неудовлетворения этой потребности его сопровождают неудовлетворенность и беспокойство[2]. Чтобы развить мотивацию к самообразованию необходимо, прежде всего, возбудить у учащихся осмысленное стремление

заниматься самостоятельным самообразованием в своём развитии. Л.С. Выготский писал: «Обучение только тогда является хорошим, когда оно является создателем развития. Оно побуждает и вызывает к жизни целый ряд функций, которые находятся в стадии созревания и лежат в зоне ближайшего развития» [3]. Поэтому представление мотивации к самообразованию обусловлено многими факторами: самостоятельностью личности, требованием общества, конкуренция.

Самостоятельность становится качеством личности, когда человек осознанно делает собственный выбор, начинает сам принимать решения, чувствует за них ответственность. Самостоятельный человек под руководством разума сам распоряжается своей жизнью, сам обеспечивает свое существование, саморазвитие, самообразование. Создавая конкурентоспособное окружение, человек сам же подталкивает себя на получение большего количества информации. Не даром существует поговорка, что друзей нужно выбирать таких, которые лучше тебя. Имея круг общения, который позволяет понять, что твоё развитие происходит не настолько сильно как их и выступит главным мотиватором к саморазвитию. Именно из-за конкуренции в большинстве случаев происходит побуждение человека к самообразованию. Получать новые знания и умения, формировать жизненные ценности и позиции, именно это и формирует мотивация к обучению и самообразованию. Безусловно, кроме конкуренции существует огромное количество способов мотивации, но именно она становится отправной точкой формирования человека как личность.

Использованные источники:

1. Баньковская Н.И. Представление о мотивации к самообразованию учащихся в современной психологии // Известия тульского государственного университета. Гуманитарные науки №2 / 2011 г.
2. Маслоу А. Мотивация и личность / пер. с англ. А.М. Татлыбаевой. СПб.: Евразия, 1999. 478 с.
3. Выготский Л.С. Психология. М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. 1008 с.

Гостевская К.В.
студент 4 курса
факультет «Экономический»
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. ПЛЕХАНОВА» Кемеровский институт (филиал)
Россия, г. Кемерово

ПРИЧИНЫ МОЛОДЕЖНОЙ БЕЗРАБОТИЦЫ И МЕТОДЫ ЕЕ СОКРАЩЕНИЯ

В статье анализируется состояние современного рынка труда в России, рассматривается одна из наиболее значимых социально-экономических проблем – безработица среди молодежи, ее основные причины и методы ее сокращения.

Ключевые слова: рынок труда, безработица, занятость, трудоустройство, квалификация, государственное регулирование.

The state of the modern labor market in Russia is examines in the article. It is also considered one of the most important socio - economic problems - unemployment among young people, its causes and methods of its reduction.

Keywords: labor market, unemployment, employment, job placement, qualification, state regulation.

Проблема безработицы очень актуальна на современном этапе, потому как происходит увеличение профессионально-квалификационных диспропорций между спросом и предложением рабочей силы, особенно эта тенденция стала заметна в 2016 году в условиях кризиса. Согласно законодательству РФ безработными являются трудоспособные граждане, не имеющие работы и заработка, но зарегистрированные в органах службы занятости, ведущие поиск работы и готовые приступить к ней. Нормальный уровень безработицы может составлять 5—7%. По данным Росстата в январе 2016 года численность рабочей силы в возрасте 15-72 лет составила 75,8 млн. человек. Из них 4,4 млн. человек являлись безработными, уровень безработицы в январе 2016 года составил 5,8 %. [6] По данным Роструда за 2015 г., среди общего числа безработных страны 30,5% составляют молодые люди в возрасте от 14 до 29 лет. [5]

Молодежную безработицу В.А. Павленков указывает как разновидность функциональной безработицы, определяемой по возрастному признаку. В его трактовке молодежная безработица – это, в первую очередь, безработица выпускников школ без профессионально-квалификационной подготовки и выпускников специальных средних и высших учебных заведений. [1, с.294]

Учитывая то, что молодёжь имеет меньший опыт работы, процессы интеграции молодых людей на рынке труда значительно ухудшаются в период экономического спада, кризисов и рецессий. Безработица в молодежной среде – проблема системная и общемировая. В 2016 году в мире 71 миллион молодых людей не имеют работы, согласно ежегодному докладу Международной организации труда. В России уровень безработицы среди молодых людей выше, чем в мире в целом и в Европе, но не слишком высок, если сравнивать с Грецией или Испанией. Специалисты Росстата также отмечают, что в среднем среди молодежи в возрасте 15–24 лет уровень безработицы в июле составил 14,8%. Безработица среди молодежи превышает уровень безработицы людей среднего возраста в 3,7 раза, 32,5% всех безработных не имеют опыта трудовой деятельности. [6]

По мнению Волониной Н.А., одной из главных причин является нежелание работодателей нанимать неопытного специалиста и затрачивать время на его обучение, когда за этот период эффективнее увеличить производительность труда с помощью опытных специалистов. [3] О.А.

Попазова тоже придерживается мнения, что молодежная безработица возникает, когда выпускники учебных заведений не находят спроса на свой труд в силу недостаточности опыта. [2, с.43].

Еще одной причиной молодежной безработицы, выделенной экономистом Е.В. Паниной, выступает чрезмерная зацикленность образования на теории. По ее мнению, в вузах необходимо ввести образование, ориентированное на практические занятия. Причем «обучение работой» Панина предлагает сделать основной, а не дополнительной частью учебного процесса. [5]

По итогам своих исследований, экономист Чернышева Н.И. выделила причины высокого уровня безработицы молодежи. Это - отсутствие системы распределения выпускников высших учебных заведений на рабочие места в соответствии с полученной специальностью, нежелание работодателей принимать специалистов без опыта работы, высокие требования выпускников к оплате труда, их низкая конкурентоспособность из-за затрат на адаптацию неопытных специалистов, недостаточно эффективная работа службы занятости. В качестве мер по сокращению молодежной безработицы Чернышева предлагает уделять внимание информированности молодежи о положении на рынке труда, а также создавать вузовские центры содействия занятости учащейся молодежи и выпускников. [4]

Немаловажная причина молодежной безработицы – несоответствие устремлений выпускников с реальностью, по мнению Марии Игнатовой, руководителя службы исследований HeadHunter. Многие хотят быть юристами, банкирами, а требуются в основном электрики, сварщики, фрезеровщики, электромеханики, инженеры, программисты, врачи, специалисты по продажам, операторы call-центров, бухгалтеры, водители. Конкуренция за рабочие места среди начинающих работников сильнее, чем среди зрелых специалистов. На одну вакансию для молодых специалистов приходится 10 резюме по данным HeadHunter. [5]

В России на 2016 год можно выделить наиболее существенные причины безработицы среди молодых специалистов. Их можно подразделить на внешние факторы – денежно-кредитная и финансовая политика государства, кризисный спад общественного производства, структурная перестройка производства, сокращение вооруженных сил, изменение отношений собственности; и внутренние – демографическая ситуация, образование, подготовка и переподготовка кадров, миграция. К внешним причинам относятся: увеличение общей численности безработных, банкротство значительной части предприятий. Среди внутренних причин выделяют: отсутствие у молодых людей достаточного опыта работы, несоответствие их профессиональной подготовки требованиям рынка труда, недостаточно развитая профориентационная работа с молодежью, не соответствие в некоторых районах подготовки кадров объективно существующей потребности в кадрах и наличию рабочих мест, стремление

большинства молодых людей найти работу, соответствующую своей подготовке и высоко оплачиваемую, не принимая во внимание несоответствие спроса и предложения рабочей силы.

Все перечисленные факторы делают молодых специалистов наиболее социально уязвимой группой на рынке труда. По данной причине необходима разработка мероприятий, направленных на сокращение молодежной безработицы.

Рисунок – Классификация государственных методов минимизации молодежной безработицы. [7]

Самые перспективные мероприятия по регулированию занятости и минимизации безработицы – активные методы с использованием инструментов стимулирования инвестиционной активности, поддержки малого бизнеса и самозанятости, профессионального обучения и переподготовки кадров.

В РФ с целью снижения безработицы среди молодых специалистов по причине нежелания нанимателей принимать работников, не имеющих опыта, необходимо предоставлять льготы и субсидии работодателям, трудоустраивающим молодых работников. Также дает результат развитие репродуктивных программ, направленных на стимулирование труда работников с маленькими детьми, с целью снижения потери рабочего времени. Проблему безработицы по причине не соответствия устремлений выпускников с реальностью можно решить при помощи организации временной занятости и переобучения людей невостребованных профессий. Также для обеспечения занятости молодежи в направлении бизнеса достаточно эффективна выдача грантов для молодых предпринимателей, а также предоставление им льгот.

Повышение информированности молодежи, создание кабинетов

профориентации, оформление стендов и уголков с материалами, предоставляемыми службой занятости, проведение занятий по рыночно-ориентированной тематике, профориентационное просвещение для старшеклассников должны способствовать минимизации молодежной безработицы. Кроме того эффективны для трудоустройства молодежи тренинговые технологии в центрах занятости населения, по которым безработные учатся выявлять барьеры, препятствующие успешному поиску работы; снимать ограничения для развития гибкости поведения и мышления; управлять своим эмоциональным состоянием; вести переговоры с работодателями.

Согласно рекомендациям МОТ, в качестве методов сокращения безработицы среди молодежи можно предложить развитие программы молодежной занятости, увеличение трудовой мобильности, информирование посредством социальных сетей молодых людей о востребованных профессиональных навыках. В качестве метода повышения конкурентоспособности молодежи можно ограничить российский рынок труда для миграции незафиксированной рабочей силы, расширить возможности приобретения работниками зарубежного опыта для повышения производительности и качества труда. Со стороны учебных заведений действенным способом содействия занятости молодежи может стать предоставление возможности совмещения работы и учебы – обеспечение работой с гибким графиком, повышение качества образования. Кроме того, следует развивать в вузе структуру, принимающую заказы от предприятий и отвечающую за их выполнение.

Полностью ликвидировать безработицу молодежи в условиях рыночной экономики невозможно, но государство может ее регулировать и поддерживать ее уровень на социально допустимой величине.

Использованные источники:

1. Павленков, В.А. Рынок труда. Занятость. Безработица: учебник / В.А.Павленков. – М.: Изд-во МГУ, 2004. – 368с.
2. Попазова, О.А. Экономика труда /О.А. Попазова. – СПб.: «Вектор», 2005. – 192с.
3. Волонина Н.А. Безработица молодежи // Экономика, предпринимательство и право. — 2012. — № 1 (12). — с. 9-14.
4. Чернышева Н. И. Пути решения проблемы молодежной безработицы в современном обществе // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки.- № 2-1.- С. 155-160.- 2014г.
5. Ведомости [Электронный ресурс] / Безработных среди молодежи в России в пять раз больше, чем среди 30-40-летних URL: www.vedomosti.ru/management/articles/2015/10/27/614577-bezrabotnih-molodezhi
6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] /

Занятость и безработица в Российской Федерации в январе 2016 года. - URL: www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d06/37.htm
7. Studme.org [Электронный ресурс] / Безработица. - URL: http://studme.org/134707116271/ekonomika/bezrabotitsa

Гриценко Д.Н.
магистрант
Высшая школа брендинга
АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»
Россия, г. Москва

СТРАТЕГИЯ СОЗДАНИЯ БРЕНДА – ЗАЛОГ ЗДОРОВЬЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

Современные рыночные условия связаны с постоянным ростом конкуренции. Сильные игроки все время вытесняют слабых. Чтобы не оказаться среди аутсайдеров, необходимо большое внимание уделить разработке стратегии создания и продвижения своего бренда. От этого зависит вся будущая его судьба. Бренд должен сфокусироваться на своих потребителях и сформировать о себе правильное мнение.

Ключевые слова: стратегия, бренд, конкуренция, атрибуты, позиционирование, эмоционирование, инсайт, суть бренда, преимущества бренда, самообраз, основания для доверия.

Today's market rules are bound with consistent growth of competition. 'Bigger and stronger' players are pushing 'smaller and weaker' out. To avoid becoming one of the 'smaller and weaker', it's need to pay a proper a attention to developing the strategy of creation and promotion of your brand. This step is determining the fate of brand. Brand must be focused on needs of its customers and make them form the wished opinion about itself.

Key words: Strategy, brand, competition, attributes, positioning, expressing emotions, insight, brand's heart, brand's advantages, self-image, cause to trust.

Стратегия создания бренда – залог здоровья Вашего бизнеса

В последнее время все чаще можно услышать слова о высокой конкуренции и перенасыщенных рынках. Действительно, если даже кто-то начинает развивать новую нишу, то довольно скоро в ней появляются новые игроки. Рынок постоянно развивается, места всем не хватает и более сильные торговые марки вытесняют слабые. Прошли времена, когда производителям не нужно было задумываться о силе своей марки и о том, как лучше удовлетворить потребности покупателей. Спрос превышал предложение. Однако все в жизни развивается, меняется и принципы ведения бизнеса прошлых лет не работают в современных условиях. Ожесточенная борьба за покупателя заставляет компании думать и развиваться. А те, кто упорно не хочет замечать очевидные факты, в

конечном счете, не выдерживают конкуренции и уходят.

Стратегия любой компании должна быть направлена на построение сильного бренда. Однако мало кто даже из тех, кто употребляет это слово, понимает, что за ним стоит. Очень часто происходит путаница понятий бренд и торговая марка. Их часто считают синонимами, хотя это является колоссальной ошибкой.

Бренд – это совокупность представлений, ассоциаций, образов, идей и обещаний, которые складываются в умах людей [5]. То есть явление, обладающее устойчивыми ассоциациями (имиджем). Бренд должен максимально отвечать надеждам и потребностям людей. Когда люди слышат то или иное название, то в их сознании возникает некий образ с определенной репутацией и имиджем, и только грамотно разработанный и сконструированный бренд вызывает доверие у определенной группы покупателей. Таким образом, бренд помогает не только идентифицировать товар (узнать его при упоминании) и выделиться из общей массы конкурентов, но и создать у потребителей привлекательный образ, вызывающий доверие; вызвать определенные эмоции; принять решение о покупке и подтвердить правильность выбора; сформировать группу постоянных покупателей, которые ассоциируют с брендом свой образ жизни.

Многие убеждены, что создание сильного бренда – это задача дизайнера, который должен нарисовать красивую картинку. Статистика неудачных проектов будет сохраняться, пока не придет осознание, что прежде, чем подойти к дизайну, необходимо разработать стратегию. Именно стратегическая часть построения бренда определяет успех, и многие совершают чудовищную ошибку, пренебрегая этим утверждением.

Стратегия – это общий, недетализированный план действий, охватывающий длительный период времени, способ достижения сложной цели, какой-либо деятельности человека [6]. Задачей стратегии является эффективное использование наличных ресурсов для достижения основной цели (стратегия как способ действия становится особо необходимой в ситуации, когда для прямого достижения основной цели недостаточно наличных ресурсов).

Стратегия бренда определяет его будущее – чем станет продукт, кто будет являться его потребителем, в каком направлении бренд будет развиваться. Она является комплексной программой по развитию продукта и увеличению его активов. Она определяет ключевую целевую аудиторию, закладывает основную идею бренда и атрибуты его подачи, эмоциональные и физические характеристики, визуальный образ, стратегию ценообразования, каналы сбыта и коммуникации для продвижения товара.

Стратегия бренда – достаточно трудоемкий процесс, который состоит из ряда элементов, которые тесно взаимосвязаны между собой и влияют друг на друга. Первый элемент и самый важный стратегической составляющей связан с разработкой самого бренда, определением его концепции и

формированием платформы. Самым важным он является именно потому, что лежит в основе формирования остальных элементов стратегии бренда. Зная ключевую идею бренда и целевую аудиторию можно приступить к проработке остальных элементов стратегии бренда.

На стадии разработки бренда необходимо создать целостный образ, который гармонично будет выглядеть в глазах потребителя. Покупатель должен с легкостью его соотнести с определенной ценностью и присвоить ему так называемый «ярлык», определенный стереотип для чего и для кого существует данный бренд. Продукт должен занять нужное место и позицию в сознании потребителей.

Существует несколько подходов разработки бренда, однако у них есть то, что их объединяет. Это главная идея бренда, которую еще называют ядро бренда, digidea, суть бренда, вектор бренда и т.д. Жесткое ядро и защитный пояс (переменные бренда) введены в брендинг из методологии исследовательских программ И. Лакатоса [2]. Он полагал, что у всех исследовательских программ есть жесткое ядро, которое не может быть изменено. Оно должно быть защищено от возможных контраргументов, для чего вводится такой элемент, как защитный пояс.

При разработке бренда используются различные модели, описывающие структуру его идентичности. Построение сильного бренда должно учитывать все важнейшие элементы, которые описываются в различных моделях. В его основе закладывается генеральная идея, которая на протяжении длительного времени не должна меняться. Эта идея должна быть понятна и значима для целевой аудитории, а также отличать будущий бренд от конкурентов. Поэтому в модели UnileverBrandKey указывается важность изучения конкурентов и целевой аудитории с последующим выявлением потребительского инсайта.

Вообще при разработке стратегической платформы бренда можно выделить три основных подхода: с акцентом на продуктовые атрибуты, на конкурентную отстройку и ориентацию на целевую аудиторию. Первый подход соответствует концепции УТП, которая опирается на качественные изменения в товаре, улучшающие его характеристики. Изучение конкурентов – очень важная стадия, которая позволит сделать бренд уникальным и непохожим на других. Одним из важных элементов в определении вектора бренда является изучение целевой аудитории. Именно потребитель решит, будет бренд жить или нет. Соответственно нельзя не учитывать их мнение и предпочтения. Именно выявление потребительских инсайтов позволит выбрать правильное ядро бренда.

Бренд должен занять нужное место в голове у потребителя, соответственно необходимо осуществить позиционирование. Впервые это понятие было введено Элом Райсом и Джеком Траутом [3]. Авторы подняли важнейший вопрос формирования нужных стереотипов в отношении брендов. Позиционирование – набор преимуществ или решений проблем,

который позволит занять определенную позицию в сознании потребителя.

Однако, анализируя модели построения бренда, можно сделать вывод, что на принятие решения о покупке влияют как рациональные, так и эмоциональные причины. Соответственно при создании бренда необходимо учитывать одновременно сразу оба этих фактора. В книге «Бренд. Боевая машина бизнеса» [4] вводится понятие эмоционирование. По мнению авторов при создании бренда необходимо проработать две параллельные структуры – позиционирование и эмоционирование. Позиционирование должно отражать рациональные причины покупки, а эмоционирование – иррациональные.

Потребитель должен не просто осознавать смысл присутствия бренда на рынке и близость этого бренда для себя, он должен это чувствовать. Эмоционирование рассматривается как реальная причина покупки, в то время как позиционирование – маскировка, служащая для того, чтобы потребитель смог самому себе объяснить, зачем же он купил данный товар.

Очень важная составляющая бренда, которая призвана непосредственно воздействовать на потребителей – атрибуты бренда. Это все особенности товара, с которыми контактирует потребитель, комплекс свойств, которые служат поддержанию единства восприятия. Атрибуты создаются в соответствии со стратегическим уровнем бренда и олицетворяют ту ценность, которая заложена в векторе бренда, а также соответствуют стереотипам выбранного сегмента. Исходя из того, что атрибуты контактируют с потребителем, они должны быть детально проработаны и восприниматься по возможности всеми органами чувств.

Анализ разных подходов построения бренда позволяет выявить важные элементы создания гармоничного и сильного бренда. Ниже представлена схема, которая объединяет разные подходы и отражает важнейшие составляющие процесса создания бренда.

В этой схеме отражены три подхода, которые существуют при разработке стратегической платформы бренда. Это три основных направления: с акцентом на продуктовые преимущества, конкурентную отстройку и ориентацию на целевую аудиторию. В центре находится жесткое ядро, вектор бренда, который будет неизменным, и которому должны соответствовать все остальные составляющие бренда. Бренд обладает своей индивидуальностью, личностью.

В своей книге «4D-брендинг» [1] Томас Гэд описывает, что для создания сильного бренда, необходимо, чтобы бренд существовал одновременно в четырех изменениях.

Функциональное измерение описывает уникальные характеристики товара или услуги, а также восприятие их полезности, которая ассоциируется с брендом.

Социальное измерение касается способности идентифицировать себя с определенной общественной группой. Это измерение отражает отношения между покупателями и той общественной группой, к которой они хотят принадлежать.

Ментальное измерение отражает представление о себе самом, которое

возникает в результате использования бренда.

Духовное измерение – восприятие глобальной или локальной ответственности. Очень важно для любой современной компании – осознание своей ответственности перед окружающим миром (за благосостояние, инфраструктуру и культурное развитие, охрану окружающей среды и т.д.).

Сильный бренд должен быть облачен в оболочку мыслительного поля, который существует сразу в четырех этих измерениях. Этого помогут добиться элементы, которым отводят большую роль в конструировании бренда авторы следующих моделей: модель Филипа Котлера, «Колесо бренда» (разработанное британской компанией BatesWorldwide), модель UnileverBrandKey, модель BrandIdentityPrism (которую предложил Ж.-Н. Капферер в 1986 г.).

Рациональные преимущества создают функциональное измерение бренда, миссия компании – духовное, отражение (впечатление, которое хочет произвести потребитель, используя бренд) – социальное и самообраз (как чувствует себя и кем себя ощущает обладатель бренда) – ментальное измерение.

Все это позволит сформулировать одновременно позиционирование и эмоционирование, после чего можно приступать к разработке атрибутов, но прежде уделив внимание такому важному вопросу, как основания для доверия.

При разработке атрибутов нужно помнить, что необходимо задействовать как можно больше органов чувств. К ним относятся: вербальные, визуальные, аудиальные и дополнительные органолептические.

Только комплексный подход к разработке позволит создать сильный и конкурентоспособный бренд. Необходимо уделить внимание каждому этапу проектирования бреда и все подчинить единой идее. Лишь понимание своей целевой аудитории, ее ценностей и предпочтений позволит выбрать правильный вектор будущего бренда. Позиционирование и эмоционирование должны совпадать с выбранным вектором, а атрибуты – являться логическим продолжением всего этого. В этом случае сформируется целостная картина в глазах потребителей, которая позволит создать в сознании необходимый стереотип для чего и для кого существует данный бренд. Это позволит создать преимущества по отношению к конкурентам и занять лидирующие позиции на рынке.

Использованные источники:

1. Гэд Томас. 4D Брендинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики.Ред. Г.Ивашевская, перевод с английского М.Аккая. — СПб.: AvelineFinlandOy, 2000. — 133 с.
2. Лакатос И. Фальсификация и методология программ научного исследования. - М.: Медиум, 1995.
3. Райс Эл, Траут Джек. Позиционирование. Битва за узнаваемость. -

СПб.:Питер, 2003. – 256 с.
4. ТамбергВ., БадьинА.. Бренд. Боевая машина бизнеса. - М.: Олимп бизнес, 2005. – 240 с.
5. http://www.km.ru/stil/2013/01/25/biznes-i-predprinimatelstvo-v-mire/702383-brend-chto-eto-i-zachem-nuzhen
6.https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F

Денисова М.Л.
студент гр. 452а
Ли А.С., к.э.н.
НГАСУ (Сибстрин)
Российская Федерация, г. Новосибирск

ПРИМЕНЕНИЕ СТАНДАРТОВ ИСО ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Аннотация: *В статье рассматриваются рекомендации ИСО в сфере риск-менеджмента для предприятий малого и среднего бизнеса.*

Ключевые слова: *малый бизнес, риск-менеджмент, стандарт, идентификация, анализ.*

Вне зависимости от сферы деятельности любое предпринимательство очень тесно связано с понятием риска, иначе говоря, риск - это составляющая коммерческой деятельности.

Риски, с которыми сталкиваются предприниматели могут возникнуть как внутри самого предприятия, так и со стороны внешней среды, окружающей его.

В научной литературе отечественных и зарубежных авторов, можно встретить достаточно много работ [1,2,4 и др.], которые посвящены рискам в предпринимательстве, методам, позволяющим управлять этими рисками и т. п., но несмотря на это, согласно статистическим данным [3], многие из предприятий малого и среднего бизнеса становятся банкротами и вынуждены закрываться в течение пятилетнего периода с момента начала их хозяйственной деятельности. Это обусловлено тем, что предлагаемые подходы к формированию эффективной системы управления риском предприятий являются в большей степени теоретическими, носят общеметодологический характер, не имеют прикладной привязки.

Для помощи малым и средним предприятиям, которые стремятся подготовиться к возможным рискам и защитить свой бизнес, Международная организация по стандартизации (ИСО) разработала сборник руководящих принципов по использованию международного добровольного стандарта на основе консенсуса под названием ИСО 31000:2010 «Менеджмент риска. Принципы и руководство». Сборник включает в себя

пять основных разделов: область применения, термины и определения; принципы; инфраструктура; процесс.

Данный сборник распространяется на организации всех видов и типов, в том числе и на деятельность малого и среднего предпринимательства. Однако подчеркивается тот момент, что данные принципы и рекомендации носят общий характер, следовательно, необходимо дополнительно изучать особенности каждого предприятия, выявлять риски, которые непосредственно относятся к нему, а затем уже разрабатывать мероприятия по снижению этих рисков. Разработчики данного стандарта утверждают, что при применении и поддержании в соответствии с настоящим стандартом риск-менеджмент дает возможность организации:

- осознавать необходимость идентификации и воздействия на риски по всей организации;
- улучшать идентификацию возможностей и угроз;
- улучшать управление;
- эффективно распределять и использовать ресурсы для воздействия на риск;
- повышать функциональную эффективность и результативность;
- сводить к минимуму потери;
- повышать устойчивость организации и др.

В данной работе отмечено, что руководители многих малых и средних предприятий стремящиеся в той или иной степени управлять рисками, тем не менее, в большинстве своем не рассматривают возможность внедрения стандартов, охватывающих процесс управления рисками. Они объясняют это тем, что их предприятия не являются настолько крупными, чтобы пойти на этот шаг, т. е. не считают его целесообразным.

Ознакомимся более подробно с процессом риск-менеджмента, представленном в данном стандарте (см. рис 1).

Рисунок 1. Процесс риск-менеджмента

Из рисунка следует, что одним из ключевых этапов риск-менеджмента является обмен информацией и консультирование, поскольку он тесно связан со всеми остальными этапами. Таким образом, обмен информацией и консультирование разрабатываются в первую очередь, они должны рассматривать вопросы, которые касаются как самого риска, так и его причин, его последствий. Эффективный обмен информацией позволит подотчетным лицам и заинтересованным сторонам принимать решения, при этом осознавая причины того, почему требуются именно эти действия.

Обмен информацией и консультирование должны способствовать обмену правдивой, существенной, точной и понятной информацией с учетом аспектов конфиденциальности и личной неприкосновенности.

Следующим этапом является определение ситуации, который включает в себя следующие подпункты:

1. установление внешней ситуации;
2. установление внутренней ситуации;
3. установление ситуации процесса менеджмента риска;
4. определение критериев риска.

Первые два подпункта предполагают анализ внешней и внутренней среды предприятия, что же касается третьего подпункта, то он должен включать в себя следующие мероприятия: постановка целей, стратегий, области применения предприятия. При этом следует оценить требуемые ресурсы, определить ответственность и полномочия, а также порядок учета.

Определение критериев риска означает, что критерии используемые для оценки значимости риска, должны отражать цели, ценности и ресурсы предприятия. Они должны быть назначены в начале каждого процесса риск-менеджмента и должны постоянно рассматриваться.

Теперь переходим к самому объёмному и трудоемкому, на наш взгляд, этапу - оценке риска. Первое, что необходимо сделать это провести идентификацию рисков, т.е. компании необходимо выявить весь перечень рисков, основанных на тех или иных событиях, которые могут повышать, понижать, ускорять или замедлять достижение целей. Процесс идентификации является наиболее важным в процессе оценки риска, поскольку риск, который не был идентифицирован на данном этапе, уже не будет включен в будущий анализ. При этом организация должна использовать лишь те инструменты и методы, которые будут соответствовать ее целям и возможностям, а также тем рискам, с которыми она непосредственно сталкивается.

После того, как риск был идентифицирован, необходимо провести его анализ, который предполагает рассмотрение причин и источников риска, а также их положительных и отрицательных последствий, с учетом вероятности возникновения. Анализ может осуществляться с различной степенью подробности, все будет зависеть от самого риска, целей анализа,

доступности информации и т. п. Он может быть количественным, качественным или сочетать в себе элементы того и другого.

Вероятность и последствия можно определить с помощью моделирования исходов событий или экстраполяцией имеющихся данных.

Заключительным этапом оценки риска является сам процесс оценивая, который включает сравнение уровня риска выявленного в процессе анализа, с установленными критериями риска во время рассмотрения ситуации. На основании этого будет рассматриваться необходимость воздействия на риск. Однако, в некоторых случаях может потребоваться проведение дополнительного анализа.

Воздействие на риск зачастую включает выбор и применение одного либо двух вариантов модифицирования рисков. Следует подчеркнуть, что альтернативные варианты воздействия на риск не всегда являются взаимоисключающими и подходящими ко всем обстоятельствам. Выделяют следующие варианты воздействия на риск [1]:

- избежание риска;
- принятие и увеличение риска для использования благоприятной возможности;
- устранение источника риска;
- изменение возможности;
- изменение последствий;
- разделение риска с другой стороной (сторонами);
- осознанное удержание риска.

После того, как определены отобраны варианты, осуществляется подготовка и реализация планов воздействия на риск. Планы при этом должны обсуждаться с соответствующими заинтересованными сторонами и должны быть включены в процессы менеджмента организации.

Казалось бы, что на данном этапе можно и закончить процесс риск-менеджмента, поскольку основной цели мы достигли, меры по модификации риска выбрали и реализовали, но нет, существует еще один (заключительный) этап - мониторинг и пересмотр, который осуществляется в целях [1]:

- гарантии того, что средства управления являются эффективными и результативными как при проектировании, так и при функционировании;
- получения дополнительной информации для улучшения оценки риска;
-анализа и извлечения уроков из случаев;
- идентификации новых или зарождающихся рисков

Мониторинг и пересмотр может быть, как периодическим, так и произвольным. Результаты мониторинга и пересмотра должны быть документированы и зарегистрированы соответствующим образом, как на внешнем, так и на внутреннем уровнях, в последствии чего, они могут послужить входными данными для пересмотра инфраструктуры риск-

менеджмента.

Как мы видим, процесс риск-менеджмента достаточно сложный, требует детального анализа, постоянного контроля и мониторинга, а следовательно, несет в себе дополнительные издержки. Большая часть средств предприятия тратится на поиск и оплату труда профессиональных оценщиков, поскольку процесс оценки требует особого внимания, в связи с этим представители малого и среднего предпринимательства опасаются использовать риск-менеджмент в своей деятельности.

Использованные источники:

1. ГОСТ Р ИСО 31000-2010. Менеджмент риска. Принципы и руководство. – Москва: Изд-во: Стандартинформ, 2012. – 19 с.
2. Лопатина Е. Ю. Структура риск-менеджмента в сфере малого предпринимательства [Электронный ресурс]. Режим доступа: file:///C:/Users/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0/Downloads/669-995-1-PB.pdf. Загл. с экрана (дата обращения 01.05.16).
3. МСП смогут улучшить риск-менеджмент с использованием стандарта ИСО 31000 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://b-c-group.ru/?p=1871. Загл. с экрана (дата обращения 01.05.16).
4. Олейник Я.Д. Роль риска в развитии малых предприятий [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://sci-article.ru/stat.php?i=rol_riska_v_razvitii_malyh_predpriyatiy. Загл. с экрана (дата обращения 01.05.16).

Дудкина О.В., к.соц.н.
доцент
Грибова Э.А.
студент 4 курса
ФГБОУ ВО «Донской Государственный Технический Университет» (ДГТУ)
Россия, г. Ростов-на-Дону

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА КВЕСТОВ

Три года назад страну захватило новое направление в ивент-бизнесе: студенты и бизнесмены, менеджеры и домохозяйки ринулись совершать побеги из тюрьмы и исследовать секретные лаборатории в квестах «выберись из комнаты». Стоит ли опасаться столь же стремительного спада интереса, или квесты заняли свою нишу в индустрии развлечений? Как будут меняться квесты, чтобы сохранить аудиторию? Попробуем проанализировать ситуацию.

Некоторые аспекты истории вопроса. Живые квесты «Выберись из комнаты» или эскейп-румы - популярное развлечение, возникшее по мотивам аналогичных компьютерных игр. Только здесь все происходит в реальности: команду численностью от 2 до 6 человек запирают в специально

оборудованной комнате, из которой участникам предстоит выбраться за час, разгадывая загадки, подбирая коды и находя спрятанные в окружающих предметах подсказки. Сценарии квеста бывают разными: участники могут оказаться в секретной лаборатории, зловещем цирке, подземном бункере, доме с привидениями или на затонувшем корабле. Широко используются легенды, основанные на популярных фильмах («Твин Пикс», «Кошмар на улице Вязов»).

Квесты начали массово запускаться в России в 2013 году. Значительного успеха добилась компания «Клаустрофобия», создатели которой раньше занимались выпуском настольных игр «Имаджинариум». Первые комнаты под брендом «Клаустрофобия» открылись в декабре 2013 года, и после этого посыпались предложения о продаже франшизы. Уже к августу 2014 «Клаустрофобия» и ее партнеры предлагали 18 квестов в городах Москва, Санкт-Петербург и Нижний Новгород, а сегодня под этим брендом открыто почти 200 эскейп-румов в России, Беларуси, Украине, Эстонии, Голландии, Германии, Испании и других странах (не считая сотни квестов в разработке), а франшиза компании стала самой дорогой на рынке. Конкуренты не отставали: новые комнаты в Москве и Петербурге начали открываться едва ли не каждую неделю.

Среди региональных компаний выделяется «Выход»: став лидерами в родном Новосибирске, они стали активно продавать франшизу в регионы, а потом стартовали в Москве с серией квестов по мотивам «Игры Престолов».

В последнее время эксперты озвучивают мысли о перенасыщении рынка квестов. И основания для этого есть: так, в Петербурге на начало 2016 года работало 56 компаний, предлагавших около 200 квестов (рынок в основном поделен между крупными сетевыми игроками; на «одиночек» приходится не более 30%). В Москве цифры еще внушительнее: на начало этого года там работало 170 компаний и 600 комнат. Таких показателей нет нигде в мире. То, что рынок насыщен – отчасти, правда. С другой стороны, появляется все больше квестоманов, которые любят проходить квесты и которым требуются новые локации. Особенно в крупных городах, где желающих много, и их количество постоянно возрастает. На наш взгляд, повода для пессимизма нет: люди еще не скоро насытятся квестами в реальности».

Сегодня, несомненно, повышаются требования к квестам. Реалити-квесты можно разделить на три формата:

- эскейп-румы (участники, решая логические задачи и головоломки, пытаются выбраться из закрытого помещения);
- перформансы (герои проживают определенные события в альтернативной реальности);
- городские квесты (участники перемещаются по городу, решая конкретные задачи).

Уровень конкуренции самый высокий у эскейпрумов. Большинство

организаторов используют Интернет как основной канал продвижения своих квестов. Если судить по стоимости клика по запросу «квесты в реальности» в «ЯндексДиректе», можно сделать вывод, что конкуренция идет «на выживание» особенно летом, когда рынок впервые почувствовал ощутимый спад. Однако каждую неделю открываются новые комнаты, и говорить о том, что рынок переполнен, пока рано.

Если еще три года назад можно было зайти на рынок с минимальными вложениями и окупиться, не утруждаясь сложными сценариями и нестандартными техническими решениями, сейчас такое уже не сработает. Сегодня для вхождения на рынок нужны и совсем другие деньги и профессиональная команда. Первые квесты могли стоить 700 тыс. руб. за комнату, сейчас и 2 млн. не предел: последние комнаты от «Клаустрофобии» стоят, к примеру, 5-6 млн. руб. каждая. Сегодня для вхождения на рынок нужны и совсем другие деньги и профессиональная команда.

Квесты превращаются в полноценные шоу - со сценаристами, инженерами, спецэффектами, новыми технологиями, иногда с актерами. Сами локации становятся больше и сложнее: теперь в рамках одного эскейп-рума участникам зачастую нужно выбраться не из одной, а из трех, четырех, шести следующих друг за другом комнат. Одного эскейп-рума уже недостаточно, чтобы начать зарабатывать: специфика квестов в том, что они «одноразовы», одни и те же участники не пойдут проходить один и тот же квест дважды. Чтобы сформировать круг постоянных клиентов, нужно предлагать много сценариев (не повторяющихся даже в деталях) и постоянно открывать новые комнаты. Так что, по мнению экспертов, небольшим квест-румам стоит объединить усилия, чтобы остаться на плаву.

В каждом городе наблюдаются свои предпочтения по специфике квестов. Где-то популярны высокотехнологичные локации, в других городах особенно ценится красочность, погружение в сказку. Петербург славится приверженностью к сложным квестам: здесь создатели могут гордиться, если выбраться из их комнаты удалось 17% игроков, тогда как, скажем, в Москве такой показатель мог бы стать причиной закрытия или переделки эскейп-рума.

Тенденции и перспективы. Эксперты считают, что на рынке квестов будут формироваться (или уже формируются) отдельные ниши: квесты-перфомансы с участием актеров, экшн-игры, для прохождения которых нужно задействовать уже не только интеллект, но также силу и ловкость, детские и семейные квесты и т. д. Многие предсказывают смешение жанров - к примеру, классических квестов в реальности и ролевых квестов, где участники смогут не только разгадывать загадки, но и примерять на себя разные образы. Сегодня аудитория квестов стала более искушенной. Поэтому, на наш взгляд, будут иметь успех именно нестандартные решения. Сейчас начинают развиваться динамические локации, в которых участникам разрешают всё: в том числе применять силу, ломая вещи (что в

«классических» квестах запрещено).

Все активнее будет использоваться виртуальная реальность. Такие попытки были и раньше - так, несколько эскейп-румов уже предлагали сценарии, где командам нужно использовать очки виртуальной реальности. Усилится и тенденция к реалистичности: если раньше игроку приходилось напрягать воображение, чтобы представить, что он находится в школе волшебства или на борту подводной лодки, то теперь создатели квестов предложат правдоподобные декорации: с аутентичными предметами, звуковыми эффектами, даже запахами и температурными колебаниями.

Понимая, что конкуренция велика, а аудитория конечна, создатели квестов стараются развивать смежные направления. Например, некоторые компании уже сейчас предлагают выездные мероприятия, которые используются на корпоративах как тимбилдинг и рассчитаны не на маленькие команды, а на группы по 50 и более участников. Причем, помимо готовых выездных квестов, предусматриваются и мероприятия со специально разработанными под заказчика сценариями. Основные расходы организатора такого вида активного отдыха - составление сценариев, создание «портфеля игрока» и реклама. Прохождение живых квестов позиционируется организаторами как увлекательное и необычное развлечение на любом празднике (день рождения, свадьба, корпоратив) для взрослых и детей. Кроме того, организаторы регулярно проводят игры по типу распространенных игротек (игр в настольные игры в кафе). В последнем случае нужно будет договориться с кафетерием с подходящей площадью, куда в определенное время раз в неделю могут прийти все желающие, чтобы сыграть в квест. Как правило, руководство кафе не берет денег за аренду, но ставит условие, чтобы каждый посетитель приобрел у них еды и напитков на определенную сумму на одно посещение. Так как игра занимает не менее двух-трех часов и проходит достаточно активно, то обычно участники охотно выполняют это требование.

Необходимо учитывать, что по мере того, как живые квесты будут набирать популярность в городе или регионе, велика вероятность появление большого количества конкурентов. В этом случае, как правило, можно приобретать франшизу, или же быть всегда на шаг впереди конкурентов, разрабатывая все новые и новые сценарии с различными сюжетами и персонажами. Недостаток этого варианта - сложность и расходы на оплату работы специалистов. Стоимость франшизы «сети клубов детективных игр» (взнос и роялти) зависит от количества населения в городе, где живет франчайзи. Например, взнос для города с населением от 1 до 2 млн. человек составит 40 тыс. руб., а роялти - 27 % от выручки. Кроме того, партнеры регулярно и без дополнительных оплат получают новые сценарии «под ключ». Срок окупаемости вложений, по утверждениям франчайзера, составляет около 3,5 месяцев, а чистая прибыль - от первоначальных 13 тыс. руб. ежемесячно до 45 тыс. руб. в месяц в течение первого года работы.

Таким образом, при этих исходных данных для ведения своего ивент-бизнеса понадобится около 60 тыс. руб. инвестиций.

Евстюхина М.С.
ассистент
кафедра менеджмента и экономики образования
Куркина Н.Р., доктор экономических наук
доцент, профессор
кафедра менеджмента и экономики образования
Мордовский государственный педагогический институт
им. М.Е. Евсевьева
Россия, г. Саранск

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ

В статье рассмотрена кластеризация региональной экономики, как наиболее адекватная рыночным условиям хозяйствования форма управления и современных механизмов повышения конкурентоспособности экономики региона.

Ключевые слова: кластер, региональная экономика, кластерный подход, развитие, формирование, регион.

Evstyukhina M.S.
associate department of management and economics of education ,
Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evsev`ev
Russia, Saransk
Kurkina N. R., doctor of Economics
professor of department of management and economics of education ,
Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evsev`ev
Russia, Saransk

MECHANISM OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF REGIONAL CLUSTERS

The article describes the clustering of the regional economy as the most adequate to the economic market conditions form of management and modern mechanisms of improving the competitiveness of the regional economy.

Keywords: cluster, regional economy, cluster approach, the development, the formation , the region.

Кластерообразование в России обусловлено, во-первых, исторически сложившейся системой территориального размещения производства в условиях планово-централизованной экономики, во-вторых, структурными сдвигами в переходной экономике в процессе рыночной трансформации. В работе выделены особенности кластерообразования в России, к которым автор относит специфику пространственной структуры экономики,

недостаточный уровень развития субконтракции и аутсорсинга, существенную роль государства, недостаточно развитый бизнес-климат для формирования общих предпосылок кластерообразования [4].

Формирование кластера является актуальной задачей для региона благодаря возможности обеспечить его инновационное развитие за счет достижения синергетического эффекта от объединения участников кластера.

Однако важным вопросом является сам процесс формирования регионального кластера, так как он содержит в себе множество аспектов, без учета которых невозможно достичь запланированного эффекта. Механизм формирования регионального кластера включает в себя следующие этапы (рисунок 1) [2]:

<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>1 этап</td><td>Анализ конкурентных преимуществ региона</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td>2 этап</td><td colspan="2">Оценка кластерного потенциала региональной экономики</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>3 этап</td><td colspan="3">Определение целей, задач формирования кластера</td></tr>
<tr><td></td><td>4 этап</td><td colspan="4">Определение состава потенциальных участников</td></tr>
<tr><td>5 этап</td><td colspan="5">Оценка эффективности деятельности кластера</td></tr>
</table>

Рисунок 1 – Механизм формирования регионального кластера

На первом этапе необходимо определить, сложились ли исторически такие обстоятельства, как наличие природных ресурсов, научно-исследовательских институтов, предприятий, расположенных в непосредственной географической близости друг от друга. По мнению многих исследователей, создание кластера без имеющихся предпосылок – неправильный путь экономического развития региона [1].

На этом этапе проводится анализ конкурентных преимуществ и выявление взаимосвязанных видов деятельности, образующих региональный производственный цикл и обладающих в регионе конкурентными преимуществами для их развития.

Чтобы сделать вывод о привлекательности взаимосвязанных видов деятельности, образующих производственный цикл, для реализации кластерных инициатив необходимо определить их место в экономике региона, сравнить их достигнутые показатели с аналогичными показателями в целом по стране, определить факторы, оказывающих положительное и отрицательное влияние на их развитие.

На следующем этапе оценивается кластерный потенциал взаимосвязанных видов деятельности, образующих производственный цикл.

Под кластерным потенциалом будем понимать наличие возможностей, позволяющих более эффективно использовать ресурсы взаимосвязанных видов деятельности, образующих производственный цикл, и повысить их эффективность при формировании и развитии кластера.

На третьем этапе определяются цели и задачи формирования кластера. Для этого предлагается построить организационно-институциональную основу регионального кластера, где, в соответствии с главной целью – формирование кластера, будут определены подцели. В соответствии с подцелями нужно определить направления деятельности кластера и распределить их по участникам кластера, а затем сформировать задачи участников кластера.

На четвертом этапе необходимо определить потенциальных участников кластера и сформировать инициативную группу. Когда принимается решение о вхождении того или иного предприятия в кластер, необходимо провести анализ показателей эффективности деятельности данных предприятий, так как успешность кластера определяется тем насколько тщательно были проработаны вопросы по его функционированию.

На пятом этапе проводится оценка эффективности деятельности кластера.

Механизм формирования регионального кластера имеет большое социальное и экономическое значение для экономики региона. Регион получит следующие выгоды: формирование современной инфраструктуры, отвечающей международным стандартам; рост налоговых поступлений в региональный и местный бюджеты для решения социально-экономических задач; создание дополнительных рабочих мест [3].

В целом региональный кластер как форма территориальной организации экономики играет ключевую роль в создании благоприятных условий видения бизнеса, способствует активности хозяйствующих субъектов, позволяя адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды, и повышению эффективности и конкурентоспособности региона.

Использованные источники:

1. Евстюхина М.С. Формирование и развитие региональных кластеров// Электронное научно- практическое периодическое издание «Экономика и социум». – №1(14), январь-март 2015. URL: http://iupr.ru/domains_data/ (дата обращения 15. 04. 2015)

2. Куркина Н.Р., Евсюхина М.С. Условия формирования и развития региональных кластеров (на примере светотехнического кластера Республики Мордовия) [Текст]: монография / Н.Р. Куркина, М.С. Евсюхина. Самара: СамГУПС, 2015. – 116 с.

3.Куркина Н.Р., Евсюхина М.С. Механизм формирования инновационного потенциала персонала на предприятии Фундаментальные исследования № 6 (Часть 6). – 2014.С 1257-1261.

4. Коновалова А.Е., Толмачева О.И. Формирование региональных отраслевых кластеров как важнейший этап создания инновационной экономики // Успехи современного естествознания. – 2012. – № 4. – С. 70-73.URL: www.rae.ru/use/ (дата обращения: 01.03.2015).

Егорова К.А.
студент 1 курса, ФЭУС
ФГБОУ ВО «Самарский государственный социально-педагогический университет»
Россия, г. Самара

К ВОПРОСУ ОБ ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ СРЕДНЕГО ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: *В настоящей статье представлен анализ современного состояния инновационной политики в сфере среднего общего образования в России и Самарской области в частности. Сформированы характеристика и авторский подход по признакам инноваций в образовательном процессе.*

Ключевые слова: *Среднее образование, инновационная политика, образовательный процесс*

Egorova K. A.
Student of 1 course, FEUS
Samara State University of Social Sciences and Education
city of Samara

TO A QUESTION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE SECONDARY GENERAL EDUCATION IN THE SAMARA REGION

Summary: *In this article the analysis of the current state of innovative policy in the sphere of the secondary general education in Russia and the Samara region in particular is provided. The characteristic and author's approach on signs of innovations in educational process are created.*

Keywords: *Secondary education, innovative policy, educational process*

Современным этапом развития общества является приоритет к повсеместному внедрению инноваций в различных сферах деятельности человека, и отраслях народного хозяйства. Данный вопрос приобретает особую актуальность для ключевой сферы жизни общества - отрасли образования. В результате необходимо отметить, что в последние годы руководство России и Самарской области в частности, уделяет все больше внимания реализации инновационного подхода [11-12] в сфере общего среднего образования, так как данная стадия образовательного процесса является ключевым этапом в становлении личности и будущего профессионала, что в целом увеличивает человеческий потенциал нации. Современная инновация [4-10] имеет три существенных признака: направленность изменений на развитие предметы за пределы существующей нормы. Что подтверждает важность образовательного процесса, как

интегратора нового знания, а так же возможно и генератора инноваций; предметом инновации является новшество прошедшее апробацию. Именно поэтому в современном мире представлено множество педагогических подходов к преподаванию дисциплин в средней школе; успешность того или иного педагогического подхода зависит от множества факторов. Среди которых необходимо выделить следующие: политический, культурологический, психологический, экономический.

Инновация предполагает успех преобразований [13]. Данный признак инноваций является сложным по своему характеру для применения категории "успех" к образовательному процессу [2-3], так как результаты по итогам полученного образования носят в себе отложенный эффект, действие которого можно заметить спустя сравнительно долгий период времени.

В этой связи инновацию в сфере образования необходимо рассматривать как комплексный сложный и длительный процесс, где конечный успех зависит от согласованности и сбалансированности целей и задач, реализуемых на каждой из ступеней Российской системы образования. Отметим, что эта деятельность в настоящее время, является управляемым и системно регулируемым процессом, а ее направленность определяется приоритетами государственной и областной политикой в сфере образования.

Современная политика инновационного образования в сфере общего образования направлена на: развитие потенциала молодёжи, обеспечение эффективности системы по самореализации, модернизацию образовательной программы в системе общего образования, направленная на достижение современного качества учебных результатов, формирование гибкой системы непрерывного образования, развивающей человеческий потенциал, обеспечение текущих и перспективных потребностей социально-экономического развития Самарской области [1].

В качестве приоритетных направлений в сфере среднего общего образования Самарской области рассматриваются следующие [1]:

1. формирование структурных и технологических инноваций в среднем общем образовании
2. развитие современных механизмов и технологий общего образования
3. осуществление мер по развитию научно-образной и творческой среды в образовательных организациях.

В заключении, необходимо отметить, что эффективность реализации инновационной политики в Самарской области на базе среднего общего образования зависит от множества факторов, поэтому успех реализации мероприятий зависит от уровня согласованности целей участников образовательного процесса, чтобы и учащиеся и педагоги находились в инновационной образовательной среде и вместе реализовывали потенциал среднего общего образования не только в Самарской области, но и в России в целом.

Использованные источники:

1. О государственной поддержке инновационной деятельности на территории Самарской области [Электронный ресурс] : закон Сам.обл. от 09 ноября 2005 г. № 198-ГД : ред. от 06 фев. 2015 г. // КонсультантПлюс : справ. правовая система. - Загл. с экрана.
2. Анищева Л.И. Качество среднего профессионального образования как фактор совершенствования подготовки специалистов в услоиях модернизации российского образования материалы III Всерос. совещания, 19-20 мая 2005 г., Воронеж / редкол.: Л. И. Анищева и др.. Воронеж, 2005.
3. Акимова Н.Д., Боголюбова Н.Г. Инновационная деятельность в общеобразовательной школе (на примере ГОУ СОШ №687 Акимова Н.Д., Боголюбова Н.Г. Актуальные проблемы современной науки. 2008. № 4 (42). С. 30-32.
4. Грабоздин Ю.П., Левченко Л.В. Социально-экономические факторы инновационного развития высшего образования / Ю.П. Грабоздин, Л.В. Левченко // В сборнике: Вклад молодой науки в национальную экономику России материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов и молодых ученых. Ответственный редактор И.В. Косякова. 2010. С. 43-48.
5. Грабоздин Ю.П. Развитие сервисной деятельности малого и среднего бизнеса в сфере консультационных услуг: дис. … канд. экон. наук / Ю.П. Грабоздин. - Самара, 2014. - 135 с.
6. Грабоздин Ю.П. Развитие сервисной деятельности малого и среднего бизнеса в сфере консультационных услуг: автореф. дис.. канд. экон. наук. Самара, 2015. -22 с.
7. Грабоздин Ю.П. Анализ методов ценообразования на консультационные услуги и форм оплаты работы консультанта / Ю.П. Грабоздин // Вестник Самарского муниципального института управления. 2014. № 3 (30). С. 117-125.
8. Грабоздин Ю.П. Организация информационного сопровождения в деятельности консультационных компаний / Ю.П. Грабоздин // Экономические науки: теоретический и практический взгляд : сб. статей Междунар. науч.-практ. конф., 8 авг. 2014 г. - Уфа, 2014. - С. 11-14.
9. Грабоздин Ю.П., Фоменко Е.В., Иванов М.Ю. Реализация государственно-частного партнерства и механизма кластеризации как основы повышения качества образовательных услуг // Экономика и предпринимательство. 2016. № 2-1 (67-1). С. 140-142.
10.Грабоздин Ю.П. Развитие потенциала высшей школы Самарской области в сфере оказания управленческих консультационных услуг // Инновационная наука. 2016. № 3-1. С. 71-73.
11.Карсунцева О.В. Влияние инновационного потенциала на конкурентоспособность промышленного предприятия // РИСК: Ресурсы,

информация, снабжение, конкуренция. 2009. № 1. С. 113-117.
12.Карсунцева О.В. Организационно-экономическая модель повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2014. № 1 (27). С. 122-126.
13.Сластенин В.А. и др. Педагогика: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / В. А. Сластенин, И. Ф. Исаев, Е. Н. Шиянов; Под ред. В.А. Сластенина. - М.: Издательский центр "Академия", 2002. - 576 с.

Забелин Д.А.
магистрант 3 курса
экономический факультет
Бирюков А.Н., д.э.н.
научный руководитель
Стерлитамакский филиал
Башкирский государственный университет
Россия, г. Стерлитамак

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ КОМПАНИИ

Статья посвящена рассмотрению существующих методик деловой активности, их критической оценке. Автором предложен собственный подход к оценке деловой активности.

Ключевые слова: деловая активность, эффективность, оборачиваемость активов.

The article considers existing methods of business activity, their critical assessment. The author suggests his own approach to the assessment of business activity.

Keywords: business activity, efficiency, asset turnover.

В условиях глобализации, интернационализации, усиления конкуренции, а также при постоянных изменениях в отечественном законодательстве, а также перехода России на международные стандарты учета и отчетности, возникает необходимость совершенствования аналитического процесса, его организационных и методических положений для решения проблем управления деловой активностью промышленного предприятия.

Являясь важнейшей характеристикой функционирования коммерческой организации, деловая активность может быть оценена с помощью ряда показателей, а, следовательно, является объектом экономического анализа.

Анализ деловой активности проводится на двух уровнях – с применением качественных и количественных показателей.

Качественные показатели деловой активности - это широта рынков сбыта продукции (внутренних и внешних); деловая репутация предприятия,

выражающаяся в частности, в известности клиентов, пользующихся услугами данного предприятия; конкурентоспособность продукции, наличие постоянных поставщиков и потребителей; степень выполнения плана, обеспечение выполнения поставленных задач. Такие неформализованные критерии необходимо сопоставлять с аналогичными параметрами конкурентов, функционирующих в данной отрасли или сфере бизнеса.

Количественные критерии характеризуются относительными и абсолютными показателями - коэффициентами оборачиваемости и рентабельности.

Обзор методик приведен в таблице 1.

Таблица 1

Существующие подходы к содержанию системы показателей анализа деловой активности коммерческой организации

Автор методики	Показатели	Комментарии
В.В. Ковалев	1. Оценка степени выполнения планов, норм, нормативов и прочее. 2. Оценка динамичности развития фирмы (100% < Тс < Тг < Тр, где Тс – темп изменения активов; Тг – темп изменения выручки; Тр – темп изменения прибыли; приемлемый темп роста Е0 Р g r = , где Рг – реинвестированная прибыль; Е0 – собственный капитал на начало периода). 3. Оценка уровня эффективности использования ресурсов (фондоотдача, производительность труда, оборачиваемость активов и их отдельных элементов, продолжительность операционного цикла)	Наиболее емкая и удачная система показателей анализа деловой активности, учитывающая как выполнение плановых заданий (в том числе по центрам ответственности), так и эффективность использования ресурсов. С позиции доступности информации расчетные процедуры осуществляются как внутренними, так и внешними аналитиками
В.В.Бочаров	1. Качественные критерии (широта рынков сбыта, деловая репутация, конкурентоспособность и проч.). 2. Абсолютные критерии деловой активности (объем продаж, прибыль, величина авансированного капитала). 3. Относительные показатели деловой активности (коэффициенты оборачиваемости и период оборота активов и обязательств (см. п. 3))	Достоинством методики является включение в систему показателей качественных и количественных индика-торов деловой активности. При этом последние разделяются на абсолютные и относительные. Недостаток – отсутствие систематизации и критериальной оценки качественных и абсолютных показателей

А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев	Коэффициенты деловой активности: К общей оборачиваемости капитала (Ccp N), К оборачивае мости материальных оборотных активов (Zcp N), К оборачиваемости дебиторской задолженности (a cp r N), средний срок оборота дебиторской задолженности (365/К оборачиваемости дебиторской задолженности), К оборачиваемости кредиторской задол- женности (a cp r N) и др., где N – выручка от продаж за период; Ccp – среднегодовой остаток активов; Zcp – среднегодовой остаток материальных оборотных активов; r a cp – средняя за период дебиторская задолженность; r p cp г р – средняя за период кредиторская задолженность	Концепция приведенной системы показателей – постановка деловой активности организации в прямо пропорциональную зависимость от периода оборачиваемости активов и обязательств компании, а также операционного цикла. К недостаткам методики можно отнести несправедливое отождествление деловой активности и оборачиваемости. Считаем, что оборачиваемость – лишь часть характеристики деловой активности в контексте ее операционного компонента.
Л.В.Донцова, Н.А. Никифорова, О.В. Ефимова, М.В. Мельник, Е.С. Стоянова	Коэффициенты оборачиваемости различных активов и обязательств. Расчет периода их оборачиваемости в днях. Расчет продолжительности операционного цикла (Период оборачиваемости запасов + Период оборачиваемости дебиторской задолженности)	Авторы допускают упрощение в методике расчета, что ведет к неточностям и зачастую откровенным ошибкам. Кроме того, имеющиеся методики не включают денежно-потоковых индикаторов, наиболее реально отражающих уровень деловой активности

Представим модель оценки деловой активности, которая, на наш взгляд, более комплексно позволит изучить данную категорию и осуществить поисх резервов роста деловой активности компании (см. рис.1).

Рис.1.Схема системного подхода к комплексному анализу и оценке деловой активности

Системные (существенные, затрагивающие базовые характеристики деловой активности) недостатки традиционных методик проявляются в следующем:

1. Происходит отождествление деловой активности и оборачиваемости. В то же время инвестиционная и финансовая виды деятельности, играющие весьма заметную роль в общей деловой активности, остаются нераскрытыми. Это противоречит определению и внутреннему содержанию деловой активности.

2. Ни одна из рассмотренных методик не включает расчета и анализа денежно-потоковых показателей. Главное преимущество анализа денежных потоков в контексте анализа деловой активности состоит в адекватной

иллюстрации финансового положения и активности хозяйствующего субъекта в разрезе учетных видов деятельности.

3. Стандартные методики анализа деловой активности не обеспечивают различных заинтересованных пользователей необходимой информацией.

Представленная нами схема определяет состав системы показателей и содержание комплексного анализа деловой активности компании и отвечает ряду требований:

1) комплексно характеризует все виды деятельности компании, включая маркетинговую, инвестиционную, операционную и финансовую;

2) предложенный алгоритм является универсальным, не зависящим от отраслевой принадлежности, размера компании и ее организационно-правовой формы.

Использованные источники:

1. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. -М.: Издательство «Дело и Сервис», 2014. - 336 с.
2. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. - М.:ПБОЮЛ Гриженко Е.М.,2014. – 424с.
3. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. – М.:Инфра-М, 2013.-237с.

Зайко А.Г.
аспирант
кафедра корпоративных финансов и оценки бизнеса
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
Россия, г. Санкт-Петербург

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ОТЧЕТА О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ НА ПРЕДПРИЯТИИ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ

В статье рассматриваются особенности финансово-хозяйственной деятельности предприятий энергетического машиностроения. Среди них выделяются большой масштаб и многозадачность деятельности, а также преобладание долгосрочных контрактов. Анализ и прогнозирование денежных потоков является важным инструментом для обоснования текущего положения компании и принятия управленческих решений.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, денежные потоки, прогнозирование денежных потоков, дисконтирование, энергетическое машиностроение.

The article discusses features of financial and economic activity in power engineering enterprises. Most common are large scope and wide range of activities, as well as the prevalence of long-term contracts. Analyzing and forecasting cash flows is an important tool for the rationale of current company's

situation and management decisions.

Keywords: financial management, cash flow, cash flow forecasting, discounting, power engineering.

В период глобальной экономической нестабильности перспектива участия отечественных компаний в масштабных международных проектах видится одной из приоритетных задач, как российского государства, так и крупного бизнеса. В нашей статье мы хотели бы обратить внимание на одну из стратегически важных промышленных отраслей – сферу энергетического машиностроения. Предприятия, относящиеся к комплексу энергетического машиностроения, занимаются выпуском основного и вспомогательного оборудование для тепловых, гидравлических, атомных, и газотурбинных электростанций, а также промышленной энергетики.

Необходимо обратить внимание на ряд особенностей ведения бизнеса в данной сфере, которые обуславливают формирование критериев при принятии финансовых решений менеджментом организаций.

Особенностью энергомашиностроительного бизнеса является преобладание долгосрочных контрактов в части оборудования собственного производства. Выручка и прибыль определяются поэтапно, при этом этапом служит календарный месяц. Компанией используется достаточно точная система для определения степени готовности продукции (коэффициент продвижения).

Необходимо также учитывать, что продукция энергетического машиностроения является основой воспроизводства основных производственных фондов (ОПФ) для всех отраслей народнохозяйственного комплекса. Строительство и оборудование электростанций в силу своей специфики, впоследствии превращается в ОПФ для конечного потребителя, которые далее направляются на производство продукции всех отраслей. Также, продукция энергетического машиностроения отличается большим разнообразием, постоянным усовершенствованием имеющихся технологий, высокой точностью изготовления, многодетальностью.

Изучив данные параметры, мы хотим отметить, что обеспечение платежеспособности такого сложного комплекса, как энергомашиностроительное предприятие невозможно без прогнозирования будущих денежных поступлений.

По мнению специалиста в области менеджмента крупных машиностроительных предприятий Франклина Фишера, экономическую эффективность управления можно оценить через размер денежного потока, который еще необходимо получить, дисконтированного до текущей стоимости. Эффективность управления, привязанная к дисконтированному денежному потоку, «выступает следствием достижений и действий в перспективе, которые будут реализованы с течением времени» [3, 248].

Метод дисконтирования денежных потоков широко используется энергомашиностроительными предприятиями для определения приведенной

величины будущих поступлений и расходований денежных средств, при этом ставка дисконтирования для разных целей определяется решением руководства компаний в результате анализа исторических данных, как из внутренних, так и из внешних источников [2, 117].

В данном случае необходимо определить текущую ценность будущего денежного потока, что может быть формализовано формулой 1 [4, 61]:

$$PVt = \frac{NCF_t}{(1+i)^t}, \quad (1)$$

где PVt —ценность сегодняшней суммы в данном году;

NCF —чистый денежный поток;

i — годовая процентная ставка (или ставка дисконтирования);

t — количество лет от настоящего момента до момента расчета будущей ценности.

В нашем исследовании речь пойдет о крупнейшей, и поэтому крайне важной в стратегическом плане для нашей страны, энергомашиностроительной компании ПАО «Силовые машины». Данная компания занимает 4-е место в мире по объему установленного оборудования, а также является крупнейшим в России инженерно-конструкторским центром в области энергомашиностроения. Компания имеет значительную долю в объеме установленного оборудования в РФ и СНГ, которая составляет около 60% [5] .

Применим рассмотренную выше формулу для расчета дисконтированного денежного потока для ПАО «Силовые машины» (таблица 1), примем ставку дисконтирования равной 12% ежегодно, шаг один год.

Период	1 год	2 год	3 год	4 год	Итого
Чистый денежный поток, NCF	1 378 961	(7 295 412)	2 527 349	(1 556 749)	(4 946 851)
Ставка дисконтирования, %	12	12	12	12	
Дисконтированный денежный поток, PV	1 230 721 (2)	(5 815 858) (3)	1 798 917 (4)	(989 342) (5)	(3 775 562)

Таблица 1. Расчет значений дисконтированных денежных потоков PV, тыс. руб.

1 230 721 = 1 378 961 / (1+0,12) (2)

(5 815 858) = (7 295 412)/ (1+0,12)2 (3)

1 798 917 = 2 527 349/ (1+0,12)3 (4)

(989 342) = (1 556 749)/ (1+0,12)4 (5)

Изучим данные консолидированного отчета о движении денежных средств по данным РСБУ компании ПАО «Силовые машины» (таблица 2).

Наименование показателя	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2015 г. в % к 2013 г.
Положительный денежный поток	59 321 689	84 783 011	68 708 405	15,82%

Отрицательный денежный поток	(66 617101)	(82 255 662)	(70 265 154)	5, 49%
Чистый денежный поток	(7 295 412)	2 527 349	(1 556 749)	-

Таблица 2. Динамика денежных потоков ПАО «Силовые машины», тыс. руб. [6]

К денежным средствам и денежным эквивалентам в Компании относят переводы в пути, денежные средства в кассе и на счетах в банках, депозиты сроком менее трех месяцев, как в рублях, так и в иностранной валюте.

Показатель	**2013 г.**	**2014 г.**	**2015 г.**
Остаток денежных средств на начало года	11 617 223	3 739 721	6 311 894
Чистый денежный поток по операционной деятельности	1 292 288	36 950	(11 551 202)
Чистый денежный поток по инвестиционной деятельности	(12 083 940)	(2 392 511)	11 467 581
Чистый денежный поток по финансовой деятельности	2 866 240	4 882 910	(1 473 128)
Чистое изменение денежных средств	(7 295 412)	2 527 349	(1 556 749)
Остаток денежных средств на конец года	3 739 721	6 311 894	5 022 329

Таблица 3. Анализ движения денежных средств по видам деятельности ПАО «Силовые машины», тыс. руб. [6]

К одной из важнейших функций оптимизации денежных потоков можно отнести их анализ и обоснование крупных движений по потокам.

По результатам анализа движения денежных средств по видам деятельности (таблица 3) мы можем наблюдать разнонаправленную динамику изменения чистых движений денежных потоков за три отчетных года. Данные явления в первую очередь вызваны значительными изменениями в структуре бизнеса и его активным развитием.

Так 25 ноября 2009 года Правительство Санкт-Петербурга приняло постановление о проектировании и строительстве нового завода Общества, который получил статус стратегического объекта для города [1]. В 2013 году начата эксплуатация первого пускового комплекса, что объясняет, в частности, значительные увеличивающиеся затраты на операционную деятельность компании с 2013 по 2015 год.

При анализе денежных потоков от финансовой деятельности необходимо принимать во внимания значительные инвестиции в акции дочерних и зависимых компаний, которые ежегодно осуществляет ПАО «Силовые машины». Так в 2015 году сумма вложений в пакеты акций различных предприятий составила 332 348 тыс. руб., а в 2014 году соответствующая сумма составила 2 106 382 тыс. руб.

Кроме того стоит учитывать значительное (более 267 млн. руб.) влияние курсовых разниц на величину фактического остатка денежных средств на конец года. Данный эффект вызван, как активным использованием валютных счетов, так и заключением международных

контрактов в иностранной валюте.

Таким образом, формирование, равно как и прогнозирование денежных потоков Компании, должно обеспечиваться в тесном сотрудничестве с Управлением стратегического планирования, которое отвечает за инвестиции в дочерние общества Компании.

Кроме того, существуют отдельные статьи отчета о движении денежных средств, на которые стоит обратить особое внимание при прогнозировании будущих денежных потоков, среди них статьи по которым учитываются аннуитеты, которые во многом обеспечивают сбалансированность отчета о движении денежных средств.

В то же время стоит обратить особое внимание на контракты, заключаемые энергомашиностроительным предприятием, а также валюту контракта, потому как на них базируется основная выручка холдинга.

Таким образом, при принятии управленческих решений в энергомашиностроительной компании, необходимо опираться на особенности положения данной отрасли в России. При этом важным инструментом является анализ и прогнозирование денежных потоков компании, которое позволяет, как обосновать текущую платежеспособность, так и определить вероятное положение предприятия в будущем.

Использованные источники:

1. Закон Санкт-Петербурга № 742-136 «О стратегических инвестиционных проектах, стратегических инвесторах и стратегических партнерах Санкт-Петербурга» от 03.12.2009;
2. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 560 с.;
3. Мейер М. Оценка эффективности бизнеса. М.: Вершина, 2004, 314с.;
4. Макарова В. И., Явкина М. Г. Прогнозирование денежных потоков как инструмент управления денежными средствами / Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. 2010. № 1. С. 60–62;
5. Официальный сайт компании ПАО «Силовые машины» URL: http://www.power-m.ru/company/;
6. Официальные данные отчета ПАО «Силовые машины» по РСБУ http://www.power-m.ru/upload/iblock/151/pm_fs_rap_2015m12_final-audited.pdf.

Золотухина Н.С.
студент 3 курса
направление «Экономика»
Зюзина Н.Н., к.э.н.
доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ
Россия, г. Липецк

ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА РЫНКЕ

VIRAL MARKETING AS A MEANS OF PRODUCTS PROMOTION IN THE MARKET

Аннотация: статья посвящена вирусному маркетингу. В наше время большинство традиционных методов маркетинга уступают свои позиции альтернативным. Именно к таким относится вирусный маркетинг, который обретает все большую популярность. В статье раскрывается содержание понятия «вирусный маркетинг», рассматриваются его основные проблемы.

Annotation: the article is devoted to viral marketing. In our time the majority of traditional marketing methods yield their positions to the alternative. It refers to such viral marketing, which is becoming increasingly popular. The article reveals the concept of "viral marketing", considers its main problems.

Ключевые слова: вирусный маркетинг, реклама, видеоролики, интернет, баннер.

Keywords: viral marketing, advertising, videos, internet, banner.

Не все вирусы одинаково вредны. Компьютерные вирусы уничтожают гигабайты нулей и единиц со всеми вытекающими последствиями. Биологические вирусы несколько раз в год влияют на работоспособность населения одной седьмой части суши. А маркетинговые вирусы… приносят прибыль. Это — вирусный маркетинг в действии. Хотя в неумелых руках «опытных» маркетологов могут принести такой вред, какой не снился ни хакерам, ни микробиологам.

В наше время большинство традиционных методов маркетинга уступают свои позиции альтернативным. Именно к таким относится вирусный маркетинг, который обретает все большую популярность. Именно поэтому, информация о том, в чем заключается его суть, и какую пользу организации может принести, является очень актуальной8.

[8] Созонова Л.А., Петрова О.А. «Вирусный маркетинг» // Журнал «Актуальные проблемы авиации и космонавтики». 2010. № 6. том 2. [Электронный ресурс]. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/virusnyy-marketing (дата обращения: 30.09.2016).

Вирусный маркетинг9 – это общее название различных методов распространения рекламы, которые характеризуются распространением в прогрессии, близкой к геометрической, где главными распространителями информации являются сами получатели информации, путём формирования содержания, способного привлечь новых получателей информации за счет яркой, творческой, необычной идеи или с использованием естественного или доверительного послания. Другими словами, чем больше человек получает такую рекламу, тем быстрее и эффективнее она распространяется. Не следует путать вирусный маркетинг с сетевым маркетингом.

С первого взгляда, кажется, что это наиболее эффективный способ рекламы – вложения минимальны, а отдача огромная. Однако есть ряд «НО», которые до сих пор не сделали вирусный маркетинг основным видом рекламы.

Люди в последнее время становятся все менее восприимчивые к рекламе. Да, они записывают определенную информацию к себе в память, но используют ее далеко не всегда. Более того, иногда плохая реклама может даже оттолкнуть людей от определенного продукта.

Вся прелесть вирусного маркетинга заключается в том, что он не воспринимается как реклама. Некая информация передается из уст в уста, и в конечном счете получающие ее люди воспринимают это как личный опыт, а не рекламу. А доверие личному опыту другого человека гораздо выше, чем рекламе по телевизору.

Основные способы распространения «вирусной рекламы».10

К основным, существующим на сегодняшний день, способам продвижения такой рекламы относят:

- интернет: социальные сети, сообщества по интересам, блоги, фото и видео хостинги, личные сайты, электронная почта;
- другие индивидуальные коммуникации, фокус группы, печатные рекламные акции, телевидение;
- ambient media - визуальное сообщение. В этом случае уместно использование ресурсов окружающей среды.

Распространение вирусного маркетинга посредством интернет является самым действенным и быстрым способом продвижения товаров на рынке. Для этих целей, «всемирная паутина» представлена большим количеством различных площадок для осуществления общения в реальном времени: социальные сети, форумы, онлайн чаты, email и т.д.

Наравне с интернет, действенным способом вирусного продвижения считается зрительное сообщение. В данном случае по максимуму

---

[9] Вирусный маркетинг [Электронный ресурс]. URL: http://gbs.com.ua/ru/internet-marketing/internet-virus-marketing/ (дата обращения: 30.09.2016).

[10] Вирусный маркетинг - прогресс в рекламном бизнесе [Электронный ресурс]. URL: http://ikostos.ru/marketing--reklama--pr/virusnyj-marketing---progress-v-reklamnom-biznese-118/ (дата обращения: 01.10.2016).

используются возможности окружающей среды. В этом контексте можно привести несколько нестандартных и креативных вариантов: дорожные люки, на которых изображен распространяемый логотип или изображенный рекламированный продукт на лавочках в сквере…

В целом, «вирусная реклама», благодаря современным технологиям, может иметь разнообразные форматы, такие, как:

- тексты разных жанров;
- баннера;
- тематические видеоролики, видео-реклама;
- различные флэш-заставки;
- фотоснимки и фотокарточки.

Вирусная реклама может быть представлена текстом, фото или видеороликом. Лучше всего распространяются видеоролики. Хуже всего – текст. Именно из-за этого, сегодня текстовой вирусной рекламы отыскать практически невозможно. Зато вирусных видео – хоть отбавляй![11]

Главная задача[12] вирусного маркетинга вовсе не разрекламировать какой-то товар, а заинтересовать потребителя. Очень важно, чтобы ему понравился вирусный ролик, и он захотел им с кем-то поделиться, а уже реклама вещь второстепенная. Отличным примером вирусных рекламных роликов является реклама с Каннского кинофестиваля: оригинальная, с чувством юмора и неожиданным финалом. И не столько важна сама реклама, сколько содержание ролика. И именно такими роликами любят друг с другом делиться друзья.

Что же нужно вирусной рекламе для привлечения внимания? Конечно же – сюжет. В ролике должна рассказываться какая-то история, пускай и самая простая.

Сам ролик должен быть либо страшным, либо провокационным, либо заразительным, либо веселым или абсурдным.

Как уже упоминалось выше, в вирусном маркетинге существуют свои проблемы. Главная из них – перенасыщенность рынка вирусной рекламы. На том же YouTube уже десятки тысяч роликов с вирусной рекламой, каждый из которых заслуживает внимания. Естественно, чем больше их будет возникать в дальнейшем, тем слабее будет ударная волна, а значит и скорость распространения. Представьте себе ситуацию, когда человек посмотрел интересный ролик, захотел поделиться им с другом, но вместо этого решил посмотреть еще один ролик, который ему понравился больше. В итоге он отправляет своему знакомому лишь один – второй ролик.

По этой же причине растет и конкуренция. Уже мало быть просто хорошим вирусным роликом. Хороших и так слишком много. Нужно

---

[11] Что нужно знать о вирусном маркетинге [Электронный ресурс]. URL: http://basinform.ru/biznec/samoe-glavnoe-o marketinge/1134to_takoe_virusnyj_marketing.html (дата обращения: 24.09.2016).

[12] Логвина Ю.М., Щербань Ю.В. «Особенности вирусного маркетинга» [Электронный ресурс]. URL: http://www.be5.biz/ekonomika1/r2010/01726.htm (дата обращения: 24.09.2016).

отличаться от остальных своим вызовом публике.

Именно по этой же причине нельзя отказываться от обычной рекламы в пользу вирусной. Это хорошо для начинающей компании, и плохо для той, которая уже долго существует на рынке.

Вирусный маркетинг прекрасный способ продвижения, но, как и любой другой, он требует тщательного планирования, длительного выстраивания дружеских отношений с клиентами и понимания сути проблемы. Существует не мало примеров, когда данный метод работал против самой фирмы и слухи о его «нечистоте» разносились с огромной скоростью, хотя предполагалось, что это принесет прибыль. Вирусный маркетинг подвергается множественной критикой. Это говорит о том, что не одна маркетинговая техника не может быть универсальной. Будущее рекламы должно строиться на интеграции традиционных и альтернативных методах рекламы.

Использованные источники:

1. Вирусный маркетинг - прогресс в рекламном бизнесе [Электронный ресурс]. URL: http://ikostos.ru/marketing--reklama--pr/virusnyj-marketing---progress-v-reklamnom-biznese-118/ (дата обращения: 01.10.2016).
2. Вирусный маркетинг [Электронный ресурс]. URL: http://gbs.com.ua/ru/internet-marketing/internet-virus-marketing/ (дата обращения: 30.09.2016).
3. Зюзина Н.Н. Поведение потребителей и вирусный маркетинг // Н.Н. Зюзина, О.И. Юдин // Экономика и управление: сб.науч. статей Всеросс. науч.-практ. конф. – Тамбов-Липецк, Изд-во Першина Р.В. – 2011. – 6 с.
4. Логвина Ю.М., Щербань Ю.В. «Особенности вирусного маркетинга» [Электронный ресурс]. URL: http://www.be5.biz/ekonomika1/r2010/01726.htm (дата обращения: 24.09.2016).
5. Созонова Л.А., Петрова О.А. «Вирусный маркетинг» // Журнал «Актуальные проблемы авиации и космонавтики». 2010. № 6. том 2. [Электронный ресурс]. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/virusnyy-marketing (дата обращения: 30.09.2016).
6. Что нужно знать о вирусном маркетинге [Электронный ресурс]. URL: http://basinform.ru/biznec/samoe-glavnoe-o marketinge/1134to_takoe_virusnyj_marketing.html (дата обращения: 24.09.2016).

Зюзина Н.Н., к.э.н.
доцент
Загорская Е.А.
студент 3 курса
направление «Экономики»
Финансовый университет при Правительстве РФ
Россия, г. Липецк

TROUBLE-SHOOTER КАК СИМБИОЗ МАРКЕТИНГА И ПОЛИТТЕХНОЛОГИЙ

TROUBLE-SHOOTER AS A SYMBIOSIS OF MARKETING AND POLITICAL STRATEGIES

Ключевые слова: трабл-шутер, тонкости профессии трабл-шутер, трабл-шутер в России, основные качества профессии трабл-шутер, гениально простые решения трабл-шутера

Keywords: trouble-shooter, subtleties profession trouble-shooter, trouble-shooter in Russia, the main quality of the profession trouble-shooter, ingeniously simple solutions trouble-shooter

Аннотация: в статье представлен авторский взгляд на профессию трабл-шутер - это человек, который решает «неразрешимые» проблемы, связанные с поиском новых конкурентных преимуществ, разработок и внедрений на рынке новых товаров и услуг

Annotation: the article presents the author's view on the profession Trouble shooter - a man who decides to "unsolvable" problems associated with the search for new competitive advantages, developments and implementations in the market of new products and services

Самые успешные предприниматели и лучшие компании сталкиваются с проблемами всей своей жизни. В такой ситуации выход только один – тратить баснословные деньги, устраивать ежедневные «мозговые штурмы» себе и своим коллегам, но все это может в итоге оказаться абсолютно безрезультатно. И тогда на помощь отчаявшимся бизнесменам и просто людям, оказавшимся в тяжелой ситуации, приходят они – люди, способные решить любую проблему и при этом неплохо заработать себе на жизнь.

Trouble-shooter –профессия достаточно редкая, ее выбрали не больше 100 человек во всем мире. Трабл-шутер – это человек, который решает «неразрешимые» проблемы [1]. Но, возможно, именно этот факт позволяет получать экспертам в области улаживания проблем гонорары, доходящие до 100 000$ в час. Можно представить, насколько сильно они востребованы, да и график их работ расписан на много месяцев вперед. Тонкости этой

профессии в том, что право на ошибку абсолютно исключено, все предложенные методы должны сулить только одно – желаемый результат. Чем больше успешных проектов, тем выше рейтинг трабл-шутера. Поэтому, найдя умелого работника, заказчик уже никогда его не поменяет, а, скорее всего, будет рекомендовать друзьям.

Работа эта всегда связана с частыми переездами и перелетами. В мире достаточно мест, где возникает множество нерешенных вопросов, требующих скорейшего разрешения. В основном, клиентами таких людей являются крупные корпорации, но бывают и случаи работы с частными лицами.

Трабл-шутер – это человек, который способен найти общий язык со всеми заинтересованными сторонами в компании, со всеми отделами, может услышать их и донести им общую идею. Трабл-шутер как антибиотик широкого спектра действия. Для большей наглядности приведем несколько примеров.

Не так давно в Америке существовали две крупные фирмы, занимающиеся изданием справочников «желтые страницы» каждый месяц. Конечно, вдвоем на этом рынке им было тесно, поэтому для вытеснения друг друга они использовали весь арсенал грязной борьбы: демпинг, черный пиар, переманивание работников. Однако ничего не помогало, и фирмы долгое время оставались непримиримыми соперниками друг другу. Причем офисные работники покупали сразу два справочника, совершенно не оценивая при этом их качество и не выделяя какой-либо из них. Все изменилось, когда одна из компаний прибегла к помощи trouble-shooter.

Изучив вопрос и взяв немного времени на раздумья, профессионал рекомендовал выпустить справочник меньшего формата, но с тем условием, что информации, содержащейся в нем, будет ровно столько же.

Забрав причитающийся гонорар, находчивый трабл-шутер отправился за новыми проблемами. Как отразилось его предложение на решении проблемы? Вторая фирма разорилась в самый короткий срок, а победа в войне конкурентов была одержана издательством, прибегнувшим к услугам trouble-shooter.

Решение оказалось гениально простым. Люди всегда будут класть более толстый, но меньший по формату справочник сверху другого. А значит и пользоваться им будут гораздо чаще. В итоге, спустя месяц, большинство заметили, что постоянно пользуются лишь одним справочником, а второй даже не открывают. Поэтому и покупать его не было смысла.

Компания Nike создала производство спортивных кроссовок в бедной африканской стране. На работу за небольшую плату стали нанимать местное население. Главный просчет заключался в том, что каждый из работников стал красть конечную продукцию. В скором времени все жители окрестных поселков стали ходить в современных кроссовках, каждая пара из которых

равнялась их годовой зарплате.

Решение установить пропускной пункт тоже не решило проблемы – охранник был местным и просто за проход "собирал дань" кроссовками. Не решили проблему ни видеокамеры, ни увольнения. Единственный выход был – полностью свернуть производство. Но это огромные деньги, а компания итак уже сильно потратилась и на оборудование, и на системы охраны, не говоря уже о зарплате, которая платилась не только работникам, но и новым, европейским, охранникам.

Приглашенный трабл-шутер выслушал ситуацию и, как гласят легенды, сразу же ее решил. Он предложил компании Nike создать еще одну фабрику в соседней стране. Чтобы тут производились кроссовки исключительно для левой ноги, а на другом предприятии для правой. Естественно, первое время кражи продолжались, но потом полностью прекратились. В такие кроссовки только одноногих одевать.

Как видно по двум примерам, два решения были гениально просты, но мало кто смог бы до них додуматься. Именно за это трабл-шутеры и получают свои баснословные гонорары. Кстати, в одиночку трабл-шутеры работают редко. В основном это целая группа людей, которая решает проблему с помощью мозгового штурма. В примерах же они представлены одиночками лишь для красочности ситуации.

Однако, что касается Trouble-shooter в России, то представители данной профессии сочетают в себе таланты антикризисных управляющих, маркетологов, политтехнологов и лоббистов. Довольно часто их называют упрощенно кризис-менеджерами, но это не совсем так. Кризис-менеджер - это конвейер, трабл-шутер – бутик [2].

В России трабл-шутер по-русски – это симбиоз маркетинга и политтехнологий.

Мы пока живем не в стране корпоративных брендов, мы живем в стране персоналий. Крупный бизнес персонифицирован, его лоббисты встроены в госаппарат, большинство ключевых решений принимается кулуарно. На четком понимании законов данной среды и интересов основных ее игроков строится 80% успешной работы российского трабл-шутера [3].

Последние пару лет политтехнологии мутировали. Работа эффективного политтехнолога по сути превратилась в работу лоббиста. Времена креатива и агитационной работы с электоратом ушли в прошлое. Появилось больше возможностей добыть победу своему кандидату еще до его вступления в активный выборный процесс.

Но не стоит полагать, что под профессией трабл-шутера предполагается дешевый маскировщик проблем. Креативность, ясность ума и целеустремленность – вот основные качества работника этой профессии. На трабл-шутеров пока нигде не учат. Эта профессия появилась сама по себе. Гипервнимательный человек способен взглянуть на проблему под

другим углом, его мозг не засорен знаниями о процессе производства или схемах работы предприятия, и благодаря этому он способен найти необычное, но абсолютно верное решение.

Использованные источники:

1. Зюзина Н.Н. Маркетинговые коммуникации. Учебное пособие // Зюзина Н.Н. – Липецк, ЛКИ. – 2012. – 65 с.
2. Зюзина Н.Н. Поведение потребителей и вирусный маркетинг // Н.Н. Зюзина, О.И. Юдин, // Экономика и управление: сб. науч. статей Всеросс. науч.-практ. конф. – Тамбов-Липецк, Изд-во Першина Р.В. – 2011. – 6 с.
3. Трабл-шутер по-русски. [Электронный портал]. URL: http://b-mag.ru (дата обращения 01.10.2016).

Зюзина Н.Н., к.э.н.
доцент
Фурсова А.А.
студент 4 курса
направление – экономика
Финансовый университет при правительстве РФ
Россия, г. Липецк

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА КОМПАНИИ
MARKETING INSTRUMENTS OF FORMING AND DEVELOPMENT OF THE HUMAN CAPITAL OF THE COMPANY

В статье исследуется проблематика маркетингового подхода к управлению человеческим капиталом. Автор анализирует основные значимые вопросы в данной сфере.

In article the perspective of marketing approach to human capital management is researched. The author analyzes the main significant questions in this sphere.

Ключевые слова: маркетинговые инструменты; человеческий капитал; инвестиции; репутационный капитал; медицинское страхование; производственный менеджмент здоровья; здоровьесбережение; менеджмент здоровьесбережения; превентивный менеджмент; абсентеизм.

Keywords: marketing tools; human capital; investments; reputation equity; medical insurance; production management of health; health-saving; management of a health-saving; preventive management; absenteeism.

Концепция маркетингового управления инвестициями в человеческий капитал компании может быть рассмотрена через призму традиционного комплекса маркетинга («4Р»: product, price, place, promotion) (табл. 1).

Таблица 1

Маркетинговые инструменты в контексте инвестиций в человеческий капитал

4Р	4Р инвестиции в человеческий капитал

	С позиции сотрудника	С позиции компании
Продукт	Нужды человека. Личные особенности. Индивидуальность	Должность и содержание работы сотрудника: насколько потребительские свойства этого продукта (временной график, содержание и характер работы, ее объем, уровень самостоятельности в принятии решений и пр.) соответствуют ожиданиям персонала и отвечают требованиям целевого рынка
Цена	Уровень дохода	Инвестиции в человеческий капитал сотрудников. Стоимость материальных, социальных и иных благ, получаемых сотрудниками за свою работу
Место	Передача и распространение знаний, привычек и опыта	Правильное распределение сотрудников и поручаемой им работы внутри организации, прежде всего, с точки зрения эффективности организационной структуры и распределения задач, прав и ответственности
Продвижение	Общение для привлечения интереса и внимания к индивидуальным и профессиональным особенностям человека	Создание системы эффективных маркетинговых коммуникаций между всеми сотрудниками компании, а также внешних коммуникаций – с клиентами, поставщиками, посредниками, конкурентами и другими актуальными участниками бизнес-процессов компании

Здоровье в процессе производства выступает производственной силой, индивидуальным и коллективным фактором успеха. Для компании важно беречь здоровье сотрудников на всем протяжении их трудовой деятельности, предупреждать ухудшение состояния здоровья, не допускать превращение здоровья из фактора успеха в проблему для организации и самого работника. Здоровье сотрудника – общая ценность работника и работодателя.

Инвестирование в здоровье приобретает приоритетное направление там, где начинается конкурентная борьба за человеческие ресурсы, вес социального пакета приобретает особую значимость. Чем шире и мощнее его структура, тем больше у работодателя шансов выиграть битву за ценного специалиста. И один из самых весомых аргументов в этой борьбе становится ДМС.

Законодателями мод в сфере корпоративного страхования являются западные компании. И прежде всего потому, что имеют хорошо отлаженные схемы работы с этой формой соцпакета. Ведь застраховать персонал – еще пол дела. Важно уметь правильно администрировать страхование – продумать, какие группы сотрудников и на какой объем услуг застраховать, как выбрать компанию-страховщика, медицинское учреждение, как отслеживать качество обслуживания персонала и т.д.

Компании не всегда оплачивают 100% стоимости полиса ДМС. Как

правило, организация берет на себя оплату определенного базового тарифа. Если сотрудники хотят пользоваться дополнительными услугами, например, лечится в стоматологической поликлинике или получать какие-то лечебные процедуры, то в рамках корпоративного страхования могут делать это за свой счет. Это выгодно, так как обходится дешевле, чем самостоятельное лечение. Ведь компания, заключающая договор, получает скидки от базовой цены страхования.

Исследования британской компании Simplyhealth показало, что 76% работодателей не связывают заботу о здоровье сотрудников с повышением производительности труда. А среди финансовых директоров компаний этот показатель вообще достигает 86%. Однако немецкая компания Rasselstein GmbH относится к тем все еще немногочисленным предприятиям, которые поняли, что в стареющем обществе с возрастающими требованиями к работникам активная производственная политика сохранения здоровья становится центральным элементом управления предприятием с ориентацией на сотрудников. Основным источником расходов, связанных с болезнями, является обозримое количество хронических заболеваний. Они несут ответственность за психическое и физическое нарушение трудоспособности, дорогостоящую обработку и убыточное начисление досрочных пенсий. Профессиональный производственный менеджмент здоровья позволяет мотивировать здоровый образ жизни и конкурентоспособность сотрудников и предотвращать возникновение хронических заболеваний или существенно снижать их.

Демографические перемены наряду с экономикой с ее все еще высоким уровнем заболеваемости выступают в качестве основного двигателя активной производственной политики здоровья. Их предвидимые последствия для экономики и социальной системы страхования действительно очень значительны. Если предприятие пренебрегает развитием профессиональной системы менеджмента здоровья на производстве, то в будущем ему придется мириться с увеличением непродуктивного времени, уменьшением производительности, сокращением предложений от талантливых соискателей и возрастающими дополнительным расходами по заработной плате.

Экономические аспекты, такие как проценты, непроизводительное время, качество и удовлетворенность клиента существенно зависит от того, в какой степени здоровье как главное благо человека заслуживает внимание в мире труда. Укоренение охраны труда и тематики здоровья в производственной философии предприятий создает базис, на основании которого ведутся работы по сокращению количества несчастных случаев вплоть до видения концепции - «ноль несчастных случаев». Чтобы удовлетворять требованиям производительности и здоровья, объединение профсоюзов металлистов (VMBG) считает системы превентивного менеджмента подходящим инструментом для достижения этой цели в

долгосрочной перспективе.

Важным является учреждение менеджмента здоровья как процесса менеджмента. Определение цели, планирование и реализация мер, контроль, работало ли это, принципиально не является дорогой затеей, а, в первую очередь, вопросом подхода. В конечном счете, такой систематический подход даже экономит деньги, т.к. мероприятия планируются с указанием точной цели, а не льется вода. Ничего не предоставляется воле случая в отношении действия мероприятия.

Менеджмент здоровья оправдывает себя. Иногда введение производственного менеджмента здоровья собственными силами является непростым делом. Далее поможет внешнее инструктирование со стороны экспертов, которые дают полезные толчки «с высоты птичьего полёта». Это не обязательно поручать крупным институтам, часто в этом поможет компетентный модератор.

Целесообразным является сотрудничество и с другими предприятиями. Так, например, доклады по специальности на важные темы такие, как «Управление персоналом с соблюдением требований охраны здоровья» организуются совместно с меньшими расходами. И содержательный обмен помогает идти вперёд.

Использованные источники:

1. Автономов Ю.В. Моделирование морали как элемента внутренней мотивации индивидов и механизма коррекции провалов рынка. – М.: ГУ ВШЭ, 2006.
2. Рудольф Карл Майлер, Дуйсбургская Кристина Будде, Барбара Меллер/Габи Штаупе. Новые пути менеджмента здоровьесбережения / под ред. Дитера Кроль/Юрген Дзуджека, 2010.
3. Рудольф Карл Майлер, Дуйсбургская Кристина Будде, Барбара Меллер/Габи Штаупе. Профилактические меры по охране здоровья на предприятии / под ред. Дитера Кроль/Юрген Дзуджека, 2010.

Зюзина Н.Н., к.э.н.
доцент
Сушкова Ю.А.
студент 3 курса
направление «Экономики»
Финансовый университет при Правительстве РФ
Россия, г. Липецк

ХИТРОСТИ МАРКЕТОЛОГОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В СУПЕРМАРКЕТАХ

CUNNING MARKETERS, USED IN SUPERMARKETS

Ключевые слова: маркетинг, маркетолог, брендинг, реклама, выручка.

Keywords: marketing, marketing specialist, branding, advertising, revenue.

Аннотация: Маркетинг- это искусство и наука правильно выбирать целевой рынок, привлекать, сохранять и наращивать количество потребителей посредством создания у покупателя уверенности, что он представляет собой наивысшую ценность для компании», а также «упорядоченный и целенаправленный процесс осознание проблем потребителей и регулирования рыночной деятельности».

Annotation: Marketing is the art and science to choose the right target market to attract, retain and increase the number of consumers by providing the buyer confidence that it represents the highest value for the company" and also "the ordered and purposeful process of awareness of the problems of consumers and regulation of market activities."

Маркетинг является более древней наукой, чем это может показаться на первый взгляд. Он зародился еще в Древней Греции и Риме. С началом зарождения рынка и коммерции начали появляться маркетинговые элементы. А первые формы маркетинговой деятельности, такие как ценовая политика и реклама, начали зарождаться 6-7 тыс. лет назад, с возникновением рынка.13

Несмотря на то, что в современном мире маркетинг очень развит, а на каждом шагу мы слышим такие слова, как сегментирование, позиционирование или брендинг, многие даже не догадываются о чем идет речь, тем самым попадаясь на различные маркетинговые уловки.

В данной статье будут рассматриваться самые распространенные хитрости маркетологов используемые в супермаркетах.

Наверное, не раз, приходя домой, вы удивлялись, как могли купить тот или иной товар, который ну совершенно вам не нужен и шли вы вообще совершенно за другим. Нет, в этом нет никакой магии или гипноза, это отличный маркетинговый ход, на который «купились» не одни вы.

Красный цвет = скидка.14

Все мы привыкли, что яркие красные или желтые ценники ассоциируются у нас со скидкой. Уже приближаясь к магазину, в глаза бросаются яркие цвета и товары, которые являются, как мы думаем дешевыми и выгодными. Но не спешите покупать все эти товары. Просто может быть цена снижена не значительно, или не снижена вообще, и из-за ассоциации «красного ценника» мы купим этот товар.

Большая тележка = большие покупки.

Магазинные тележки были изобретены в 1938 году, и с тех пор ее размеры увеличились в 2 раза. Конечно же, тележка больше «потребительской корзины» среднестатистической семьи. Если вы идете по

[13] Воронкова О.В., К.В. Завражина, Р.Р. Толстяков и др. ; под общ. ред. О.В. Воронковой./ Маркетинг : учебное пособие / – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 120 с.

[14] Наумов В.Н. Маркетинг сбыта / Под научной редакцией профессора Багиева Г.Л. Научно-методическое пособие - СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 1999 - 84 с.

магазину, а ваша тележка полупустая, то на подсознательном уровне вам хочется ее заполнить. Может быть, чтобы не показаться бедным или же мы хотим равняться на других. Но если вы хотите поберечь свои деньги, и купить только то, что задумали, просто возьмите небольшую корзинку.

Все полезное на входе.

Если обратить внимание, то практически все магазины размещают на входе овощи, фрукты и другие полезные продукты. Делается это для того, чтобы потребитель сам неосознанно делал, то что «хорошо», а затем начал сам активно выходить за рамки дозволенного, покупая совершенно не нужные продукты. И чем больше вы тратите денег на полезные товары, вероятнее всего, вы возьмете и много вредного, например чипсы.

Молочные продукты в самом дальнем углу.

Вы когда-нибудь задумывались, почему такой нужный и самый распространенный продукт, как молоко, расположен в самом дальнем углу магазина, и это не связано с тем, что холодильники расположены именно там. Ответ очень прост, пока вы дойдете до молочных продуктов, обойдя практически весь магазин, в вашей корзине окажется еще множество различных товаров.

Свежесть фруктов и овощей в их блеске.

Довольно часто мы видим очень привлекательные, блестящие и чистые овощи, может даже сбрызнутые водой. Они притягивают наш взор и создают видимость свежести, а на самом деле, все это могло храниться на складе около месяца, а потом, возможно, будет лежать еще пару дней, прежде чем вы их используете в пищу.15

Запах выпечки превращается в голод.

Учеными было доказано, что запахи свежей выпечки возбуждают аппетит. Если вы хотите кушать, то на подсознательном уровне, вы купите больше товаров.

Некоторые производители могут устраивать дегустации товаров, и тем самым, вы еще помимо голода, будете чувствовать себя обязанными.

Запутать сложными ценами.

Кажется даже дети уже знают этот трюк с ценой 0,99р, ведь это же меньше чем 1 рубль, и та самая копейка «вырастает» до выгоды гигантских размеров, и рука уже сама тянется за «дешевым» товаром. Так же к этому можно отнести и жирно перечеркнутые старые цены, а рядом крупно стоят новые. Но если не полениться и посчитать разницу, то вы удивитесь, какая она незначительная.

Мелкие товары на кассе = большие покупки.

Товары на кассе и в предкассовой зоне относятся к «спонтанным покупкам». Батончики, жвачки, конфеты и другие мелочи мы покупаем, как награду за шопинг. Это последний способ продавца выудить из вас деньги. В

[15] Зюзина Н.Н. Маркетинговые коммуникации. Учебное пособие // Зюзина Н.Н. – Липецк, ЛКИ. – 2012.

любом случае вы засмотритесь на эти товары, ведь нужно как-то скоротать время, находясь в очереди. А на фоне крупных покупок, маленький батончик шоколада вообще не будет восприниматься как товар.

Существует еще множество уловок в супермаркетах, о которых мы знаем, но все равно попадаемся на них, а может, о некоторых даже не догадываемся.

Подводя итог, можно сказать о самом главном, когда мы идем в магазин лучше всего составить список покупок, чтобы сохранить свои деньги, придерживаться его. Так же не стоит смотреть на крупные и яркие ценники, считайте разницу между старой ценой и новой, она может быть незначительна. Приходите в магазин сытыми, так вы избежите покупки ненужных товаров. И старайтесь не попадаться на уловки супермаркетов.16

Использованные источники:

1. Воронкова О.В., К.В. Завражина, Р.Р. Толстяков и др. ; под общ. ред. О.В. Воронковой./ Маркетинг : учебное пособие / – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 120 с.
2. Наумов В.Н. Маркетинг сбыта / Под научной редакцией профессора Багиева Г.Л. Научно-методическое пособие - СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 1999 - 84 с.
3. Зюзина Н.Н. Маркетинговые коммуникации. Учебное пособие // Зюзина Н.Н. – Липецк, ЛКИ. – 2012.
4. Н.Н. Зюзина // Экономика и управление: сб.науч. статей Всеросс. науч.-практ. конф. – Тамбов-Липецк, Юдин О.И. Поведение потребителей и вирусный маркетинг // О.И. Юдин, , Изд-во Першина Р.В. – 2011. – 6 с.

Зяброва Н.П.
профессор
кафедра «Бухгалтерского учета»
Мотрошилова Т.В.
студент 4 курса
факультет «Учетно-финансовый»
Кривичев Д.А.
аспирант
кафедра «Бухгалтерского учета»
ФГБОУ ВО Кубанский государственный
аграрный университет имени И.Т. Трубилина
Россия, г. Краснодар

АРЕНДА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И МСФО

В статье рассмотрены сходства и различия аренды основных средств

[16] Н.Н. Зюзина // Экономика и управление: сб.науч. статей Всеросс. науч.-практ. конф. – Тамбов-Липецк, Юдин О.И. Поведение потребителей и вирусный маркетинг // О.И. Юдин, , Изд-во Першина Р.В. – 2011. – 6 с.

по российским и международным стандартам финансовой отчетности. Интеграция российской экономики в мировую хозяйственную систему, устанавливает объективную необходимость в построении бухгалтерского учета и отчетности в соответствии с положениями МСФО.

Ключевые слова: основные средства, аренда, российские стандарты бухгалтерского учета, МСФО, сравнение

The article discusses the similarities and differences of lease of fixed assets according to Russian and international financial reporting standards. Integration of Russian economy into the world economic system, establishes an objective necessity in the construction of accounting and reporting in accordance with the provisions of IFRS.

Key words: fixed assets, rent, Russian accounting standards, IFRS, comparison

Процесс внедрения экономики России в мировую хозяйственную систему в качестве ее непосредственной составляющей обусловливает необходимость построения системы бухгалтерского учета и бухгалтерской финансовой отчетности, которая будет отвечать требованиям международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) и требованиям рыночной экономики в процессе ее реформирования. Этот процесс обуславливает объективную необходимость в переосмыслении критериев, связанных с формированием учетной и отчетной информации, в более четком определении элементов бухгалтерской финансовой отчетности, в установлении взаимосвязи между ними, а также порядке их оценки и признания [4].

Поставленная проблема является актуальной, так как в период функционирования м-регулируемой экономики, непосредственное содержание элементов бухгалтерской финансовой отчетности было трансформировано и фактически, в результате чего не было востребовано. Бухгалтерская отчетность, несмотря на утвержденное требование доступности и открытости, часто была недоступна для внешних пользователей. Трансформация экономических и гражданско-правовых отношений в России, появление под воздействием конъюнктуры рынка новых заинтересованных пользователей и их требований к качеству бухгалтерской отчетности, вызвало потребность в насыщении ее элементов содержанием в соответствии с международными стандартами.

Помимо, понимания и внедрения в отечественную практику обозначенных в международных стандартах принципов бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности, для проведения успешных реформ системы бухгалтерского учета, необходимо реформировать систему его нормативного регулирования, в которой значительная роль отведена положениям по бухгалтерскому учету (ПБУ) [1].

Вопросам учета арендованных основных средств посвящен

международный стандарт финансовой отчетности МСФО (IAS) 17 «Аренда» («Leases»), который требует подходить процессу к признания и оценки арендованного актива с точки зрения передачи рисков и вознаграждений. В российской практике отдельного ПБУ, которое непосредственно посвящено учету арендных отношений, связанных с основными средствами, не существует. Некоторые вопросы аренды основных средств раскрываются в ПБУ 6/01 «Учет основных средств» (в ред. от 16.05.2016 г.) в части учета доходных вложений в материальные ценности; в Методических указаниях по учету основных средств; в нормативных документах по лизинговой деятельности.

Отражение финансовой аренды в бухгалтерской финансовой отчетности различается в зависимости от видов арендных отношений. Вопросам учета договоров аренды посвящен стандарт МСФО (IAS) 17 «Аренда» (в ред. от 27.0.2016 г.). Настоящий стандарт выделяет 2 вида аренды: финансовая и операционная аренда.

Финансовая аренда («financial leases») - это аренда, при которой все риски и вознаграждения, связанные с правом собственности на актив, передаются арендатору, который поддерживает активы в рабочем состоянии. Аренда относится к финансовой при соответствии любому из следующих условий:

1. Посредством аренды передается право собственности на активы арендатору по окончанию срока аренды.

2. Аренда дает возможность покупки активов по цене ниже рыночной стоимости.

3. Срок аренды составляет большую часть срока полезного функционирования актива (например 75% или более).

4. В начале аренды текущие минимальные арендные платежи больше или равны рыночной стоимости арендованного имущества на дату начала аренды.

5. Арендованные активы имеют такую особенность, что только арендатор может использовать их не производя больших модификаций.

6. Амортизация арендованного имущества определяется моментом передачи права собственности на него. Если право собственности переходит к арендатору по окончанию срока аренды или это предполагается, то периодом для начисления амортизации является срок полезной службы актива.

Операционная аренда («operational leases») - это любая аренда, за исключением финансовой аренды, соответствующая условиям:

1. Арендатор не несет никакого риска, но не имеет никаких преимуществ, связанных с владением активом.

2. Активы, арендуемые на условиях текущей аренды, включаются в состав имущества арендодателя.

3. Первоначальные расходы на оформление аренды, которые возникли

у арендодателя, прибавляются к текущей стоимости актива и списываются на протяжении срока аренды на такой же основе, на которой признаются доходы по аренде.

4. Расходы по арендным платежам признаются систематически каждый отчетный период в Отчете о финансовых результатах.

В МСФО (IAS) 17 акцентируется внимание на то, что квалификация аренды на финансовую или операционную зависит от содержания операции, а не от формы контракта. В ст. 606, 665 ГК РФ и в ст. 7 Закона №164-ФЗ дается определение соответствующих видов аренды исходя из договора аренды или лизинга.

Отметим то, что заимствованный термин «лизинг» претерпел значительные изменения в российской практике. Если переводить дословно лизинг (от английского lease) означает «аренда». Поэтому, в отечественной практике используют слово лизинг (аренда вообще) для обозначения лишь одного из видов аренды – финансовой аренды. В оригинале же различают финансовую аренду (finance lease) и операционную аренду (operating lease). В РСБУ бывают ситуации когда по договору аренды, перехода права собственности не произошло и объект остался на балансе арендодателя. По данным МСФО данная аренда будет классифицирована как финансовая. Это обусловлено некоторыми различиями в МСФО (IAS) 17 «Аренда» и РСБУ. Рассмотрим их более подробно.

В российской практике операции по финансовой аренде осуществляются в соответствии с Федеральным Законом «О финансовой аренде (лизинге)» № 164 – ФЗ от 29.10.1998г (в ред. от 31.12.2014). Аренда основных средств – предоставление имущества во временное пользование за определенную (арендную) плату на основании договора. Сторона, передающая имущество во временное пользование, является арендодателем, сторона, принимающая его, - арендатором. Передача основных средств в аренду осуществляется по договору аренды либо лизинга. Имущество, переданное по договору аренды (текущая аренда), по окончании срока действия договора подлежит возврату арендодателю.

По МСФО (IAS) 17 финансовой арендой является договор, в соответствии с которым арендодатель за вознаграждение передает арендатору на согласованный срок право пользования активами, указанными в договоре.

В России определение «финансовой аренды» (лизинг) несколько отличается от определения «финансовой аренды» в соответствии с МСФО. В соответствии со статьей 2 Федерального закона «О финансовой аренде (лизинге)» от 29 октября 1998 г. № 164-ФЗ лизинг – это «совокупность экономических и правовых отношений, возникающих в связи с реализацией договора лизинга, в том числе с приобретением предмета лизинга».

Договор лизинга – «договор, в соответствии с которым арендодатель (далее – лизингодатель) обязуется приобрести в собственность указанное

арендатором (далее – лизингополучатель) имущество у определенного им продавца и предоставить лизингополучателю это имущество за плату во временное владение и пользование» [2].

Следовательно, исходя из определения, данного в законе «О финансовой аренде (лизинге)», аренда признается финансовой (то есть лизингом) только в том случае, если арендодатель приобретает имущество специально по заказу арендатора, а не владеет этим имуществом до заключения договора. При этом о переходе основных рисков и выгод (а это главный критерий в международных стандартах) в российском определении лизинга не упоминается.

Рассмотрим пример отражения аренды в соответствии с МСФО и РСБУ.

Пример. По договору финансового лизинга сдано в аренду оборудование по рыночной стоимости в 100 000 руб., сроком на 5 лет, с ежегодной арендной платой в 24 000 руб., уплачиваемой в начале каждого года. Общая сумма арендных платежей составляет 120 000 руб. Заемный процент составляет 10 %.

По представленным данным, нами были проведены расчеты, оформленные в таблицах ниже.

Таблица 1- Расчет арендных платежей у арендатора

Дата	Сумма ежегодных арендных платежей	Проценты (10 %) по неоплаченной части арендных обязательств	Уменьшение основного долга	Арендные обязательства к оплате
Контракт	-	-	-	100000
1-й год	24000	-	24000	76000
2-й год	24000	7600	16400	59600
3-й год	24000	5960	18040	41560
4-й год	24000	4156	19844	21716
5-й год	24000	2284	21716	-
Итого	120000	20000	10,000	-

Бухгалтерские записи арендатора в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности представлены в следующей таблице.

Таблица 2 - Алгоритм отражения фактов хозяйственной жизни и событий в соответствии с МСФО

№ п/п	Содержание ФХЖ	Форма отчетности	Статья в формате МСФО	Сумма, руб.

1	Отражена аренда в учете	Отчет о финансовом положении	Основные средства, обязательство по аренде	100000
2	Принят объект ОС к учету	Отчет о финансовом положении	Основные средства	100000
3	Оплачена инвестиционная часть платежа	Отчет о финансовом положении	Обязательства по аренде	24000
4	Оплачена инвестиционная часть платежа	Отчет о финансовом положении	Обязательства по аренде	16400
5	Оплачены расходы по процентам	Отчет о финансовом положении	Проценты начисленные, обязательства по аренде	7600
6	Начислена амортизация по ОС	Отчет о финансовом положении	Первоначальная стоимость ОС	20000

В РСБУ аренда определяется как операционная, поэтому объект остается на балансе арендодателя, расходы по арендным платежам признаются арендатором систематически каждый отчетный период в Отчете о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе. При этом в составе расходов учитываются только ежегодные платежи - 24000 руб.

С введением МСФО в России изменились подходы к учету аренды. В соответствии с МСФО (IAS) 17 порядок признания доходов и расходов по аренде основных средств несколько отличен от установленного порядка для других видов экономической деятельности, регламентируемого МСФО (IAS) 18 «Выручка». Методические рекомендации по применению МСФО (IAS) 17 разработаны с целью оказания помощи в составлении соответствующей учетной политики, применяемой арендаторами и арендодателями [3]. Таким образом, учитывая выше перечисленные сходства и различия между РСБУ и МСФО, можно сделать вывод о том, что данная проблема действительно является актуальной на сегодняшний день. Трансформация экономических отношений в России, вызвала возникновение под воздействием рынка новых заинтересованных пользователей и их требований к качеству отчетности, вызвало необходимость наполнения ее элементов содержанием в соответствии с МСФО. Также для успешного функционирования системы бухгалтерского учета, необходимо усовершенствовать систему его нормативного регулирования, в которой важная роль отведена отечественным стандартам бухгалтерского учета.

Использованные источники:

1. Николаева, С.А. Международные и российские стандарты бухгалтерского учета: Сравнительный анализ, принципы трансформации, направления реформирования – М.: Аналитика-Пресс, 2009. – с.380

2. Методические указания по бухгалтерскому учету основных средств [утв. Приказом Минфина России от 13 октября 2003г.№ 91н, от 27 ноября 2006г.

№ 156н, от 25.10.201г.№ 132н, от24.122010 № 186н]
3. Столярова, М.А. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: теория и практика применения: учеб. пособие / М.А. Столярова. – Краснодар, ФГОУ ВПО КубГАУ, 2009.187 с.
4. Кузина, А.Ф. Систематизация современной концепции контроллинга/А. Ф. Кузина, Д. А. Кривичев, Р. Г. Дагаргулия//Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) . -Краснодар: КубГАУ, 2014. -№07(101). С. 1753 -1776. -Режим доступа: http://ej.kubagro.ru/2014/07/pdf/115.pdf

Ибрагимова М.И.
студент 4 курса
факультет «Экономический»
Башкирский государственный аграрный университет
Россия, г. Уфа

ПРИНЦИПЫ СИСТЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РАЙОННОЙ АДМИНИСТРАЦИИ И СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. Взаимодействие районной администрации и субъектов хозяйственной деятельности основывается на определенных принципах и факторах. Данное взаимодействие направлено для достижения общих целей.

Ключевые слова: муниципальное образование, субъект хозяйственной деятельности, полезный результат, конкурентоспособная среда.

Взаимодействие между муниципальным образованием и хозяйствующим субъектом должно быть ориентировано на получение полезного результата. Такому взаимодействию должно быть свойственно: существенные устойчивые связи (отношения); определенная организация, ориентация на эффективное использование ресурсов и другое.[1]

Благополучное развитие хозяйствующего субъекта происходит благодаря достижению материальных, стоимостных и социальных целей, это подразумевает собой изготовление конкурентоспособного продукта на основе полученных инвестиций и относительно высокого уровня социального обеспечения. Также и социально-экономическое развитие муниципального образования осуществляется на основании достижения материальных, стоимостных и социальных целей. К материальным целям относятся существенное снижение стоимости природных ресурсов, а также эффективное использование человеческих. В экономические цели входит –

направление бюджетных дотаций, привлечение в промышленность инвестиций и рациональное использование их в социальной сфере.

Каждый хозяйствующий субъект имеет свою собственную стратегию развития, но функции экономической стратегии у всех хозяйствующих субъектов сходны.[2] Экономическая стратегия направлена на выпуск и поддержание конкурентоспособной продукции и подразделяется на реализуемые во внутренней и внешней среде. К внутренней среде относится: снижение производственных издержек, инвестиционная, инновационная, мотивации персонала, к внешней – товарный ассортимент, ценообразование, внешнеэкономическая деятельность, взаимодействие с хозяйствующими субъектами на производственных рынках.

Как отмечалось выше, взаимодействие хозяйствующего субъекта и муниципального образования направлено на получение полезного результата. Полезным результатом хозяйствующего субъекта будет являться достижение конкурентоспособности выпускаемого продукта, роста его стоимости, повышение объема производства, увеличение прибыли.[3] Для муниципального образование полезный результат – это повышение уровня жизни населения, увеличение поступлений денежных средств в бюджет, развитие социальной сферы и обеспечение занятости.

Для достижения полезного результата необходимы следующие факторы: рост общей деловой активности, поддержка развития малого бизнеса, повышение уровня квалификации населения, привлечение инвестиций, развитие жилищного строительства, развитие средств транспорта и связи, создание благоприятной конкурентоспособной среды и другое. В совокупности все эти факторы позволят увеличить налоговый потенциал, обеспечить активную занятость, повысить уровень жизни населения.[4] Для этого администрации муниципального образования необходимо проводить определенные мероприятия, направленные на организацию на своей территории новых производств, привлечение эффективно функционирующих компаний извне, а также на регулирование каких-либо определенных видов деятельности.

Муниципальное управление должно регулировать публичные интересы, которые условно можно разделить на три группы.[1] Первая группа – это удовлетворение потребностей, которые более эффективно осуществлять сообща: инженерная инфраструктура – дороги, мосты; водоснабжение; освещение и отопление домов; защита природы; общественная безопасность и т.п. Вторая группа производит корректировку интересов отдельных муниципальных образований, муниципальных образований и субъектов, муниципальных образований и Федерации. Третья группа производит корректировку интересов хозяйствующих субъектов и муниципального образования, направленную на социально-экономическое развитие и повышение уровня жизни населения.

На основании всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что

главенствующей целью взаимодействия муниципального образования и хозяйствующего субъекта является достижение постоянного социально-экономического развития муниципального образования и создание конкурентной среды. [6]Это достигается определенными факторами со стороны деятельности как муниципального образования, так и хозяйствующего субъекта. Полезным результатом их взаимодействия будет улучшение качества жизни граждан, удовлетворение их потребностей и улучшение экономической среды в целом.

Использованные источники:

1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АГРАРНОЙ ПОЛИТИКИ В РФ Ханнанова Т.Р. Мир и политика. 2013. № 2 (77). С. 4.
2. РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ Гарифуллина А.Ф., Ханнанова Т.Р. Право и политика. 2012. № 9. С. 1565-1571.
3. РАЗВИТИЕ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ НА ИННОВАЦИОННОЙ ОСНОВЕ Ханнанов Р.А., Ханнанова Т.Р. Аграрный вестник Урала. 2010. № 2 (68). С. 79-82.
4. РАЗВИТИЕ УЧЕНИЯ О ЮРИДИЧЕСКИХ ФАКТАХ В ГРАЖДАНСКОМ ПРАВЕ Ханнанов Р.А. Уфа, 2006.
5. ЮРИДИЧЕСКИЕ ПОСТУПКИ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ Ханнанов Р.А. Академия наук Российской Федерации; Уфимский научный центр; Башкирский государственный аграрный университет. Уфа, 2007.
6. АГРАРНОЕ ПРАВО: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ Ханнанов Р.А. Право и политика. 2008. № 4. С. 933-940.
7. ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВ ГРАЖДАН НА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЗНАЧИМУЮ ИНФОРМАЦИЮ Гарифуллина А.Ф. В сборнике: Научное обеспечение инновационного развития АПК материалы Всероссийской научно-практической конференции в рамках XX Юбилейной специализированной выставки "АгроКомплекс-2010". 2010. С. 220-222.
8. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН) Гарифуллина А.Ф. диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук / Башкирский государственный университет. Уфа, 2011.
9. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ Гарифуллина А.Ф. автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук / Башкирский государственный университет. Уфа, 2011.
10. К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМАХ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПЧЕЛОВОДСТВА Ханнанова Т.Р., Шапошникова Р.Р. В сборнике: Социально-экономические проблемы

развития аграрной сферы экономики и пути их решения Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 85-летию Башкирского государственного аграрного университета. 2015. С. 445-447.
11. ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУДЕБНОЙ ВЛАСТИ Ханнанов Р.А., Шапошникова Р.Р. Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. 2013. Т. 3. № 4 (04). С. 86-88.
12. ПРОПАГАНДА ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ У НАСЕЛЕНИЯ, ВВЕДЕНИЯ НОРМ ГТО Погорелова Д.С., Шапошникова Р.Р. NovaInfo.Ru. 2014. № 26. С. 200-201.
13. ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИИ Ханнанова Т.Р., Гарифуллина А.Ф. В сборнике: Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности в агропромышленном производстве Материалы Всероссийской научно-практической конференции в рамках XVII Международной специализированной выставки "АгроКомплекс-2007". 2007. С. 300-302
14. РОЛЬ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ Гарифуллина А.Ф., Хайдарова Л.Р. В сборнике: Развитие информационных технологий и их значение для модернизации социально-экономической системы Материалы международной научно-практической конференции. 2011. С. 39-42
15. ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА Гарифуллина А.Ф., Миннегулова А.Р. NovaInfo.Ru. 2015. Т. 2. № 30. С. 24-26

Иванов А.С.
магистрант 3-го курса
Жабин Н.В.
магистрант 3-го курса
Момжиян В.П.
магистрант 3-го курса
Донской государственный технический университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА

Аннотация. Статья посвящена регулированию отношений в социально-экономической системе города. Подробно рассмотрены системные регуляторы устойчивого развития города. Подчеркнута значимость регулирования земельных отношений. Особое внимание уделено договорным отношениям как системе взаимодействия и возникающей по этому поводу взаимной юридической ответственности.

Ключевые слова: устойчивое развитие, регуляторы, социально-

экономические отношения, методы регулирования.

Ivanov A.S.
Master student 3rd year,
Don State Technical University
Russia, Rostov-on-Don
Zhabin N.V.
Master student 3rd year,
Russia, Rostov-on-Don
Momzhiyan V.P.
Master student 3rd year,
Don State Technical University
Russia, Rostov-on-Don

SPECIAL PROCEDURES FOR SUSTAINABLE CITIES

Abstract. The article is devoted to the regulation of relations in the economic and social system of the city. Considered in detail the system controls the city's sustainable development. It emphasizes the importance of regulation of land relations. Particular attention is paid to the contractual relationship as a system of interaction and emerging on the subject of mutual legal liability.

Keywords: sustainable development, regulators, social and economic relations, management practices.

В процессе развития города и при организации перехода депрессивного города в фазы развития важно, чтобы это развитие было устойчивым.

Градостроительный кодекс РФ дает следующее определение устойчивого развития. Устойчивое развитие - развитие территорий и поселений при осуществлении градостроительной деятельности в целях обеспечения градостроительными средствами благоприятных условий проживания населения, в том числе ограничение вредного воздействия хозяйственной и иной деятельности на окружающую природную среду и ее рациональное использование в интересах настоящего и будущего поколений.

В приведенном определении важно следующее. Во-первых, достижение разумного баланса между хозяйственной деятельностью человека и состоянием окружающей природной среды. Во-вторых, учет интересов не только настоящего, но и будущих поколений.17

Регулирование отношений в социально-экономической системе города – это совокупность концепций, фундаментальных исследований, прикладных разработок и управленческих решений, основанных на фундаментальных положениях, рассматривающих (независимо от времени их появления) крупный город как сложную систему, пригодных для анализа

17 Аграрно-эволюционная теория народничества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://inecon.org/docs/Oganovsky.pdf (дата обращения 17.10.2016).

ситуации и конструктивных изменений в лучшую сторону современной действительности, учитывающих специфику перемен в субъектно-объектных отношениях, в том числе в самом субъекте управления.

Реальное результативное воздействие на изменение функционально-пространственной структуры возможно либо в форме жесткого административного управления, либо в виде изменения условий функционирования городской системы. Последнее направление воздействий и есть собственно «регулирование». Оно состоит во влиянии не на элементы структуры города, а на условия их функционирования, которые определяют содержание и возможные перемены в поведении (экономические, социальные, экологические и т.д.) каждого элемента и их совокупностей. Здесь мы подходим к системному регулированию взаимодействия функционально-пространственной и социально-экономической структур города.

Оно представляет собой организуемую совокупность идеологических, политических, правовых и экономических воздействий на условия, приоритеты и ограничения преобразований отдельных элементов городской системы и взаимосвязей между ними для разрешения территориально-хозяйственных, административно-территориальных и других противоречий, а также обеспечения на этой основе комплексного и сбалансированного воспроизводства территориального потенциала.

К ключевым регуляторам можно отнести бюджетно-налоговые отношения, под которыми понимаются все нормативно-административные, земельно-рыночные, организационно-правовые и иные отношения, возникающие в связи с формированием бюджета, условиями налогообложения и определяемого ими протекания финансовых потоков.18

Особую по значимости и уникальную по интегральному эффекту роль играет регулирование земельных отношений. Оно представляет собой комплекс административно-нормативных, организационно-правовых, собственно экономических, бюджетно-налоговых и иных мер и целенаправленно ориентирует участников земельно-рыночных отношений в их поведении, соединяет интересы инвестиционно-строительного комплекса с интересами городской системы в целом и одновременно подавляет действия участников, способных ухудшить, дезинтегрировать городскую среду. В мировой практике именно земельно-рыночные отношения, как всеобщие и универсальные, становятся действительно системным регулятором жизни городов.

Организационно-правовые формы и методы регулирования, в отличие от рассмотренных системных регуляторов, не столь однородны. В них присутствуют две качественно различные составляющие: нормативно-правовая и собственно организационная. Мировой опыт и российская

18 Манюшис А.Ю., Барсуков И.Е. Регулирование устойчивого развития крупного региона, города: проблемы, пути реформирования, инновации. М., Международный Союз экономистов, 2016.

практика (прежде всего применения правовых норм регулирования городского развития в Москве) показывают, что это внешне само собой разумеющееся и логичное положение нигде и никогда не выполняется автоматически.19

Наконец, следует выделить такой активный системный регулятор как договорные отношения. В современном праве договорные отношения – это система взаимодействия и возникающей по этому поводу взаимной юридической ответственности. Как и любой другой нормативно-правовой акт, договор должен иметь развернутые диспозитивные (условия, права и обязанности сторон) и санкционирующие (меры ответственности за нарушения диспозиции) элементы.20

Таким образом, перечисленные регуляторы являются средствами целевого упорядочения взаимодействий элементов городской системы, приведения их в системное единство, снятия противоречий. Регуляторы имеют четко выраженный системный характер, так как оказывают индивидуальное системоформирующее влияние одновременно на самые различные аспекты рассматриваемых взаимодействий, но наиболее активно и результативно выполняют эту функцию во взаимосвязи друг с другом. Они определяют взаимные ограничения как для самих отношений, так и для процессов роста и развития их участников, противостоящих конечным целям развития города.

Использованные источники:

1. Аграрно-эволюционная теория народничества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://inecon.org/docs/Oganovsky.pdf (дата обращения 17.10.2016).

2.Манюшис А.Ю., Барсуков И.Е. Регулирование устойчивого развития крупного региона, города: проблемы, пути реформирования, инновации. М., Международный Союз экономистов, 2016.

3. Основы экономики столичного мегаполиса. под ред. Ю.В. Росляка, М.; Экономика, 2006.

4. Иванов В.В., Коробова А.Н. Муниципальный менеджмент: справочное пособие М.: ИНФРА-М, 2012.

Ивлева Е.И.
студент 3 курса
факультет «Международные экономические отношения»
Финансовый университет при Правительстве РФ
Хмыз О.В., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «Мировые финансы»
Финуниверситет

19 Основы экономики столичного мегаполиса. под ред. Ю.В. Росляка, М.; Экономика, 2006.
20 Иванов В.В., Коробова А.Н. Муниципальный менеджмент: справочное пособие М.: ИНФРА-М, 2012.

Россия, г. Москва

СЕКЬЮРИТИЗАЦИЯ НА ФИНАНСОВЫХ РЫНКАХ

Статья посвящена рассмотрению понятия «секьюритизация» как инновационной техники заимствований на современных финансовых рынках. Данный процесс включает замену банковского кредитования на облигационный займ. Проведение операций секьюритизации набирает актуальность в связи с развитием российского финансового рынка, а за рубежом эта техника используется уже длительное время.

Ключевые слова: секьюритизация, финансовый рынок, облигационный заем, кредитование, рынок капиталов

The article discusses the concept of the term "securitization" as an innovative technique of borrowing in the temporary financial markets. This process involves the replacement of bank lending into the bond issue. Carrying on securitization transactions is gaining urgency in connection with the development of the financial market.

Keywords: securitization, financial market, bonds, loans, capital market

Нарастание объемов и сделок секьюритизации считается одной из новых тенденций развития мирового финансового рынка. Пик развития секьюритизационного сегмента пришелся на американском финансовом рынке на предкризисные (2006-2007) годы и превысил 3 трлн долл. После падения в период кризиса, его размеры опять восстанавливаются (в 2014 году вплотную подошли к двум триллионам21. В Европе эти сделки пока что распространены в меньшей степени, а в России только начинают проводиться.

В экономическом словаре понятие «секьюритизация» определяется как «замена нерыночных займов или потоков наличности на ценные бумаги, которые свободно обращаются на рынке капитала».22 В энциклопедическом словаре под редакцией А.Г. Грязновой данное понятие определенно следующим образом: «тенденция возрастания роли ценных бумаг и инструментов на их основе на рынке капиталов, привлечение финансирования путем выпуска ценных бумаг вместо привлечения банковских ссуд».23 Выливается секьюритизация, с одной стороны, в увеличение доли финансирования за счет выпуска ценных бумаг по сравнению с заемным финансированием, с другой стороны, — в расширение видового разнообразия ценных бумаг и всевозможных производных от них инструментов24.

Стоит отметить, что данный термин имеет два значения: в узком и

---

[21] Международный финансовый рынок под ред. М.А. Эскиндарова, Е.А. Звоновой. – М.: Юрайт, 2016.

[22] Батлер Б., Джонсон Б. Финансы. Толковый словарь.- М.: "ИНФРА-М", Издательство "Весь Мир". 2000.

[23] Финансово-кредитный энциклопедический словарь / под ред. Грязновой А.Г. – М.: Финансы и статистика, 2004.

[24] Клумов Г. Спекулятивный капитал, деривативы, хедж-фонды (основные этапы формирования и пути дальнейшего развития). // Экономическая политика. 2012. № 5. С. 154-171.

широком смыслах. Согласно первому, секьюритизация рассматривается на финансовом рынке, то есть как процесс замены существующего банковского кредитования на выпуск ценных бумаг, благодаря которому произошло смещение финансирования на денежный рынок с рынка кредитов. В широком же смысле секьюритизация активов определяется как инновационная техника привлечения средств благодаря выделению балансовых активов25.

Рассмотрим подробнее значение данного процесса на финансовом рынке.

На современном финансовом рынке происходит множество процессов, среди которых информатизация, глобализация, дерегулирование и т.д., но многие эксперты особо выделяют именно секьюритизацию, как одну из важных и основных тенденций развития. В данном разрезе ее суть заключается в следующем: компании привлекают значительную часть денежных средств путем выпуска и реализации специализированных ценных бумаг (облигаций), а не через классический институт – банк. Причем для данного процесса нет определенных границ. Так, одни эксперты включают в него проведение IPO, другие – выпуск дисконтных ценных бумаг в счет реструктуризации долговых обязательств предприятия или банка. Некоторые классификации включают деление согласно активам и пассивам.26 Обобщая наработки разных авторов, резюмируем, что к первому типу относится выпуск компанией или банком ценных бумаг под обеспечение активов; ко второму типу относится выдача компанией или банком ценных бумаг кредитору вместо возвращения основного долга в денежном эквиваленте. В результате эксперты приходят к выводу, что если раньше собственные условия рынку диктовала кредитная олигополия, то теперь она заменена «более сговорчивыми» институциональными инвесторами благодаря тому, что «был смещен акцент от индивидуальных отношений с кредитной организацией к более широкому сотрудничеству с обезличенными заимодавцами»27. А преимуществами облигационных кредитов по сравнению с банковскими являются более высокая доходность, ликвидность, доступ к широкому кругу инвесторов, более длительный срок займа, возможность управления долгом, уменьшение зависимости от одного кредитора.

В целом, секьюритизация отличается от иных видов финансирования наличием следующих признаков28. Во-первых, происходит списывание

---

[25] Бэр Х.П. Секъюритизация активов: секъюритизация финансовых активов – инновационная техника финансирования банков. – М.: Волтерс Клувер, 2007. С. 26.

[26] Мировые финансы под ред. М.А. Эскиндарова, Е.А. Звоновой. – М.: Юрайт, 2016.; Barnett-Hart A.K. The Story of the CDO Market Meltdown: An Empirical Analysis. – Harvard College, 2009.; Segoviano M., Jones B., Lindner P., Blankenheim J. Securitization: Lessons Learned and the Road Ahead. – International Monetary Fund, 2013.

[27] Энциклопедия российской секьюритизации. – М.: cBonds, Русипотека, Сбербанк. 2016.

[28] Киселева М.С. Секьюритизация факторинговых активов. Дисс. к.э.н. – М.: Высшая школа экономики, 2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.mirkin.ru/_docs/dissert096.pdf

активов с баланса банка или предприятия. В связи с этим разделяются риски компании от рисков чисто активов при экономии собственного капитала. Во-вторых, ценные бумаги выпускаются под обеспечение. А количество гарантий зависит от пула прав требований и дополнительной кредитной поддержки. В-третьих, капитальные и процентные платежи по выпущенным бумагам погашаются за счет капитальных и процентных платежей по пулу активов.

Все это указывает на преимущества секьюритизации по сравнению с другими разновидностями финансирования. Прежде всего, «расчищается баланс», активы списываются с баланса депозитного или недепозитного института, что приводит к минимизации рисков (путем их распределения), а также к экономии собственного капитала. Впрочем, эксперты29 рассматривают это преимущество и как недостаток секьюритизации, что наглядно продемонстрировало развитие недавнего глобального финансово-экономического кризиса. Тем не менее, победное шествие секьюритизации на мировом финансовом рынке нельзя проигнорировать, а приход сделок секьюритизации на российский финансовый рынок указывает на необходимость тщательного изучения этих сделок в целях избежания их вероятных неблагоприятных последствий, а также максимизации их благоприятных последствий ввиду следования глобальным тенденциям развития мировых финансов.

Использованные источники:

1. Международный финансовый рынок под ред. М.А. Эскиндарова, Е.А. Звоновой. – М.: Юрайт, 2016.
2. Батлер Б., Джонсон Б. Финансы. Толковый словарь.- М.: "ИНФРА-М", Издательство "Весь Мир". 2000.
3. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / под ред. Грязновой А.Г. – М.: Финансы и статистика, 2004.
4. Клумов Г. Спекулятивный капитал, деривативы, хедж-фонды (основные этапы формирования и пути дальнейшего развития). // Экономическая политика. 2012. № 5. С. 154-171.
6. Бэр Х.П. Секъюритизация активов: секъюритизация финансовых активов – инновационная техника финансирования банков. – М.: Волтерс Клувер, 2007.
6. Мировые финансы под ред. М.А. Эскиндарова, Е.А. Звоновой. – М.: Юрайт, 2016.
7. Barnett-Hart A.K. The Story of the CDO Market Meltdown: An Empirical Analysis. – Harvard College, 2009.
8. Segoviano M., Jones B., Lindner P., Blankenheim J. Securitization: Lessons Learned and the Road Ahead. – International Monetary Fund, 2013.
9. Энциклопедия российской секьюритизации. – М.: cBonds, Русипотека,

[29] The Financial Crisis Inquiry Report. – National Commission on the Causes of the Financial and Economic Crisis in the United States, 2011.

Сбербанк. 2016.
10. Киселева М.С. Секьюритизация факторинговых активов. Дисс. к.э.н. – М.: Высшая школа экономики, 2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.mirkin.ru/_docs/dissert096.pdf
11. The Financial Crisis Inquiry Report. – National Commission on the Causes of the Financial and Economic Crisis in the United States, 2011.

Ивлева Е.И.
студент 3 курса
факультет «Международные экономические отношения»
Финансовый университет при Правительстве РФ
Хмыз О.В., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «Мировые финансы»
Финуниверситет
Россия, г. Москва

СЕКЬЮРИТИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА ПОЛЬШИ

Статья посвящена анализу процесса секьюритизации государственного долга на примере страны с переходной экономикой, заключающегося в выпуске государственных облигаций в целях привлечения средств для структурных преобразований. Пример Польши демонстрирует, что даже если выпуск облигаций успешен, всегда необходимо критически оценивать возможности страны по его погашению.

Ключевые слова: секьюритизация, внешний долг, облигации Брейди, ценные бумаги, финансовый рынок

The article discusses the process of securitization of public debt. This process involves the issuance of government bonds to raise money for structural reforms. An example of Poland shows that despite the fact that the bond issue is successful, it should always be critical to assess the country's capacity to repay it .

Keywords : securitization, foreign debt, Brady bonds, securities, financial market

Длительное время вопросы секьюритизации рассматривали лишь аналитики государств с развитой рыночной экономикой30, ведь ранее этот способ финансирования применялся только на развитых финансовых рынках. Но с конца прошлого века международный финансовый рынок развивается стремительными темпами. Это происходит во многом потому, что укрепляются связи между важнейшими финансовыми центрами, и постепенно национальные рынки превращаются в единое общемировое пространство, т.е. происходит процесс финансовой глобализации. Она способствует развитию связей между разными финансовыми институтами

[30] Международный финансовый рынок под ред. М.А. Эскиндарова, Е.А. Звоновой. – М.: Юрайт, 2016.

мира, расширению финансовых транзакций между странами. По мере нарастания процессов финансовой глобализации секьюритизация приходит и на финансовые рынки государств развивающихся, принося на них и позитивные, и негативные тенденции. Более того, проблемы обслуживания государственного внешнего долга путем его секьюритизирования стали важны именно для этой группы стран31.

Рассмотрим процесс секьюритизации внешнего долга на примере Польши. После экономических преобразований начала 1990-х годов в Польше возникла необходимость путем переговоров с кредиторами не только добиться реструктуризации накопленных к тому времени долгов, но и сделать реализуемость доселе пассивного долга возможной в принципе.

С этой целью в 1994 году правительство Польши начало превращать обязательства в рыночные облигации, то есть осуществлять секьюритизацию своего внешнего долга. С того момента долг в форме стандартизованных ценных бумаг стал предметом купли-продажи на международном финансовом рынке, в основном в его непубличном межбанковском сегменте. Инвесторами в новые инструменты стали преимущественно финансовые институты, для которых эти новые инструменты оказались привлекательной альтернативой по сравнению с другими, например, с казначейскими облигациями. Это связано с низким рейтингом бумаг и, следовательно, с их более высокой доходностью, а кредитный риск банкротства эмитента остался на уровне стран с переходной экономикой.

Польша присоединилась к плану Брейди и выпустила облигации Брейди, которые составили 4,7% от стоимости всех ценных бумаг этого типа и были результатом конверсии долга 17 развивающихся стран на сумму 170 миллиардов долларов США. Облигации Брейди – это долговые обязательства, в основном долларовые, которые были выпущены согласно плану Н. Брейди, экс-министра финансов США при Р. Рейгане и Дж. Буше, для урегулирования проблемы внешней задолженности развивающихся стран, в обмен на просроченные обязательства этих стран. Эмитентами таких бумаг были преимущественно страны Латинской Америки. При этом рейтинги всех облигаций данного вида были ниже инвестиционного, и только польским Moody’s в 1995 году присвоил рейтинг «А»32. Поскольку облигации Брейди представляют собой, по сути, инструмент реструктуризации долга, ставка процента по ним не фиксируется. Обычно для первых после выпуска лет запланирован низкий доход, хотя выпускались облигации с более сложным расчетом процентного дохода. Но для этого необходимо, чтобы финансовый рынок страны предоставлял такую возможность – то есть был достаточно развитым.

Выпуск польских облигаций Брейди на сумму 8,25 млрд долларов США был осуществлен 27.10.1994 года. Были выпущены шесть серий

[31] Мировые финансы под ред. М.А. Эскиндарова, Е.А. Звоновой. – М.: Юрайт, 2016.
[32] Рынок облигаций: курс для начинающих. – М.: Альпина Паблишерз, 2009.

облигаций, прошедших листинг на Люксембургской фондовой бирже.

Вначале польские облигации Брейди вызывали интерес и пользовались у инвесторов большим спросом, который был вызван, в первую очередь, уменьшением доходности американских государственных ценных бумаг и увеличением привлекательности развивающихся рынков прежде всего ввиду их относительно высокой рентабельности. Также на привлекательность ценных бумаг государства с переходной экономикой повлияло объявление о том, что доходы от продажи пакетов акций приватизируемых государственных предприятий и банков иностранным инвесторам будут направлены на погашение внешнего долга по польским облигациям Брейди. Польские ценные бумаги получили довольно высокие рейтинги, что повлекло за собой их низкую доходность по сравнению с другими облигациями развивающиеся рынков. Так Польша привлекла необходимые финансовые ресурсы для экономических преобразований.

Со временем с целью снижения затрат на обслуживание долга Министерство финансов Польши приняло решение реструктуризировать внешний долг путем замены облигаций Брейди на инструменты внутреннего долга, более современные и финансово обоснованные, чем облигации Брейди. Выкуп облигаций до даты погашения был осуществлен с использованием средств, привлеченных Министерством финансов у национального банка Польши, выпустившего казначейские облигации в долларах США. Эта операция выкупа была проведена двумя траншами – в мае 1997 г. (1,69 млрд долларов США) и в конце 1998 года (748 млрд долларов США).33 Дисконтные облигации первого транша с высокой переменной ставкой купона были выкуплены в первую очередь ввиду дороговизны их обслуживания.

Как известно, затраты на обслуживание долга напрямую связаны с ростом доходности государственных облигаций, которая отмечалась в Польше в 1999 году. Это проиллюстрировано на графике зависимости доходности облигаций от срока их погашения в указанный период (январь 1999, июль 1999, январь 2000). При этом самая большая разница в процентах по доходности облигации в начале и конце года приходится на облигации с самым коротким сроком до погашения (3 и 6 месяцев), и снижается данная разница с ростом времени до погашения (см. рис. 1.).

[33] Płókarz R., Szelągowska A. Securitization of the Polish Sovereign Debt in the International Markets [Electronic resource]. Mode of access: URL: http://www.ue.katowice.pl/fileadmin/_migrated/content_uploads/4_R.Plokarz_A.Szelagowska_Securitization.pdf

Источник: Choudhry M. The Bond and Money Markets: Strategy, Trading, Analysis. - Butterworth-Heinemann, 2001. P. 1076.

Рисунок 1. Доходность польских облигаций Брейди

Благодаря этим операциям кредитоспособность Польши на международных рынках выросла, а стоимость внешнего долга была снижена. Одновременно спрос на другие польские облигации Брейди и еврооблигации увеличился.

Выкуп бумаг осуществлялся постепенно через крупные инвестиционные банки, которые сотрудничали с эмитентом. В какой-то степени, когда в 2001 году польское министерство финансов преобразовало часть облигаций Брейди в еврооблигации, оно следовало по стопам стран, которые позволили инвесторам обменивать различные серии своих облигаций Брейди на современные глобальные облигации или евробонды (так поступали Аргентина, Панама, Венесуэла и другие государства с развивающейся рыночной экономикой)34. В 1996 году Мексика стала страной, которая впервые провела такую операцию, чтобы избавиться от долга к 2003 году. В последующие годы Венесуэла, Бразилия, Колумбия и Филиппины полностью погасили свои облигации Брейди35.

Таким образом, в целом, нам представляется возможным оценить полезность и эффективность секьюритизации суверенного долга положительно. На основании опыта Польши можно сделать вывод, что данный финансовый метод был успешным даже в сложных рыночных условиях. Столкнувшись с проблемой поиска средств для крупных инфраструктурных проектов, польское правительство использовало эту технику финансовой инженерии более широко – для рефинансирования, например, строительства автомобильных дорог или софинансирования проектов Европейского союза в рамках частно-государственного партнерства.

[34] Финансовые инструменты под ред. Ф. Фабоцци. – М.: Эксмо, 2014.

[35] Momin Z. Sovereign Debt and Brady Bonds [Electronic resource]. Mode of access: URL: http://ezinearticles.com/?Sovereign-Debt-and-Brady-Bonds&id=6425398 (дата обращения: 25.04.2016).

Новые возможности появились по мере реализации Польской инвестиционной программы, введенной в 2013 году польским правительством, целью которой является создание условий для обеспечения долгосрочного финансирования крупномасштабных инвестиционных проектов, имеющих стратегическое значение для государства. Программой предусмотрено главным образом долговое финансирование, которое обеспечивается за счет принадлежащих государству банков (кредит и гарантии, подписка на облигации) и образованной в 2013 году инвестиционной структуры Inwestycje Rozwojowe SA путем подписки на доход от облигаций, выпущенных муниципалитетами. На разных этапах программы методы секьюритизации могут применяться для того, чтобы привлечь новые фонды и секьюритизировать дебиторскую задолженность.

Оценивая важность облигаций Брейди для секьюритизации долга, необходимо отметить их в целом позитивное влияние на рынок государственного долга развивающихся стран (в том числе и государств с переходной экономикой). В свое время эти облигации помогли государствам провести экономические реформы и выйти на международный финансовый рынок. Но хотя по этим ценным бумагам ставка купона обычно была ниже, чем по иным долговым инструментам международного финансового рынка, что делало их теоретически более дешевыми по сравнению с аналогами, например, еврооблигациями (государства экономили на приведенной стоимости), но более высокий спред приводил к удорожанию долга. С другой стороны, для погашения облигаций государствам с развивающимися экономиками было необходимо укрепиться на международном финансовом рынке, что и было сделано в том числе благодаря облигациям Брейди.

Использованные источники:

1. Международный финансовый рынок под ред. М.А. Эскиндарова, Е.А. Звоновой. – М.: Юрайт, 2016.
2. Мировые финансы под ред. М.А. Эскиндарова, Е.А. Звоновой. – М.: Юрайт, 2016.
3. Рынок облигаций: курс для начинающих. – М.: Альпина Паблишерз, 2009.
4. Płókarz R., Szelągowska A. Securitization of the Polish Sovereign Debt in the International Markets [Electronic resource]. Mode of access: URL: http://www.ue.katowice.pl/fileadmin/_migrated/content_uploads/4_R.Plokarz_A.Szelagowska_Securitization.pdf
5. Финансовые инструменты под ред. Ф. Фабоцци. – М.: Эксмо, 2014.
6. Momin Z. Sovereign Debt and Brady Bonds [Electronic resource]. Mode of access: URL: http://ezinearticles.com/?Sovereign-Debt-and-Brady-Bonds&id=6425398
7. Choudhry M. The Bond and Money Markets: Strategy, Trading, Analysis. - Butterworth-Heinemann, 2001.

Ивлева Е.И.
студент 3 курса
факультет «Международные экономические отношения»
Финансовый университет при Правительстве РФ
Хмыз О.В., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «Мировые финансы»
Финуниверситет
Россия, г. Москва

РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА СЕКЬЮРИТИЗАЦИИ АКТИВОВ

Статья посвящена рассмотрению развития сделок секьюритизации активов на российском рыгке. Несмотря на то, что финансовый рынок в России является достаточно молодым, вместе с тем он представляет особый потенциал для роста. В связи с этим рассмотрение инновационных тактик заимствований является актуальным.

Ключевые слова: секьюритизация, финансовый рынок, активы, сделки секьюритизации.

The article is devoted to regard the development of asset securitization in Russia. Despite the fact that the financial market in Russia is relatively young, however, it has a particular potential for growth . In this regard, consideration of innovative tactics loans is relevant.

Keywords : securitization, financial market, asset securitization.

Широко распространенные за рубежом, охватывающие несколько сфер мирового финансового рынка (прежде всего, сферу суверенного внешнего долга36), сделки секьюритизации практически неизвестны широкому кругу участников российского финансового рынка. Тогда как по мере его интеграции в мировые финансы они становятся все более значимыми, охватывая различные аспекты функционирования мирового и национального финансового рынков – от минимизации рисков до максимизации доходности.

Первая сделка по секьюритизации была проведена в России в 2004 году компанией ОАО «Газпром», которая секьюритизировала будущие экспортные поступления за газ. Сумма сделки была 1,25 млрд. долл. В том же году Росбанк выпустил на 300 млн. долл. облигации, которые были обеспечены потоком платежей по кредитным картам данного банка. В 2005 году автокредиты и потребительские ссуды на 340 млн. долл. были секьюритизированы. Рейтинговое агентство Moody’s присвоило им рейтинг, который соответствовал суверенному рейтингу России, что сильно повлияло на снижение доходности ценных бумаг. Уже в 2006 году было проведено 11

[36] Мировые финансы под ред. М.А. Эскиндарова, Е.А. Звоновой. – М.: Юрайт, 2016.

сделок, 8 из которых – секьюритизация существующих активов, и 3 – будущих поступлений. Примером сделки 2006 года является выпуск банком «Русский стандарт» облигаций на сумму 300 млн. евро под двухмиллионный пул потребительских кредитов. В 2007 году было проведено 23 сделки объемом в 2,5 млрд. долл., а также впервые на отечественном финансовом рынке были эмитированы обеспеченные долговые обязательства. Данные показатели были бы больше, если бы не кризис на рынке долгового капитала, что повлияло на решение некоторых банков отказаться от секьюритизации.37 Государственные программы (Агентства по ипотечному жилищному кредитованию и др.) сдерживали обвал ипотечного сегмента российского финансового рынка (и до сих пор оказывают ему значительную поддержку)38, но неблагоприятная ситуация с развитых финансовых рынков перешла и на российский. И хотя в последующие годы капитализация отечественного рынка секьюритизации снижалась, но замедленными (по сравнению с зарубежными рынками) темпами.39 Это является дополнительным свидетельством необходимости усиления роли государства на ипотечном рынке – как в сегменте первичного жилья, так и вторичного, как коммерческой недвижимости, так и жилой.

Оживление пришло на отечественный рынок секьюритизации лишь в 2012 году. Причем основной вклад в повышательную тенденцию внес рост объемов сделок ипотечной секьюритизации. К 2014 году было проведено более 100 таких сделок, из них около 80% пришлось на внутреннюю, 20% – на трансграничную секьюритизацию40, что свидетельствует, во-первых, о недостаточной степени развитости российского финансового рынка для массированного проведения на нем сделок секьюритизации активов. Во-вторых, указывает на присутствие концентрации в этой сфере бизнеса, ведь операции секьюритизации проходят при участии практически одних и тех же банков (преимущественно иностранных) и компаний.

На данный момент (2016 год) большинство сделок секьюритизации существующих активов, которые происходят в России, имеют трансграничную структуру. Вместе с тем, в России все же проводятся внутренние сделки секьюритизации, но в большинстве своем они проходят по ипотечным кредитам на основании закона «Об ипотечных ценных бумагах»41.

На данный момент число выпущенных путем секьюритизации активов ценных бумаг российских эмитентов, обращающихся на рынке, оценивается

---

[37] Федоров К.И. Секьюритизация активов как способ финансирования бизнеса // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии, 2011. № 2. С. 75-86.

[38] Буркова Ю.А. Основные различия инвестирования в недвижимость в России и за рубежом // Финансовый бизнес. 2014. № 5. С. 48-53.

[39] Международный финансовый рынок под ред. М.А. Эскиндарова, Е.А. Звоновой. – М.: Юрайт, 2016.

[40] По данным Аналитического центра по ипотечному кредитованию и секьюритизации. [Электронный ресурс]. Режим доступа – URL: http://rusipoteka.ru/profi/securitization/sek_yuritizaciya_ipotechnyh_kreditov/ (дата обращения: 21.05.2016).

[41] Федеральный закон № 152 «Об ипотечных ценных бумагах» от 11 ноября 2003 года.

примерно в 143 млрд руб. Из этих бумаг 53,4% номинированы в рублях, 37,4% — в долларах и 9,1% — в евро.42 При этом самая большая доля приходится на ценные бумаги со сроком погашения от 25 до 30 лет. (см рис. 1.)

Рисунок 1. Объем выпущенных путем секьюритизации ценных бумаг (по сроку до погашения), млрд руб.

Источник: построено автором на основе данных в Энциклопедия российской секьюритизации. – М.: cBonds, Русипотека, Сбербанк. 2016.

Развитию рынку секьюритизации, в частности в банковской сфере, в определенной степени препятствует российское законодательство. Внутристрановая секьюритизация осуществляется под обеспечение ипотечных активов, это происходит без существенных юридических рисков. При этом секьюритизация прав по банковским картам, потребительским кредитам почти невозможна или связана с огромными рисками, хотя и были приняты отдельные стимулирующие секьюритизацию меры, в том числе нормативно-правового характера.

Выделим основные трудности при развитии процесса секьюритизации в России43:

- недостаточно четкое регулирование залога прав;
- заформализованность процедуры уступки прав;
- невозможность уступки неиндивидуализированных прав;
- невозможность уступки прав в отношении еще не существующего права, которое не оспаривается и не обусловлено встречными предложениями.

[42] Киргизов А. Секьюритизация долгосрочных кредитов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.klerk.ru/bank/articles/323482/ (дата обращения: 25.04.2016).

[43] Аксаков А. Подбитый локомотив [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.klerk.ru/bank/articles/324296/ (дата обращения: 25.04.2016).

Решение этих трудностей будет способствовать развитию отечественного рынка секьюритизации активов, корректировки нормативной базы могут привести к продолжению повышательной тенденции на российском ипотечном рынке и стимулировать жилищное строительство в целом, а также содействовать снижению степени монополизации ипотечного сегмента российской экономики. И, конечно, все это будет способствовать повышению степени защищенности инвестора на российском рынке недвижимости и в сделках секьюритизации.

Использованные источники:

1. Мировые финансы под ред. М.А. Эскиндарова, Е.А. Звоновой. – М.: Юрайт, 2016.
2. Федоров К.И. Секьюритизация активов как способ финансирования бизнеса // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии, 2011. № 2. С. 75-86.
3. Буркова Ю.А. Основные различия инвестирования в недвижимость в России и за рубежом // Финансовый бизнес. 2014. № 5. С. 48-53.
4. Международный финансовый рынок под ред. М.А. Эскиндарова, Е.А. Звоновой. – М.: Юрайт, 2016.
5. Аналитический центр по ипотечному кредитованию и секьюритизации. [Электронный ресурс]. Режим доступа – URL: http://rusipoteka.ru/profi/securitization/sek_yuritizaciya_ipotechnyh_kreditov/
6. Федеральный закон № 152 «Об ипотечных ценных бумагах» от 11 ноября 2003 года.
7. Киргизов А. Секьюритизация долгосрочных кредитов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.klerk.ru/bank/articles/323482/
8. Энциклопедия российской секьюритизации. – М.: cBonds, Русипотека, Сбербанк. 2016.
9. Аксаков А. Подбитый локомотив [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.klerk.ru/bank/articles/324296/

Ильин А.Е., доктор экономических наук
профессор, заведующий кафедрой «Налоги, налогообложение и финансовый менеджмент»
Курская Государственная Сельскохозяйственная Академия
Некрасов А.В.
студент-аспирант 2 курса
профиль «Экономика и управление народным хозяйством»
Курский Государственный Университет
Россия, г. Курск

СУЩНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ СТРАХОВОГО РЫНКА

Аннотация: На сегодняшний день вопрос социального страхования стоит, особенно остро. Защита не трудоспособного населения, наличие

социальных гарантий, это одни из основных принципов цивилизованного государства. Поэтому, каждое цивилизованное государство стремится создать качественную систему социального страхования, способную финансово обеспечить нетрудоспособное население. В статье рассматривается современное состояние страховой системы Российской Федерации, представлена модель страхового рынка. Обозначены направления развития страховых отношений.

Ключевые слова: страхование, страхователь, страховщик, страховой рынок, страховой брокер, страховой дилер.

Summary: Today the question of social insurance costs, especially sharply. Protection not of able-bodied population, availability of social guarantees, is one of the basic principles of the civilized state. Therefore, each civilized state aims to create the high-quality system of social insurance capable to financially provide incapacitated persons. In article the current state of insurance system of the Russian Federation is considered, the model of the insurance market is provided. The directions of development of the insurance relations are designated.

Keywords: insurance, insurer, insurer, insurance market, insurance broker, insurance dealer.

Современное общество окружает множество рисков, реализация которых может способствовать снижению не только материального достатка, но и причинению вреда здоровью и трудоспособности гражданина. Минимизировать или полностью ликвидировать большинство рисков, можно при использовании страховых «продуктов». Для расширения спектра услуг и форм страховой защиты, необходимо развивать страховой рынок страны.

Страховой рынок – это система экономических отношений по формированию, обращению и реализации страховых продуктов, т.е. инструментов обеспечивающих страховую защиту. Как и любой рынок, страховой рынок для своего существования нуждается в двух, основных компонентах:

1. Страхователях – клиентах, которые постоянно обеспечивают устойчивый спрос на страховые продукты;
2. Страховщиках – продавцов страховых услуг, готовых удовлетворить растущие потребности своих клиентов.

Согласно зарубежному опыту и отечественной практики, для стабильного развития, рынок страховых услуг нуждается во вмешательстве со стороны государства, в частности для установления «общих правил игры», а также для контроля за их соблюдением. На сегодняшний день контроль за деятельность страхового рынка РФ осуществляет департамент страхового рынка при ЦБ РФ. Банк России для развития страховых отношений выполняет следующие функции:

Модель страхового рынка
Государственный контроль
Департамент страхового рынка при ЦБ РФ
Участники страховых отношений
Страховщики
Страховые посредники
Субъекты, обслуживающие страховой рынок
Общество взаимного страхования
Страховой брокер
Страховой маклер
Финансовая деятельност
Оценочная деятельность

Рисунок 1. Модель системы страхового рынка.

1. Совершенствования законодательной базы, регулирующей отношения между субъектами страховых отношений;
2. Разработка методологии надзора за субъектами страхового дела;
3. Установление тарифов по обязательным видам страхования и контроль тарифов по добровольным видам страхования;
4. Участие в координации деятельности профессиональных объединений страховщиков, других интеграционных объединений по вопросам страхования;
5. Контроль и надзор за соблюдением субъектами страхового дела требований страхового законодательства Российской Федерации;
6. Контроль и надзор за реализацией субъектами страхового дела

мер по предупреждению банкротства и мер по восстановлению платежеспособности.

Сущность Страхового рынка проявляется в деятельности страховых компаний и формах защиты, которые они могут предложить своим клиентам. Количественная характеристика Страхового рынка РФ представлена в таблице 1 и свидетельствует о неустойчивой тенденции его развития.

Таблица 1

Динамика «продавцов» страховых услуг

Показатель	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.
Страховые компании	719	637	561	459	416	397	367	305
Брокеры	138	157	163	178	159	147	146	128
Перестраховщики	178	152	136	100	101	95	82	67
Перестраховочные общества	24	23	18	15	13	13	12	4
ОВС	2	5	6	10	11	12	11	10

При анализе данных таблицы 1, была установлена тенденция снижения количества страховых компаний за рассматриваемый период, в среднем на 17,34%, кроме этого наблюдается тенденция снижения числа перестраховщиков, и как следствие перестраховочных обществ. Основными причинами изменения числа страховщиков является аннулирование лицензии или ее приостановка из-за невозможности реализации страховых услуг, а так же по причине слияния страховых компаний.

С другой стороны наблюдается рост ОВС (общество взаимного страхования). Несмотря на положительную динамику, широкого распространения на территории РФ, данная форма страховой защиты пока не получила, по причине высоких первоначальных вложений.

Основным товаром, предлагаемым на страховом рынке, является страховая услуга, которая предоставляется страхователю на основании договора страховой защиты в добровольном страховании или на основании закона, в рамках обязательного страхования. Спектр услуг предоставляемых на страховом рынке, стремиться охватить все области человеческой деятельности и максимально эффективно сберечь его имущество. Поэтому страховые услуги и сам страховой рынок постоянно подвержены вариации, это необходимо для эффективной реализации страховой защиты, в постоянно изменяющихся экономических и социальных условиях. Одним из ключевых показателей отражающих качество функционирования страхового рынка, является общий объем страховых премий, динамика данного показателя представлена на рисунке 2. Анализ динамики страховых премий показал, что начиная, с 2009 года наблюдается, четкая тенденция роста объемов страховых выплат, это не смотря на то, что число страховых компаний, за рассматриваемый период, постоянно снижалось. Объясняется данный парадокс, не равномерностью страхового рынка, в частности, в

руках 20 крупнейших страховых компаний находиться 70% страховых премий. В 2014 году доля страховых премий в ВВП составила 1,88%. В 2015 году наблюдается снижение размера страховых премий к объему ВВП, за рассматриваемую дату это соотношение составило 1,27%.

Рисунок 2. Динамика страховых премий без учета ОМС, в млрд.руб.

Структура страховых премий представлена на рисунке 3.

Рисунок 3. Структура страховых премий в РФ

Всего за один год структура страховых сборов подверглась существенным изменениям. Лидирующую позицию по страховым сборам, начиная с 2015 года, стало занимать обязательное страхование гражданской ответственности. Этот показатель на отчетную дату вырос на 6,1% и стал составлять 21,4%. На втором месте по страховым сборам находиться «лидер» 2014 года Каско, чьи сборы на 2015 год снизились на 3,8% и стали составлять 18,3%. Имущественное страхование по объему страховых премий занимает 3 место, не смотря на то, что в 2015 году наблюдается снижение

данного показателя на 1,2%. Доля премий по добровольному медицинскому страхованию осталась стабильно и составила 12,6%.

Подводя итог можно сделать следующий вывод: 2015 год является переломным периодом для Страхового рынка, это время было ознаменовано преодолением порога страховых сборов в один триллион, а прирост страховых выплат вырос на 7,8%. Однако, данное увеличение страховых премий является заслугой не добровольного страхования и как следствие желанием покупателей приобрести страховые услуги, а увеличения тарифов по обязательному страхованию, что побудило общество к отказу от «благ» страховой защиты. Доля автострахования в 2015 году уменьшилась на 2,3%, на отчетную дату этот показатель составил 37,4%. Для поддержания роста объемов страховых премий, размер тарифов по ОСАГО был увеличен, почти в 2 раза. Если из страховой статистики мы уберем премии от обязательных сборов по ОСАГО, то динамика сборов окажется отрицательной и составит -3,8%, притом, что дальнейшее увеличение размеров страховых тарифов приведет к снижению «популярности» страховых «продуктов». Отсюда, можно сделать вывод, что рынок достиг своего «ценового предела» и дальнейшее увеличение цены будет являться не целесообразным. Страховым компаниям нужно будет рационально использовать имеющиеся у них ресурсы и придерживаться политики «тугого пояса».

Использованные источники:

1. Архипов А.П., Адонин А.С. СТРАХОВОЕ ДЕЛО: Учебно–методический комплекс. − М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. − 424 стр.
2. Павлюченко В.Г. Социальное страхование: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2007. – 412с.
3. Шарков Ф.И. Основы социального государства: Учебник – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. — 314 с.
4. Официальный сайт Пенсионного Фонда РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: www.pfrf.ru свободный
5. Официальный сайт Фонда Социального Страхования РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: fss.ru свободный
6. Официальный сайт Фонда Обязательного Медицинского Страхования РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: www.ffoms.ru свободный

Ильченко И.А., кандидат химических наук
доцент
кафедра управления
Таганрогский институт управления и экономики
Павлюкова И.С.
студент 3 курса
факультет управления
Россия, г. Таганрог

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ: ФАКТОРЫ ВЫБОРА ПРОФЕССИИ И ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ

Аннотация. В статье приведены результаты исследования мнения студентов о профессиональной подготовке в институте. Установлены факторы, определяющие выбор профессии, и проблемы, возникающие в процессе обучения. Предложены направления совершенствования организации учебного процесса.

Ключевые слова: профессиональная подготовка, выбор профессии, проблемы обучения, социологический опрос, анкетирование.

Summary. In the article the results of research of students opinion on vocational training at the institute are given. The factors defining choice of profession are established also the problems arising in the course of training are revealed. The actions for improvement of the organization of educational process are offered.

Keywords: vocational training, choice of profession, training problems, sociological poll, questioning.

Профессия служит одним из важных условий реализации творческих способностей человека и его роли в социуме, и осознанный подход к выбору будущей профессии и к процессу ее получения является залогом успешного профессионального выражения личности. Поэтому изучение мнения студентов об учебном процессе при получении высшего профессионального образования и выявлении факторов, определяющих как выбор будущей профессии, так и ее получение, имеет практический интерес.

Для проведения исследования был выбран метод анкетирования. Социологическое исследование проводилось в Таганрогском институте управления и экономики с 10 марта по 10 апреля 2016 г. и охватило 100 студентов 1-4 курсов очной и заочной формы обучения. Характеристики выборки: а) по полу – юноши (42 %), девушки (58%); б) по форме обучения – очная (81%), заочная (19%);. в) по факультету – «Экономический» (24%), «Управления» (75%), «Юридический» (1%); г) по курсу обучения – 1 курс (33%); 2 курс (16%); 3 курс (39%); 4 курс (12%).

Обучаясь в вузе и получая знания, умения и навыки для своей будущей профессиональной деятельности, студенты соотносят соответствие или несоответствие выбранной ими специальности их интересам и способностям. Мнение анкетируемых по данному вопросу оказалось следующим: полностью соответствует – 31%; в основном соответствует – 34%; частично соответствует – 23%; совсем не соответствует – 8%; затруднилось ответить – 4%. В числе целей обучения студентов в институте были названы: получение диплома (34%); получение профессиональных знаний по специальности (63%); отсрочка от службы в армии (2%), другое (1%). На момент проведения опроса хорошо представляют себе свою будущую профессию 36% опрошенных; «скорее да, чем нет» − 38%; «скорее

нет, чем да» − 15%; не представляют −5%; затруднились ответить − 6%. Следовательно, у 74% опрошенных уже сформировалось представление о будущей профессии. Среди факторов, оказавших влияние на выбор будущей профессии, 29,2% респондентов назвали профессию гарантией успешной карьеры, 24,8% сделали выбор по совету или настоянию родителей, 15,9% полагают ее своим призванием, 14,2% считают будущую профессию престижной, 7,1% связывает свой выбор со стоимостью обучения (обучение дешевле, чем в других вузах), 2,6% положились на выбор друга, 6,2% предложили другие варианты. При этом не определились со своей деятельностью после окончания учебы в институте 9% анкетированных, другие же (91%) высказали относительно своих планов работать по специальности следующее мнение: «да» – 38,5%; «скорее да, чем нет» – 36,3%; «скорее нет, чем да» – 8,8%; «нет» – 4,3%; «затрудняюсь ответить» – 12,1%. То есть 74,8% опрошенных, скорее всего, планируют работать по специальности, что коррелирует с наличием представления о будущей профессии. Стержнем студенческой жизни является учеба, о которой у анкетированных следующее мнение: 42,4% сказали, что им нравится учиться, 46,7% − «скорее нравится, чем нет»; 6,5% − «скорее нравится, чем нет», 1,1% − «не нравится», 2,2% затруднились с ответом и 1,1% выбрал ответ «другое». Удовлетворенность результатами учебы такая: ответ «полностью удовлетворен» дали 25% опрошенных, ответ «скорее да, чем нет» − 62%, «скорее нет, чем да» − 10%, затруднились высказать свое мнение − 3%, тогда как совсем не удовлетворенных результатами своей не оказалось. Относительно соответствия учебной деятельности в институте представлениям респондентов о ней до поступления в институт ответы распределились так: полностью соответствует (28,0%); в основном соответствует (44,0%); частично соответствует (19,4%); совсем не соответствует (5,4%); затруднились ответить (3,2%). Наиболее привлекательными сторонами обучения в вузе являются: 1) получение знаний (45,7%); 2) общение с однокурсниками (27,2%); 3) участие в спортивных мероприятиях (9,3%); 4) участие в научно-исследовательской работе (8,6%); 5) участие в самодеятельности (7,9%), 6) другое (1,3%). А наиболее значимые в процессе обучения факторы расположились в следующем порядке: на 1-м месте оказалось получение профессиональных знаний (40,9%); на 2-м месте – возможность совмещать учебу и работу (13,1%); на 3-м месте – квалификация преподавателей (10,6%); на 4-м месте – расписание занятий (9,6%); на 5-м месте – межличностные отношения со студентами (8,6%); на 6-м месте – межличностные отношения с преподавателями (8,1%); на 7-м месте – наличие электронной образовательной среды (6,1%); на 8-м месте – институтская библиотека (3,0%). Существенный разрыв в доле ответов 1-го и 2-го рангового места свидетельствует доминировании роли получения профессиональных знаний в учебной деятельности респондентов.

Так как учебный процесс невозможен без активного взаимодействия между преподавателями и студентами, то было важно выяснить, думают ли студенты, что их отношение к учебной деятельности полностью зависит от преподавателей. Анкетируемые дали следующие ответы: «да» – 31,5%; «скорее да, чем нет» – 43,5%; «скорее нет, чем да» – 10,9%; «нет» – 10,9%; затрудняюсь ответить – 1,0%, другое – 2,2%. Среди качеств преподавателей института, которые больше всего импонируют, были выбраны: профессионализм (20,7%); знание своего предмета (18,7%); уважительное отношение к студентам (16,7%); доброжелательность (16,4%); оказание помощи в получении знаний (11,3%); лояльность (8,4%); требовательность (5,5%); внешний вид (2,2%); другое (0,1%).

В то же время среди негативных моментов процесса учебной деятельности были названы: большая загруженность и малое количество свободного времени (40,0%); изучение ненужных для будущей специальности предметов (32,5%); недостаточная организация внеучебной деятельности (13,3%); неполучение необходимых знаний (6,7%); отношения со студентами (3,3%); отношения с преподавателями (0,9%); отсутствие условий для научной работы (0,8%). Вариант ответа «другое» выбрало 2,5% опрошенных. Применение АВС-метода для ранжирования негативных сторон учебы в институте показало, что в группу А вошли такие проблемы, как большая загруженность и малое количество свободного времени и изучение ненужных с точки зрения студентов для будущей специальности учебных дисциплин (72,5%), в группу В – недостаточная организация внеучебной деятельности, неполучение необходимых знаний и отношения в студенческой среде (23,3%), в группу С – отношения студентов с преподавателями, отсутствие условий для научной работы и другие проблемы (4,2%). Поэтому совершенствование организации учебного процесса нужно, в первую очередь, начинать с оптимизации еженедельной и ежедневной учебной нагрузки, включая выделяемое время на выполнение заданий для самостоятельной работы, а также возможную коррекцию учебных планов для исключения частично дублирующих друг друга и второстепенных дисциплин и проведение специального занятия в рамках дисциплины «Введение в специальность», раскрывающего значение отдельных «ненужных» по мнению студентов дисциплин, которые формируют общекультурные и общепрофессиональные компетенции и опосредованно влияют на общий уровень подготовки будущих специалистов.

Таким образом, ключевыми факторами при выборе профессии являются ее значение для успешной карьеры, мнение родителей, наличие призвания и престиж профессии. Основные проблемы обучения в институте − большая загруженность занятиями и малое количество свободного времени, изучение маловажных для будущей специальности учебных дисциплин. Для улучшения организации учебного процесса в можно

рекомендовать оптимизацию еженедельной и ежедневной учебной нагрузки как аудиторной, так и внеаудиторной, и коррекцию набора дисциплин в учебных планах.

Илясова Е.В., к.э.н.
доцент
кафедра организации и планирования местного развития
Кубанский государственный университет
Россия, г. Краснодар

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРАКТИКИ БРЕНДИНГА РОССИЙСКИХ ГОРОДОВ (НА ПРИМЕРЕ Г.КРАСНОДАР)

Аннотация

Данная статья посвящена анализу практики продвижения города Краснодар с помощью брендинга территории. В рамках исследования был проведен опрос главной целевой аудитории территориального маркетинга – местного населения, и выявлены основные проблемы продвижения города.

Ключевые слова: бренд города, территориальный маркетинг, продвижение территории, городское управление.

PROBLEMS OF BRANDING PRACTICE OF RUSSIAN CITIES (ON THE EXAMPLE OF KRASNODAR)

Ilyasova Elena Valerevna. Cand. Econ. Sci., the senior lecturer.
The Kuban state university, chair of the organization and planning of local development

Abstract

The article analyzes the experience of promotion of Krasnodar through the place branding. A survey of the main target audiences of city marketing of the local community is made.

Key words: city brand, territorial marketing, promotion of the territory, urban governance.

Сегодня территории вовлечены в беспрерывную борьбу за развитие и рост благосостояния своего населения. Чтобы расширить возможности, территориям приходится постоянно привлекать инвесторов, потенциальных жителей, туристов, а также уметь формировать четкий и положительный бренд территории. Несмотря на «модность» самого термина «территориальный брендинг», его общепринятое определение остается предметом споров и обсуждений, а на практике брендинг городов остается только на словах.

Краснодар не стал исключением и получил свой собственный бренд, который из-за недостаточно эффективно выстроенной концепции внедрения не смог должным образом произвести впечатление на главную целевую аудиторию - местных жителей.

Если говорить об идее, то основной визуальной метафорой дизайна

является засеянное поле, дающее всходы и плоды. Логотип — это иллюстрация основной идеи концепта: «Краснодар — это поле возможностей. Логотип легко адаптируется к любой сфере городской жизни: бизнесу, аграрному комплексу, творческой составляющей. Как и любая идея, посеянная на поле возможностей, прорастает и даёт свои плоды.

На основании приведённой информации, было решено провести социальный опрос, который даст точный ответ на вопрос, насколько же узнаваем бренд города Краснодар.

Исходя из данных опроса, можно сказать, что, большая часть населения, независимо от пола и возраста, не видела логотип, что говорит о недостаточном графическом продвижении. Но та часть опрошенных, которая видела логотип, в большинстве случаев встречала его на улицах города, а именно на рекламных стендах.

Сейчас огромная часть информации продвигается благодаря интернет ресурсам, примечательно, что концепция продвижения не уделила должного внимания этому компоненту. Исследуя статистику второго дополнительно вопроса, можно с уверенностью сказать, что логотип не оправдал себя в глазах жителей города. Логотип бренда города Краснодар требует тщательной переработки, используя предложения местного населения.

Второй и самой главной проблемой брендинга Краснодара является тот факт, что 90% населения и вовсе не знают о том, что у города есть свой собственный бренд.

В Краснодаре о бренде не знает практически никто. Что опять же даёт чёткий ответ, что концепция продвижения неэффективна и требует доработки и поиска путей развития. Население города уже больше миллиона жителей, а привлеклось всего 500 человек, что совершенно недостаточно для успешной разработки бренда с участием населения. Так же бренд не был использован ни в одном из городских мероприятий, хотя таких мероприятий было огромное количество, но власти города не посчитали нужным использовать бренд, благодаря этому, такой процентный показатель.

Примечательно, что по мнению жителей разных возрастов, логотип и вовсе не соответствует своему городу, не вызывает никаких ассоциаций с Краснодаром, о чём свидетельствуют 85% голосов.

Вероятно, если бы создание брендинга привлекло больше местных жителей, то были бы внесены определённые коррективы в разработку. В данном случае процент соответствия представления о Краснодаре имел бы больший процентный коэффициент, чем в нынешней ситуации, когда разработкой брендинга были заняты студенты, которые не имеют никакого отношения к Краснодару.

Говоря о слогане, опрос показал, что его так же слышала очень маленькая часть опрошенных, а именно 15%. Все люди, которые все же слышали его, без исключения узнали о нём в сети интернет, а не по телевизору или радио. В проведённом исследовании было замечено, что в

настоящее время интернет содержит в себе большее количество информации, чем телевидение, но при этом, интернетом меньше пользуются люди пенсионного возраста, которые так же считаются частью населения. При этом, радио, которое слушают все, начиная от пенсионеров и заканчивая детьми, так же не осведомило местных жителей хотя бы какой-нибудь информацией касательно слогана бренда города «Краснодар – жизнь со вкусом».

Это говорит о недостаточной освещённости бренда в СМИ, местные средства массовой информации вовсе упустили из вида такой важный момент в жизни города, как появление собственного бренда, оставив всего лишь одну новость в течение всего года.

Важным фактом является то, что в принятии участия создания бренда города Краснодар хотели бы поучаствовать 50% опрошенных, большая часть из них до 40 лет, а именно 70%, что говорит о том, что в участии общественной жизни заинтересована молодая, трудоспособная, активная часть населения, а должны принимать участие все типы возрастов. Но люди от 40 лет не видят нужды в этом. 25% проголосовали отрицательно на предложение в создании бренда и остальные 25% затруднились ответить, ссылаясь на то, что они понятия не имеют, для чего нужен бренд и что это такое.

Данный социальный опрос помог раскрыть недостатки брендинга города Краснодар в процентном соотношении. Исходя из статистики опроса, можно сделать вывод:

1) бренд города в большей степени негативно принят местными жителями, независимо от пола и возраста;

2) так же было привлечено очень маленькое количество жителей города, благодаря чему у подавляющего числа участников опроса сложилось противоречивое мнение о бренде, который, по их мнению, требует доработки концепции развития и продвижения. Примечательно, что многие недостатки появились из-за того, что в создании участвовала мизерная часть населения «города-миллионника», потому что большая часть опрошенных не отказалась бы от помощи в содействии создания бренда своего города;

3) так же отчётливо видно, что фигурирование бренда Краснодара в различных мероприятиях могло бы отлично продвинуть бренд визуально и огромное количество жителей были бы в курсе наличия бренда в собственном городе.

Подводя итог, можно определить, что бренд города появился не так давно и ещё недостаточно развит, но уже можно с уверенностью сказать, что возможность продвинуть айдентику бренда вполне по силам, не привлекая внушительных затрат. Естественно, можно использовать успешные идеи других городов, но по определённым причинам они не смогут быть реализованы должным образом, поэтому следует придумывать что-то новое, что выделит Краснодар на фоне остальных городов, но это требует

тщательной проработки и анализа.

Использованные источники:

1. Брендинг города Краснодар. [Электронный ресурс]. URL: https://www.krd.ru/files/econom-razvitie/brend/Branding2015-Group-E_fullversion.pdf (дата обращения: 07.10.2016)
2. Официальный интернет-портал администрации муниципального образования город Краснодар и городской Думы Краснодара [Электронный ресурс]. URL: http://krd.ru/ (дата обращения: 12.10.2016)

Каныгина А.С.
студент 2 курса
институт экономики и управления
Козлова Ю.В.
научный руководитель, старший преподаватель
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ ЗАТРАТ В КОМПАНИИ

Смысл бюджетирования заключается в повышении экономической эффективности и финансовой устойчивости предприятия через координацию усилий всех подразделений и их ориентацию на достижение определенного количественного результата.

Обычно бюджеты вводятся, когда нужно изменить существенную систему финансового планирования из-за ее недостаточной эффективности. Что касается определения, то *бюджетирование* – это метод распределения ресурсов на основе данных, выраженных в количественной форме. [1]

Безусловно, система бюджетирования – один из самых современных инструментов управления организацией, механизм планирования ее финансовой и хозяйственной деятельности в долгосрочном, среднесрочном и краткосрочном периодах. Основная задача системы – составление бюджета и контроль его использования по всем направлениям деятельности.

Если рассматривать основные виды и методы бюджетирования, то, расчеты, которые ведутся при формировании бюджета предприятия, позволяют в полном объеме и своевременно определить, какая сумма денег необходима для выполнения задач компании, а также источники поступления этих средств (собственные, кредитные, бюджетные или средства инвестора).

Результат финансового планирования отражается в разных бюджетах, которые применяются в зависимости от структуры и размера организации, формы собственности, распределения функций и зон ответственности, профиля деятельности и т.п.[2]

Также существуют и основные подходы к процессу бюджетирования:

1. «Сверху-вниз». Предполагает, что топ-менеджеры осуществляют

бюджетирование с минимальным привлечением руководителей среднего и низшего уровней. Такой подход позволяет полностью учитывать стратегические цели компании, не тратить много времени и избегать проблем, связанных с согласованием. Но есть и недостаток – слабая ориентация менеджеров среднего и низшего звеньев на достижение целей.

Этот вариант обеспечивает согласованность бюджетов разных подразделений и позволяет задавать контрольные показатели по продажам, расходам и т.п. для оценки эффективности работы отделов. В целом подход «сверху вн6из» предпочтителен.

2. «Снизу вверх». Применяется на крупных предприятиях. Руководители служб и отделов составляют собственные бюджеты. Затем они обобщаются (например, в бюджеты цеха, производства, завода) менеджерами среднего и высшего звеньев путем согласования и координации разных бюджетных данных.

Вариант «снизу вверх» предусматривает сбор и фильтрацию бюджетной информации, которая проходит путь от исполнителей к менеджерам нижнего звена и далее к руководству компании. Но все же уходит много сил и времени на согласование бюджетов разных подразделений или бизнес-единиц. Данный подход широко распространен ввиду неопределенности перспектив развития рынка в целом.

3. «Снизу вверх и сверху вниз». Самый сбалансированный метод – позволяет избежать негативных последствий предыдущих подходов: топ-менеджеры дают только целевые установки, а нижестоящие руководители формируют и согласуют бюджет, направленный на достижение целей всей компании.

Следует учесть, что при использовании бюджетирования «снизу вверх и сверху вниз» руководители должны четко понимать особенности организации, специфику деятельности и иметь способности и возможности делать реалистичные прогнозы хотя бы на рассматриваемый период.[3]

Итак, бюджетирование - процесс планирования и контроль финансово-экономического состояния предприятия с распределением ответственности за результаты работы. Также составление бюджета и выбор правильного подхода входит в общую систему планирования. В него включаются все затраты на персонал, которые разделяются на статьи в соответствии с задачами и видами деятельности.

Использованные источники:

1. Веснин, В. Р. Управление персоналом. Теория и практика: учебник /В.Р. Веснин. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2011. – 688 с

2. Дятлов, В.А. Управление персоналом: учеб. пособие / В.А. Дятлов.- М.: ПРИОР, 2009. – 365 с.

3. Управление персоналом организации/ под ред. А.Я. Кибанова. — М.: Инфра-М, 2009. – 638 с.

Каныгина А.С.
студент 2 курса
институт экономики и управления
Козлова Ю.В.
научный руководитель, старший преподаватель
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово

ОЦЕНКА И АТТЕСТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

На сегодняшний день для успешного функционирования системы оценки персонала должны быть выполнены следующие условия:

- ✓ Во-первых, должна быть заинтересованность и поддержка со стороны руководства;
- ✓ Во-вторых, организация должна иметь в своем штабе грамотных специалистов, которые разбираются в сфере работы системы оценки;
- ✓ В-третьих, своевременное информирование сотрудников о целях и содержании системы оценки;
- ✓ И, наконец, в-четвертых, обеспечение связи между системой оценки рабочих показателей и системой оплаты труда.[1]

Безусловно, сотрудники оцениваются по следующим критериям:

- по достигнутым результатам
- по качеству выполнения обязанностей
- по профессиональному потенциалу

Каждый из критериев имеет свои преимущества и недостатки. При рассмотрении понятия **оценка персонала,** мы понимаем, что это является комплексом мероприятий, который позволяет определить в какой мере сотрудник обладает необходимыми качествами и знаниями, которые нужны ему для решения производственных задач.[2]

Также актуальным является рассмотрение методов оценки и их описание. Перечислим некоторые из них:

- ✓ *Биографический.* Он заключается в анализе анкетных данных (автобиографии, документы об образовании, характеристик)
- ✓ *Интервьюирование*, другими словами собеседование. Беседа с работником в режиме «вопрос-ответ», как правило, по заранее составленной произвольной схеме;
- ✓ *Тестирование*. Определение профессиональных знаний и умений с помощью специальных тестов;
- ✓ *Анкетирование*. Оценочная анкета содержит набор вопросов, на которые должен ответить сотрудник. Специалист, проводящий оценку, анализирует наличие или отсутствие перечисленных в опроснике черт и отмечает подходящий вариант;
- ✓ *Ранжирование*. Сравнение между собой работников, которые оцениваются по выбранному критерию, их расположение в порядке

убывания или возрастания рангов;

- ✓ *Моделирование*. Анализ конкретных ситуаций.
- ✓ *Самоанализ*. Проверка самооценки работника по заданным критериям.
- ✓ *Метод независимых судей*. Независимые члены комиссии (6-7 человек) задают оцениваемому сотруднику вопросы по разным сферам деятельности. Процедура напоминает допрос. «Судьи» фиксируют верные и неверные ответы. Затем выдается заключение. Возможна и компьютерная обработка ответов, тогда заключение составляет специальная программа;
- ✓ *Стандарты исполнения*. Этот метод позволяет оценить, достиг ли сотрудник результата, который считается нормой для его должности. Способы определения рабочих стандартов: средняя продукция группы, время выполнения, работы по образцу, экспертное заключение;
- ✓ *Критический инцидент*. Создание критической ситуации и наблюдение за поведением человека в ней (конфликт, принятие сложного решения, стрессовая ситуация);
- ✓ *Деловая игра*. Поведение деловой игры, анализ знаний и умений, ранжирование игроков по их ролям (например, «критик», «эксперт», «наблюдатель» и др.) и оценка способности к работе в малой группе.[3]

Любые из перечисленных методов оценки могут быть использованы руководством. В первую очередь, это будет зависеть от целей, которые преследует организация. [4]

Таким образом, по вышеперечисленным методам оценки можно определить уровень подготовки людей, выявить необходимость в обучении персонала и выделить лучших специалистов по объективным критериям.

Итак, можно вывести пошаговый алгоритм действий:

1шаг: Определение целей и задач;

2 шаг: Выбор критериев оценки и разработка оценочных шкал;

3 шаг: Выбор методов оценки;

4 шаг: Определение того, кто будет проводить оценку;

5 шаг: Обеспечение организационной поддержки проведения оценки;

6 шаг: Проведение оценочных процедур;

7 шаг: Обработка, анализ и представление результатов;

8 шаг: Принятие решений по результатам оценки;

9 шаг: Анализ результатов принятых решений, оценка эффективности созданной технологии.

Нужно учитывать важный критерий, если мы будем оценивать только по результату, то можно упустить момент: как был достигнут результат? Возможно, совершенно неприемлемым, непозволительным с точки зрения идеологии компании способом. Если оценка все же фокусируется на качестве работы, то могут остаться без внимания ее цели и смысл. Наконец, большой профессиональный потенциал - еще не гарантия эффективности в трудовой деятельности: при низкой мотивации человек, человек как правило

не использует свой потенциал в полной мере. А с помощью рассмотренных выше методов, мы можем увидеть целостную картину, получить наиболее точную характеристику работников компании.

Использованные источники:

1. Веснин, В. Р. Управление персоналом. Теория и практика: учебник /В.Р. Веснин. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2011. – 688 с
2. Дятлов, В.А. Управление персоналом: учеб. пособие / В.А. Дятлов.- М.: ПРИОР, 2009. – 365 с.
3. Управление персоналом организации/ под ред. А.Я. Кибанова. — М.: Инфра-М, 2009. – 638 с.
4. Зайцева, Т. В. Управление персоналом: учеб. /Т. В. Зайцева, А. Т. Зуб. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2008. – 336 с.

Карпова В.А.
студент 4 курса
профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Овчинникова И.В.
научный руководитель, старший преподаватель
кафедра управленческого учета и анализа
КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово

УСТРОЙСТВО БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ПРИНЦИПЫ ЕЕ ПОСТРОЕНИЯ

Статья посвящена рассмотрению устройства бюджетной системы Российской Федерации, изучению ее уровней.

Ключевые слова: бюджет, бюджетная система, уровни бюджетной системы, принципы бюджетного устройства.

Бюджетная система является важнейшей составляющей всей финансовой системы государства, благодаря которой происходит распределение денежных средств для выполнения функций государства.

Целесообразно было бы начать с понятия «бюджет», итак,бюджет представляет собой форму образования и расходования денежных средств, предназначенных для финансового обеспечения задач,функций государства и местного самоуправления [1].

Государственный бюджет – это отношения, возникающие по поводу перераспределения национального дохода, который в свою очередьпредназначен для финансового обеспечения задач и осуществления государственных функций вследствие образования и использования бюджетного фонда страны.

Роль бюджета состоит в том, что он образует некую финансовую основу, необходимую для осуществления деятельности государственных органов и органов местного самоуправления.

Бюджетный кодекс Российской Федерации дает следующее понятие бюджетной системы– «это основанная на экономических отношениях и государственном устройстве Российской Федерации, регулируемая законодательством Российской Федерации совокупностьфедерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, местных бюджетов и бюджетов государственных внебюджетных фондов»[2].

Любая система представляет собой совокупность каких-либо элементов, находящихся во взаимодействии друг с другом.

Бюджетная система Российской Федерации состоит из трехуровней:

1 уровень –федеральный бюджет и бюджеты государственных внебюджетных фондов Российской Федерации;

Федеральный бюджет является основным финансовым планом государства на финансовый год [3].

К государственным внебюджетным фондам РФ относятся [2]:

- бюджет Пенсионного фонда РФ;
- бюджет Фонда социального страхования РФ;
- бюджет Федерального фонда обязательного медицинского страхования;

2 уровень – бюджеты субъектов Российской Федерации и бюджеты территориальных государственных внебюджетных фондов;

Бюджеты субъектов РФ – это региональные бюджеты, а к бюджетам территориальных государственных внебюджетных фондов относятся бюджеты территориальных фондов обязательного медицинского страхования.

3 уровень – местные бюджеты.

Местные бюджеты представляют собой бюджеты муниципальных образований.

Каждый из перечисленных уровней находится в тесной взаимосвязис другими уровнями.

Для того, чтобы бюджетная система была действенной, необходимо соблюдение определенных принципов. Бюджетная система основана на

следующих принципах построения бюджетной системы[4]:

- единство бюджетной системы РФ (единство бюджетного законодательства);
- открытость (прозрачность);
- достоверность бюджета;
- сбалансированность бюджета;
- эффективность использования бюджетных средств;
- разграничение доходов, расходов и источников финансирования дефицитов бюджетов между бюджетами бюджетной системы РФ;
- самостоятельность бюджетов;
- полнота отражения доходов, расходов и источников финансирования дефицитов бюджетов;
- равенство бюджетных прав;
- совокупное покрытие расходов бюджетов;
- адресность и целевой характер бюджетных средств;
- и т. д.

В рамках данной статьи рассмотрим два основных, по нашему мнению, принципа бюджетной системы.

Принцип сбалансированности бюджета заключается в том, что объем предусмотренных бюджетом расходов должен соответствовать суммарному объему доходов бюджета и поступлений источников финансирования его дефицита, которые в свою очередь должны быть уменьшены на суммы выплат из бюджета, связанных с источниками финансирования дефицита бюджета и изменением остатков на счетах по учету средств бюджетов.

Принцип эффективности использования бюджетных средств означает, что при составлении и исполнении бюджетов участники бюджетного процесса должны экономно использовать средства для достижения задуманных результатов или для достижения намеченных целей, средства должны использоваться эффективно.

На мой взгляд, именно эти принципы являются основополагающими, и именно из них «вытекают» все остальные принципы бюджетной системы.

Также хотелось бы отметить, что два эти принципа тесно взаимосвязаны между собой. Так, принцип эффективности использования бюджетных средств так или иначе влияет на сбалансированность бюджета.

Можно заметить, что на практике данные принципы реализуются не в полной мере, но органы государственной власти не стоят на месте в решении данного вопроса, и в настоящее время существуют методики, позволяющие оценить их результативность [6].

Таким образом, хотелось бы сделать вывод о том, что финансовая система государства в целом функционирует в тесной взаимосвязи с бюджетной системой. Бюджет в свою очередь определяет на какие именно задачи государству необходимо обратить наибольшее внимание в данный

промежуток времени.

Как говорилось ранее, любая система – это множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которое образует определённую целостность. Это еще раз доказывает тот факт, что для наилучшего функционирования бюджетной системы, необходимо комплексное решение поставленных задач и проблем, связанных с реализацией бюджетов на различных уровнях бюджетной системы, а также принципов построения бюджетной системы Российской Федерации.

Использованные источники:

1. Овчинникова, И. В. ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В сборнике: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СТАРОПРОМЫШЛЕННЫХ РЕГИОНОВ Сборник материалов международного экономического форума, посвященного 65-летию КузГТУ. 2015. С. 98.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 г. N 145-ФЗ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.garant.ru/12112604/
3. Федеральный бюджет России. Википедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Федеральный_бюджет_России
4. Дементьев, Д. В. Бюджетная система Российской Федерации: учебник / Д.В. Дементьев. – М.: КНОРУС, 2016 – 332 с. – (Бакалавриат).
5. Бюджетная система и бюджетное устройство. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://www.finteoria.ru/budsistema.html
6. Кцоева, Е. Р. Анализ реализации принципов бюджетной системы Российской Федерации на практике. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-realizatsii-printsipov-byudzhetnoy-sistemy-rossiykoy-federatsii-na-praktike

Кашпарова А.И.
магистрант
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»
Россия, г. Москва

СТРАХОВАНИЕ ГОСТИНИЦ КАК СПОСОБ УБЕРЕЧЬ БИЗНЕС ОТ НЕПРЕДВИДЕННЫХ РАСХОДОВ

Аннотация: Актуальность данной темы заключается в том, что на сегодняшний день все чаще владельцы собственного бизнеса прибегают к помощи страховых компаний, чтобы уберечь себя от дополнительных и лишних расходов. Страховые компании предоставляют огромный выбор программ, и намного разумнее потратить деньги на приобретение данной услуги, нежели выплачивать много денег за понесенный ущерб.

Abstract: The relevance of the article is due to the fact that nowadays the

hoteliers often use the services of insurance company to avoid additional expenses. The insurance company provide a wide range of different programs and it is more logical to pay money for these programs but not for loses.

Ключевые слова: страховая компания, риски, потери, гостиницы.
Key words: insurance company, loses, risks, hotels.

В любой индустрии существует множество рисков и потерь, которые требуют особого внимания. Индустрия гостеприимства не исключение. Поскольку отели предоставляют определённые удобства и услуги для клиентов, возможность подвергнуться какому-то риску возрастает с каждым днем, и зачастую необходимо обратиться за помощью к страховым компаниям, чтобы обезопасить себя и свой бизнес.

Как мы уже знаем, клиент может приобрести любую страховку (медицинскую, страхование гражданской ответственности, т.д.) во время поездки и отдыха. Но немаловажным является тот фактор, что и владелец гостиницы может застраховать себя от различного рода потерь. По договору страхования можно оформить договор в пользу как физического лица, так и в пользу юридического. Таким образом, владелец гостиницы становится страхователем, которому предлагаются различные пакеты услуг комплексного и едино разового страхования.

Страховые компании обеспечивают гостиницы услугами, страхуя гостиницу, прежде всего от непредвиденных расходов по гражданской ответственности.

Существуют различные виды рисков ответственности, с которыми сталкиваются руководители гостиниц. Имея определенное страхование, отель может уберечь себя от лишних растрат, а также поддержать свой бизнес в здоровом финансовом состоянии.

Выделим некоторые из многочисленных типов покрытия ответственности, которые доступны практически в каждом страховой полисе:

• *Общая ответственность*: защищает бизнес от повреждения имущества гостей во время пребывания в отеле;

• *Рабочие компенсации*: если работник получил травму на работе, работодателю необходимо предоставить сотруднику покрытие медицинских расходов за лечение;

• *Страхование автомобил*ей: многие отели имеют лимузины или трансферы для гостей. Необходимо застраховать данное имущество от возможных повреждений и нанесение урона. Это касается не только ДТП, но и также несчастных случаев, которые могут возникнуть в результате нападения/ взлома автомобиля.

• *Ответственность по спиртным напиткам*: безусловно, в отеле всегда есть бар, который предлагает гостям спиртные и алкогольные

напитки, а также отель может предоставлять их в номера и рестораны. В случае, когда гость находится в состоянии алкогольного опьянения и наносит ущерб имуществу гостиницы или телесные повреждения себе или сотрудникам отеля, страховая компания готова возмещать расходы по данному риску в рамках программы страхования;

- *Медицинская ответственность*: практически во всех гостиницах есть служба питания (рестораны, бары, room service). Если по какой-то причине у клиента произошло пищевое отравление по вине гостиницы, данное страховое покрытие защитит от расходов, вытекающих в следствии данного риска;
- «*Кибер» ответственность*: данный тип страхования связан напрямую с управлением системных обеспечений. Это может касаться как кибер атак доступа к личной информацией о гостях, так и конфиденциальной информации предприятия в целом;
- *Ответственность по трудоустройству*: такое страхование защищает от потерь, связанных с исками против гостиничного бизнеса от недовольных сотрудников.

Несмотря на вышеперечисленные виды ответственности и типы страхования по ним, также немаловажным являются риски, связанные с производственно-хозяйственной деятельностью, а также финансовой стороной бизнеса.

Таким образом, можно выделить следующие варианты покрытия:

1) *Общее покрытие объекта*: безусловно, любой отель оснащен определённой материально-технической базой (мебель, электроника, ковровые покрытия, удобства и различное имущество). При утрате или повреждении данного имущества в результате пожара, кражи, вандализма, суровых погодных условий, владелец несет определенные расходы по восстановлению данной базы. Данный тип покрытия позволяет уберечь себя и возместить расходы в полном или частичном объеме в зависимости от типа страховой программы.

2) *Покрытие при поломках производственного оборудования*: отдельно необходимо выделить данный тип страхового покрытия, так как оборудование в гостинице может выйти из строя в любой момент. Оборудование на кухне повлияет на обслуживание в ресторанах, неисправность компьютерной системы приведет к сбою в резервировании, тем самым гостиница рискует потерять клиентов. Охват страхового покрытия позволит Застрахованному получить средства на ремонт неисправного оборудования или покроет расходы, которые понесет клиент.

3) *Покрытия по непредвиденным ситуациям*: в случае, если необходимо закрыть гостиницу на неопределенный срок, к примеру, на ремонт, владелец может рассчитывать на покрытие приостановки бизнеса, тем самым получив компенсацию по потере предполагаемого дохода. Это покрытие, как правило, распространяется на выплаты сотрудникам

ежемесячной заработной платы и оплаты ЖКХ, а также аренды здания. Данное покрытие, как правило, ограничено сроков на один год.

4) *Покрытие по порче пищевых продуктов*: самый распространенный вид страхования. Нередко случается ситуация, когда оборудование на кухне выходит из строя и пропадает большое количество продуктов питания. Охват данного покрытия компенсирует потерянные или испорченные продукты, как правило, в полном размере.

5) *Покрытие уголовной ответственности*: сюда входит воровство как со стороны клиентов, так и со стороны сотрудников.

6) *Покрытие расходов электроэнергии*: отключение электричества или поломка на электростанции в районе, где находится гостиница, нередко приводят к большим расходам со стороны отельера. Дополнительное покрытие по данному страховому риску позволяет обеспечить себя гарантией, что все расходы и убытки будут возмещены.

В заключении можно сделать вывод, что гостиница, как и любой другой бизнес, имеет не только риски, касающиеся потери клиентов, но также и производственно-хозяйственные, и ряд других рисков, которые отразятся на расходах предприятия, что повлияет не только на качестве обслуживания, но и на имидже гостиницы в целом.

Килякова О.М.
магистрант 1 курса
институт менеджмента
ОГУ
Российская Федерация, г. Оренбург

ПОДХОДЫ К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье рассматриваются основные виды организационных структур предприятия. Организационная структура управления эта целостная система элементов которые образуют единую цепь.

Менеджмент.Организационная структура. Предприятие. Система.

This article discusses the major types of enterprise organizational structures. The organizational structure of management, this complete system of elements that form a single chain.

Menedzhment.Organizatsionnaya structure. Company. System.

Организационная структура управления (ОСУ) является одним из ключевых понятий менеджмента, тесно связанных с целями, функциями, процессом управления, работой менеджеров и распределением полномочий между ними. В рамках организационной структуры протекает весь управленческий процесс (движение потоков информации и принятие управленческих решений), в котором участвуют менеджеры всех уровней, категорий и профессиональных специализаций. ОСУ можно сравнить с каркасом здания управленческой системы, обеспечивающим своевременное и качественное протекание всех управленческих процессов. Отсюда то внимание, которое руководители организаций уделяют принципам и методам построения структур управления, выбору их типов и видов, изучению тенденций изменения и оценкам соответствия задачам организаций.

Под структурой управления (СУ) понимается упорядоченная совокупность устойчиво взаимосвязанных элементов, обеспечивающих функционирование и развитие организации как единого целого. ОСУ определяется также как форма разделения и кооперации управленческой деятельности, в рамках которой осуществляется процесс управления по соответствующим функциям, направленным на решение поставленных задач и достижение намеченных целей. С этих позиций СУ представляется в виде системы оптимального распределения функциональных обязанностей, прав и ответственности, порядка и форм взаимодействия между входящими в ее состав органами управления и работающими в них людьми. Система управления организацией представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Система управления организацией

При разработке ОСУ предприятием в современных условиях хозяйствования важное место занимает аспект, связанный с определением конкретного способа их построения. В соответствии с выбранным способом построения оргструктуры управления предприятием, главное внимание, как правило, уделяется разделению работ на отдельные функции и обеспечению соответствия деятельности ответственности предприятием управленческих работников предоставляемым им полномочиям. На структуры этой основе процессов в течение процессов многих десятилетий в стране процессов создавались так называемые процессов формальные процессов структуры управления, которые процессов известны как адаптивные процессов и предприятием бюрократические. Классификация организационных структур представлена на рисунке 2 .

Процесс проектирования деятельности бюрократических СУ, представлен следующими предприятием положениями: четкие процессов линии предприятием прав, идущие процессов сверху вниз (цепь команд); единоначалие, в соответствии предприятием с которым каждый работающий в

Рисунок 2 – Классификация организационных структур предприятия

организации предприятием не процессов должен иметь более процессов одного управления непосредственного управления руководителя; соответствие процессов прав и предприятием ответственности; абсолютная деятельности ответственность руководителей более процессов высокого управления уровня деятельности за структуры действия деятельности своих подчиненных; делегирование процессов прав как можно управления ниже процессов по управления управленческой вертикали; специализация деятельности работ с выделением одной основной функции предприятием для деятельности каждого управления работника; отделение процессов линейных функций от штабных; ограничение процессов сферы контроля деятельности (масштаба структуры управляемости); простота структуры и предприятием гибкость организации, обеспечивающие процессов ее процессов приспособляемость к изменяющимся деятельности условиям.

ОСУ иерархического управления (бюрократического) типа структуры можно управления охарактеризовать как: сложные процессов структуры (с большим числом горизонтальных и предприятием вертикальных связей); высоко управления формализованные, с коммуникациями, направленными предприятием преимущественно управления сверху вниз, и предприятием незначительным участием низового управления персонала структуры в принятии предприятием решений. Поэтому их часто управления называют структурами-пирамидами. Принципы их построения, явившиеся деятельности результатом глубокого управления анализа структуры процессов управления, до управления сих пор рассматриваются деятельности теоретиками предприятием менеджмента структуры как доказавшие процессов свою эффективность, несмотря деятельности на структуры то, что управления само управления присутствие процессов в этой организации концепции предприятием слова структуры «бюрократический» вызывает в сегодняшних условиях реакцию отторжения.

Другой организации подход к построению организационных структур управления деятельности возник во управления второй организации половине процессов XX века структуры и предприятием характеризуется деятельности тем, что управления основное процессов внимание процессов уделяет связям компании предприятием с внешней организации средой организации и предприятием ее процессов изменениями. Происходящий организации во управления всем мире процессов переход к информационному обществу предъявляет новые процессов требования деятельности к системе процессов отношений организации между организациями предприятием и предприятием соответствующему построению процессов и предприятием структур управления. В большинстве процессов случаев предпочтение процессов отдается деятельности более процессов гибким формам построения деятельности отношений организации между людьми предприятием в организациях, что управления означает отказ от излишней организации формализации предприятием и предприятием

бюрократизации предприятием процессов, сокращение процессов числа структуры иерархических уровней организации при предприятием одновременном повышении предприятием горизонтальной организации интеграции предприятием между персоналом. Этот тип структуры получил название процессов органического, и предприятием его управления главной организации характеристикой организации является деятельности групповая деятельности и предприятием индивидуальная деятельности ответственность каждого управления работника структуры за структуры общий организации результат. При предприятием таком подходе процессов отпадает необходимость в глубоком разделении предприятием труда структуры по управления видам работ, а структуры между участниками предприятием процесса структуры управления деятельности возникают отношения, диктуемые процессов не процессов структурой, а структуры характером решаемой организации проблемы.

Современные процессов проблемы организационных структур управления деятельности часто управления решаются деятельности вместе процессов с формированием проблемно-ориентированных команд. Это управления связано управления с глобализацией организации и предприятием широким обобществлением деятельности предприятием участников управленческого управления процесса, корпоративностью их интересов. В условиях развития деятельности данных процессов иерархичность и предприятием линейность управления деятельности сужают организационные, а структуры главное процессов – интеллектуальные процессов возможности предприятием такой организации организационной организации структуры. Связи предприятием между участниками предприятием управленческого управления процесса структуры приобретают широкую сетевую структуру. Появляется деятельности принципиально управления новые процессов адекватные процессов синергетическим интересам общественного управления развития деятельности – виртуальные процессов организационные процессов структуры управления.

Сетевые процессов технологии предприятием формирования деятельности ОСУ деятельности характеризуются деятельности созданием виртуальных корпораций, как адекватной организации формы организации предприятием делового управления сотрудничества. Виртуальные процессов структуры эффективны, поскольку пользуются деятельности преимуществами предприятием структуры управления деятельности и предприятием групп собственников. При предприятием этом отдельные процессов участники предприятием сетевой организации структуры, находящиеся деятельности на структуры верхнем уровне процессов управленческой организации иерархии, концентрируют вокруг себя деятельности и предприятием своей организации деятельности предприятием активное процессов участие процессов других структур и

предприятием организаций, образуя деятельности общие процессов и предприятием взаимно управления дополняемые процессов цели, формируя деятельности новые процессов бизнес – стратегии.предприятие

Возникновение процессов органических (в частности предприятием матричных) структур – первый организации шаг к формированию проблемно-ориентированных команд, который организации знаменует превращение процессов менеджера структуры в исполнителя деятельности и предприятием представителя деятельности команд, а структуры также процессов переход от иерархических к сетевым, корпоративным структурам управления деятельности – современным демократическим горизонтальным структурам. Реализацию сетевого управления принципа структуры построения деятельности управления деятельности можно управления проследить в структурах холдингового управления типа. Сетевые процессов структуры особенно управления перспективны в открытых социально-экономических системах, ориентированных на структуры сотрудничество. Здесь отношения деятельности прямого управления сотрудничества структуры непосредственных исполнителей, как правило, вытесняют иерархически предприятием бюрократические процессов отношения. Менеджмент в сетевых структурах начинает играть принципиально управления иную роль, поскольку представляет собой организации уже процессов не процессов надстройку над производственной организации и предприятием маркетинговой организации базой организации со управления свойственными предприятием ей организации контрольно-распорядительными предприятием функциями, а, напротив, обеспечивает поддержку этой организации базы.

Функции предприятием менеджера структуры становятся деятельности сравнимыми предприятием с функциями предприятием тренера: осуществляется деятельности подбор игроков, их обучение процессов и предприятием постоянная деятельности тренировка, формирование процессов команды, организация деятельности совместной организации работы. Причем нужно управления отметить, что управления в данном случае процессов менеджер - играющий организации тренер. Его управления контрольно-распорядительные процессов функции предприятием сочетаются деятельности с талантом специалиста, создающего управления определенную добавленную стоимость, способного управления к наращиванию «человеческого управления капитала», а структуры также процессов собственно управления «командного управления капитала».

Такая деятельности организационная деятельности структура, которая деятельности все процессов чаще процессов называется деятельности «виртуальной», позволяет менеджеру, ранее процессов озабоченному проблемой организации стабильности предприятием и предприятием защиты предприятия, перейти предприятием к управляющим воздействиям с целью внесения деятельности изменений организации в исходные процессов

условия деятельности функционирования деятельности объекта структуры управления деятельности и предприятием в его управления потенциал.

Сетевые процессов технологии предприятием формирования деятельности структур управления деятельности все процессов больше процессов распространяются деятельности за структуры пределы отдельных фирм и предприятием организаций, в направлении предприятием формирования деятельности виртуальных корпораций организации как высокой организации формы организации предприятием сетей организации делового управления сотрудничества. Организационные процессов структуры все процессов больше процессов начинают соответствовать структурам информации, информационным технологиям. При предприятием этом отдельные процессов участники предприятием сети предприятием концентрируются деятельности вокруг базового управления вида структуры деятельности. Сегодня деятельности анализ особенностей организации построения, преимуществ и предприятием недостатков организационных структур управления деятельности современными предприятием предприятиями предприятием позволяет сделать важный организации вывод: выбор определенной организации организационной организации структуры управления деятельности должен соотноситься деятельности со управления стратегическими предприятием целями предприятием компании. преССовершенствование процессов оргструктур на структуры предприятии предприятием включает выбор рационального управления соотношения деятельности централизации предприятием и предприятием децентрализации предприятием управления, сочетания деятельности вертикального управления (линейного) и предприятием горизонтального управления (функционального) руководства структуры с оптимальным распределением функций, прав и предприятием обязанностей организации между подразделениями предприятием и предприятием должностными предприятием лицами.

В условиях рыночной организации экономики предприятием изменение процессов организационной организации структуры управления деятельности предприятием должно управления идти предприятием по управления пути предприятием сочетания деятельности принципов централизации, специализации предприятием и предприятием экономической организации самостоятельности предприятием структурных единиц, создания деятельности гибких программно-целевых структур управления, позволяющих быстро управления реагировать на изменения внешней организации среды и требований организации к производству. При этом централизованное руководство состоит, главным образом, в информационном обеспечении и выработке рекомендаций.

Использованные источники:

1. Алексеева, В.И. Организационная структура управления субъектом предпринимательской деятельности / В.И. Алексеева, В.А. Ярковой //

Технико-технологические проблемы сервиса. - 2013. - № 3 (25). - С. 96-100.
2. Бойкова, Ю.А. Формирование системы управления организации на основе интеграционного подхода / Ю.А. Бойкова, Е.И. Куценко Е.И. // Вестник магистратуры. - 2016. - № 3-2 (54). - С. 46-48.
3. Жемчугов, А.М. Оптимальная организационная структура предприятия / А. М. Жемчугов, М. К. Жемчугов // Проблемы экономики и менеджмента. – 2015. - № 5. – С. 7-28.
4. Махнова, Г.Ю. Совершенствование организационной структуры управления предприятием / Г.Ю. Махнова, С.А. Шевченко // Интеллект. Инновации. Инвестиции. - 2013. - № 1. - С. 77-80.
5. Ступникова, И.Ю. Совершенствование организационной структуры управления как условие обеспечения конкурентоспособности организации / И.Ю. Ступникова, Е.И. Куценко // Теория и практика современной науки. - 2016. - № 2 (8). - С. 404-409.

Кирьянова Е.А.
студент 3 курса
направление «Экономика»
Зюзина Н.Н., к.э.н.
доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ
Россия, г. Липецк

РЕБРЭНДИНГ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Ключевые слова: маркетинг, ребрендинг, рестайлинг, виды ребрендинга.

Keywords: marketing, rebranding, restyling, types of rebranding.

Аннотация: данная статья посвящена такому процессу как ребрендинг. Время не стоит на месте, клиенты становятся более требовательными, и компании вынуждены меняться, чтобы не терять свои позиции на рынке, обходить конкурентов и увеличивать свою целевую аудиторию.

Annotation: this article is devoted to such process as rebranding. Times does not stand still, customers are becoming more demanding, and companies are forced to change in order not to lose its position in the market, overcome competitors and increase its audience.

На сегодняшний день очень многие компании занимаются

переоценкой своих позиций на рынке и перспектив в будущем. С возникновением новых потребительских возможностей (увеличение благосостояния населения, повышения уровня самооценки) любая компания борется за каждого своего клиента. Это ведет к тому, что потребители становятся намного требовательнее и избирательнее, щепетильнее относятся к выбираемым товарам и услугам, тщательно выбирают их. В данной ситуации происходит следующее: предприятия, производящие товары или предоставляющие услуги населению, начинают искать новые пути и решения, которые позволили бы им не только удержать свои уже существующие позиции и не потерять уже имеющихся клиентов, но и расширить границы своего влияния и привлечь новых покупателей. Такие возможности могут предоставить ребрендинг.

Ребрендинг – комплекс мероприятий, способствующий изменению отношения потребителя к данной компании в лучшую сторону. Ребрендинг – это, как правило, изменения сути бренда, его идеологической платформы, его перепозиционирование для клиентов. Как правило, в результате ребрендинга не происходит полная ликвидация старого бренда.44

Ребрендинг – это двунаправленая процедура, во-первых, должно поменяться отношение внешнего мира к данному бренду, а во-вторых, должно поменяться отношение внутри самой компании. В данном случае меняется руководство данной компании: клиенты получают новый сервис, новые предложения.

В каких же случаях необходимо применять ребрендинг?

1. Если в рыночных условиях происходят какие-либо изменения, и данный бренд уже не сочетается с этими переменами.
2. Если происходят какие-либо изменения требований, запросов, предпочтений у целевой аудитории данного бренда.
3. Если ослабели позиции данного бренда на рынке.
4. Если отдел маркетинга изначально вел неправильную политику позиционирования данного бренда на рынке.
5. В случае, если компания собирается поменять свою сферу деятельности.
6. Если на рынке появился новый конкурент, бренд которого намного интересен контактной аудитории.
7. Если происходит слияние двух или более компаний в одну.

Главной задачей ребрендинга считается введение компанией или предприятием новой системы ценностей, которая будет более удобна, привлекательна, доступна и понятна всем клиентам организации.45

Для того, чтобы провести ребрендинг, компания должна для начала проанализировать свое состояние; выявить те проблемы, которые

---

[44] Д.Чиненов. Не все то ребрендинг, что смена логотипа. – «Промышленный маркетинг», №6, 2011г.

[45] Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/В.А. Евстафьев, А.В. Молин. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^0 », 2016. – 512с.

необходимо решить; выявить свои слабые и сильные стороны; определить те элементы своего бренда, которые должны подвергнуться коренным изменениям; провести новое перепозиционирование своего нового бренда на рынке, для того, чтобы донести смысл до своей аудитории.

Существует несколько видов ребрендинга:

1. Структурный ребрендинг – происходит при слиянии нескольких равных компаний в одну. В данном случае либо создается бренд на основе объединения брендов старых компаний, для большей узнаваемости, либо создается совершенно новый бренд, не ассоциирующийся с негативным прошлым соединившихся коспаний. Ярким примером структурного ребрендинга является объединение компаний ООО «Геокарт», ООО «Интерхолдинг», ООО»Эконсалт», которые уже давно и прочно завоевали себе успешную репутацию, в многопрофильный холдинг ГК «Радетель». В данном случае был создан новый бренд.

2. Стратегический ребрендинг – проводится в случае необходимости нового позиционирования предприятия на рынке. Данный вид ребрендинга связан со стратегическими изменениями в самой компании. Так, примером стратегического ребрендинга можно назвать смены названия компании «Русское море» на «Русская аквакультура». Это было связано с тем, что главы компании Максим Воробьев и Глеб Франк скорректировали главную стратегию своей компании. Ранее компания занималась производством форели и атлантического лосося. Однако в настоящее время стратегия компании предполагает рост в секторе аквакультуры, а в долгосрочной перспективе предполагает создание вертикально-интегрированного холдинга в данном секторе.46

3. Функциональный ребрендинг – проводится в случае необходимости замены названия бренда (если он плохо сочетается с тем продуктом, который он представляет или название слишком длинное и неудобное для запоминания) или изменении визуального представления самого логотипа (если логотип производит неприятное впечатление или существует низкое визуальное воздействие на потребителя). Ярким примером функцилнального ребренжинка является переход от Kentucky Fried Chicken к KFC. Для этого было несколько причин, однако главной и существенно повлиявшей на данный переходя является то, что компания решила убрать из своего названия слово Fried – жареная, для того, чтобы избавиться от негативных ассоциаций своих клиентов с нездоровым питанием.

У ребрендинга также существуют и свои задачи, основными из которых являются: усиление оригинальности бренда; повышение лояльности клиентов к бренду; увеличение целевой аудитории.

Однако помимо положительной оценки ребрендинга, можно ожидать и отрицательную оценку. Так, смена бренда компании «РЖД» встретила

[46] Официальный сайт газеты «Ведомости» - http://www.vedomosti.ru

неоднозначную оценку у многих экспертов как двусмысленная аббревиатура, которая несет в себе очевидную орфографическую ошибку. Двусмысленности и неблагозвучности допускать нельзя, когда бренд создается для широкого распространения.

Однако следует различать такие понятия как ребрендинг и рестайлинг.

Рестайлинг – это изменение самого стиля бренда, то есть тех элементов, которые выделяют наш продукт из множества других. Можно сказать, что рестайлинг направлен на то, чтобы показать потребителям, что наш бренд идет в ногу со временем. Можно сравнить рестайлинг с косметическим ремонтом квартиры или дома: основное содержание остается прежним, а меняется лишь внешний вид. Но в отличие от ребрендинга при проведении рестайлинга сохраняется идеологическая нагрузка торговой марки. Рестайлингу обычно подвергается логотип, эмблема торговой марки, фирменный стиль компании.47 Основной целью рестайлинга является обновление имиджа бренда, следование за новыми тенденциями в стилевом оформлении логотипа и торговой марки. Рестайлинг может проходить как составная часть ребрендинга.

Ярким примером рестайлинга является изменение логотипа компании, занимающейся выпусков соков Rich. Можно заметить, что логотип все так же узнаваем, однако, он немного облагородился, однако, идеологическая нагрузка самого бренда не поменялась.

Таким образом, ребрендинг – это сложный и дорогостоящий процесс,

связанный с некоторыми рисками. Ведь целевая аудитория не всегда может правильно оценить то, что сделало предприятие для усиления своих позиций. Поэтому руководству для начала необходимо взвесить все «за» и «против» проведения ребрендинга. Можно сделать вывод, что ребрендинг не только может предоставить компаниям шанс на дальнейшее существование, но и полностью ее разрушить.

Использованные источники:

1. Д. Чиненов. Не все то ребрендинг, что смена логотипа. – «Промышленный маркетинг», №6, 2011г.
2. Записки маркетолога [Электронный ресурс]. URL:

[47] Записки маркетолога – www.marketch.ru

http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_r/restyling/ (дата обращения 07.10.2016).
3. Зюзина Н.Н. Маркетинговые коммуникации. Учебное пособие // Зюзина Н.Н. – Липецк, ЛКИ. – 2012. – 65 с. 5.
4. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/В.А. Евстафьев, А.В. Молин. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^0», 2016. – 512с.
5. Официальный сайт газеты «Ведомости» [Электронный ресурс]. URL^ http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2015/02/19/strategicheskij-rebrending (дата обращения 07.10.2016).
6. Юдин О.И. Поведение потребителей и вирусный маркетинг // О.И. Юдин, Н.Н. Зюзина // Экономика и управление: сб.науч. статей Всеросс. науч.-практ. конф. – Тамбов-Липецк, Изд-во Першина Р.В. – 2011. – 15 с.

Кожина Е.А.
магистрант 2 курса
Экономика «Бухгалтерский учет, контроль налогообложения и судебно-бухгалтерская экспертиза»
Костромской государственный университет
Россия, г. Кострома

АНАЛИЗ РАСХОЖДЕНИЙ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ, СОСТАВЛЕННОЙ ПО РПБУ И МСФО

В данной статье рассматриваются основы проведения анализа финансовой отчетности коммерческого банка методом сравнения значений показателей по отчетности, составляемой в соответствии с требованиями МСФО и отчетности, составленной в соответствии с РПБУ.

Ключевые слова: российские положения по бухгалтерскому учету, международные стандарты финансовой отчетности, анализ отчетности коммерческого банка

This article covers the basics of financial statement analysis of a commercial bank by comparing the values of the indicators on the statements prepared in accordance with IFRS and the financial statements prepared in accordance with Russian Accounting Regulations

Наличие достоверной информации о финансовом положении и финансовых результатах деятельности банков – одно из главных условий повышения инвестиционной привлекательности и финансовой стабильности,

укрепления дисциплины на рынке банковских услуг.

В соответствии с Федеральным законом от 27.07.2010 № 208-ФЗ «О консолидированной отчетности», надзор за представлением и раскрытием консолидированной финансовой отчетности организаций, осуществляет Центральный банк Российской Федерации.

Сравнительный анализ финансовой отчетности, составленной кредитной организацией в соответствии с МСФО осуществляется по следующим основным показателям:

1. Активы
2. Обязательства
3. Доля меньшинства
4. Собственный капитал (дефицит собственного капитала)
5. Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа)
6. Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа) после создания резерва под обеспечение кредитного портфеля
7. Чистые доходы (расходы)
8. Операционные доходы (расходы)
9. Прибыль.

Анализ проводится методом сравнения значений показателей и сведений о деятельности кредитной организации по отчетности, составляемой в соответствии с требованиями МСФО, включая Примечания к ней, и отчетности, составленной в соответствии с РПБУ. В ходе анализа определяется разница между однородными показателями отчетности и устанавливаются причины значительных расхождений (изменения не более 5%).

Существенным расхождением подвержены следующие статьи финансовой отчетности:

- денежные средства и их эквиваленты;
- финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток;
- средства в других банках;
- финансовые активы, имеющиеся в наличии для продажи;
- прочие заемные средства;
- чистые процентные доходы после создания резервов под обеспечение кредитного портфеля;
- чистая прибыль (убыток).

В качестве референсных выбраны два ключевых показателя финансовой отчетности, а именно: капитал и величина прибыли отчетного года.

Значимое влияние на изменение капитала могут повлиять следующие факторы:

I. <u>На снижение:</u>

1. Создание дополнительных резервов на возможные потери.

2. Отложенное налогообложение, в связи с переоценкой ценных бумаг, имеющихся в наличии для продажи.

3. Переоценка кредитов и дебиторской задолженности по амортизированной стоимости, в связи с предоставлением кредитов по ставкам ниже рыночных.

4. Консолидационная корректировка по дочерним организациям, связанная с различным составом консолидированной группы в РПБУ и МСФО-отчетности.

5. Переоценка основных средств по справедливой стоимости, в связи с производственной уценкой и накопленной амортизацией.

II. На увеличение:

1. Чистый эффект наращенных доходов и расходов, связанный с отражением наращенных доходов прошлых лет отчетных периодов.

2. Чистый эффект наращенных доходов и расходов, что обусловлено отражением в их составе наращенных процентов по предоставленным кредитам.

3. Отложенное налогообложение, в связи с переоценкой кредитов и финансовых инструментов по справедливой стоимости.

Увеличение собственных средств в МСФО-отчетности ведет к увеличению норматива достаточности собственных средств, что происходит за счет опережающего роста капитала по сравнению с активами, взвешенными с учетом риска, и свидетельствует о снижении риска несостоятельности, вследствие применения МСФО.

Снижение норматива достаточности капитала связано с опережающими темпами снижения капитала по сравнению с активами, взвешенными с учетом риска.

Из факторов, оказывающих влияние на изменение прибыли кредитных организаций, можно выделить наиболее значимые (влияние на 5 и более процентов):

1. «Чистый эффект наращенных доходов и расходов» положительно влияет на финансовый результат, что обусловлено чистым процентным доходом, относящимся к прошлому периоду; отрицательно – в связи с отрицательной процентной маржой.

2. Положительно влияет «Переоценка финансовых активов, оцениваемых по справедливой стоимости через прибыль или убыток»; отрицательно – «Переоценка финансовых обязательств, оцениваемых по справедливой стоимости через прибыль или убыток» в связи с признанием амортизированного дисконта по выпущенным долговым обязательствам.

3. «Переоценка кредитов и дебиторской задолженности по амортизированной стоимости» отрицательно влияет на финансовый результат, в связи с предоставлением ими кредитов по ставкам ниже рыночных.

4. «Дополнительные резервы на покрытие возможных потерь»

отрицательно влияют на прибыль, что связано с доформированием резервов с использованием странового коэффициента и коэффициента просрочки на основании статистически полученной информации о доле просроченной задолженности за ряд лет, исходя из портфельного подхода по тем кредитам, по которым не изменилось финансовое положение с момента выдачи кредитов, и положительно – за счет восстановления резервов по кредитам, сформированных в прошлых отчетных периодах, а также за счет восстановления резервов по обязательствам кредитного характера.

5. «Переоценка основных средств по справедливой стоимости» отрицательно влияет на изменение финансового результата в связи с доначислением амортизации и обесцениванием основных средств, а также в связи с доначислением амортизации по нематериальным активам; положительно – в связи с выбытием основных средств.

6. «Отложенное налогообложение», отрицательно влияет на финансовый результат, что обусловлено движением временных разниц между балансовой стоимостью ряда активов и обязательств, в связи с переоценкой кредитов по справедливой стоимости, в связи с производственной переоценкой основных средств и нематериальных активов; положительно влияет на прибыль – в связи с изменением сумм обесценения кредитного портфеля, а также в связи с переоценкой кредитов и финансовых инструментов по справедливой стоимости.

При существующих значительного расхождениях у банка дополнительно запрашиваются корректировки, объясняющих эти возникшие расхождения.

МСФО более конкурентоспособны по сравнению с другими существующими сегодня стандартами финансовой отчетности. Применение МСФО повысило достоверность, прозрачность, понятность финансовых отчетов для инвесторов. Одним из ключевых преимуществ применения МСФО является способность адекватно оценивать будущие риски.

Использованные источники:

1. Трохова О.В. «Сравнительный анализ показателей финансовой отчетности кредитных организаций, составляемой в соответствии с требованиями МСФО и РПБУ»// Переход на МСФО в Российской Федерации и международный опыт применения МСФО: сб. статей. Часть 2. – Москва, 2012. – с. 7-30.
2. Указание Центрального банка Российской Федерации от 02.03.2015 № 3580-У «О представлении кредитными организациями финансовой отчетности».
3. Федеральный закон от 27.07.2010 № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности».

Козлова Е.М.
главный государственный таможенный инспектор

отдел эксплуатации функциональных подсистем и информационного обеспечения
информационно-техническая служба Курской таможни
доцент
кафедра таможенного дела и мировой экономики
Цуканова Н.Е., к.э.н.
заведующий кафедрой таможенного дела и мировой экономики
Солодухина О.И.
преподаватель
кафедра таможенного дела и мировой экономики
ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»
Российская Федерация, г. Курск

ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ: ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ, ПРОГРАММА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

В статье проведен анализ применения таможенными органами технических средств таможенного контроля, исследована возможность импортозамещения инспекционно-досмотровых комплексов.

Ключевые слова: технические средства таможенного контроля, инспекционно-досмотровые комплексы (ИДК) и досмотровая рентгенотелевизионная техника (ДРТ), импортозамещение.

The article analyzes the use of the customs authorities of the technical means of customs control, we investigated the possibility of import inspection system.

Keywords: technical means of control, inspection system (DCO) and X-RAY Inspection Equipment (DPT), import substitution.

Для повышения эффективности и в целях сокращения времени проведения таможенного контроля таможенными органами могут использоваться технические средства таможенного контроля (далее ТСТК). Указанные технические средства должны быть совершенно безопасны для жизни и здоровья человека, не должны причинять вред лицам, товарам и транспортным средствам и окружающей среде.

О возможности их применения говорится в статье 107 Таможенного кодекса Таможенного Союза. В Федеральном законе «О таможенном регулировании» от 27.11.2010 г. № 311-ФЗ в п.13 ст. 19 определено, что таможенные органы разрабатывают, создают и эксплуатируют информационные системы, системы связи и системы передачи данных, ТСТК, а также средства защиты информации, включая средства криптографической защиты, в соответствии с законодательством РФ.

Общий порядок применения ТСТК определен Приказом ФТС России от 21.12.2010 № 2509 (ред. от 15.05.2014) «Об утверждении перечня и порядка применения технических средств таможенного контроля в

таможенных органах Российской Федерации».

Необходимость применения ТСТК при проведении таможенного контроля обусловливается такими задачами как: определение весовых характеристик объектов контроля; установление химического состав вещества; определение наличия и степени опасности ионизирующих излучений и излучений радиотехнических средств, а также в целях получения информации о товарах, транспортных средствах, выявления подделки таможенных документов и средств таможенной идентификации, контрабанды и признаков административных правонарушений в области таможенного дела.

К применению при проведении таможенного контроля допускаются ТСТК, соответствующие требованиям нормативной и эксплуатационной документации, полностью укомплектованные, в том числе и эксплуатационной документацией, зарегистрированные (учтенные) или освидетельствованные (сертифицированные) в соответствии с законодательством РФ. При применении ТСТК должны соблюдаться требования законодательства РФ по охране и безопасности труда.

ТСТК применяются в местах нахождения таможенных органов во время работы этих органов, а также в зонах таможенного контроля, создаваемых в соответствии с требованиями ст. 97 ТК ТС, и в иных местах, нахождение в которых должностных лиц таможенных органов связано с исполнением ими служебных обязанностей.

ТСТК могут использоваться в случае применения следующих форм таможенного контроля, приведенных в ст. 110 ТК ТС:

– проверка документов и сведений;

– устный опрос;

– таможенное наблюдение;

– таможенный осмотр;

– таможенный досмотр;

– проверка маркировки товаров специальными марками, наличия на них идентификационных знаков;

– таможенный осмотр помещений и территорий;

– таможенная проверка.

ТСТК могут использоваться при таможенном контроле:

1. любых товаров (в соответствии с техническими характеристиками ТСТК), перемещаемых через таможенную границу ТС, в том числе ручной клади и сопровождаемого багажа пассажиров и транспортных служащих, несопровождаемого багажа пассажиров, среднегабаритных грузовых (товарных) упаковок, крупногабаритных грузовых упаковок;
2. всех видов транспортных средств;
3. МПО;
4. таможенных документов на товары и транспортные средства;

5. средств идентификации (специальных марок, идентификационных знаков), наложенных на документы, товары и транспортные средства, и иные места. и т.п.

Технические средства таможенного контроля имеют чрезвычайно широкий спектр применения. По области использования они относятся к: досмотровому инструменту, средствам поиска, техническим средствам измерения количественных и качественных показателей, приборам взвешивания, специальным информационным комплексам.

Если расположить оборудование данной категории по возрастанию технической сложности, то в начале списка будет линейка и рулетка измерительная, а в конце будут находиться сложнейшие инспекционно-досмотровые комплексы (ИДК) и досмотровая рентгенотелевизионная техника (ДРТ).

Сегодня на таможенных пунктах пропуска эксплуатируется более 15 тысяч технических средств таможенного контроля (ТСТК) различного класса и назначения. Это и приборы дистанционного обнаружения взрывчатых и наркотических средств, ИДК и ДРТ, приборы идентификации драгоценных камней, видеоскопы, металлодетекторы, различные портативные приборы и программно-аппаратные комплексы для исследования документов, денежных знаков и многое другое.

В 2015 году в ходе проведения таможенного контроля с применением аппаратуры радиационного контроля и автоматизированных комплексов ТКДРМ выявлено более 60 тысяч объектов с повышенным уровнем ионизирующих излучений, в 164 случаях совершение таможенных операций было приостановлено ввиду выявления признаков нарушения санитарного законодательства. Более чем в 60 случаях принималось решение о запрете перемещения радиационно-опасных объектов через государственную границу Российской Федерации.

В 2015 году таможенными органами с использованием ТСТК было выявлено 27 727 правонарушений в таможенной сфере. С применением ТСТК была пресечена контрабанда наркотических средств, психотропных, сильнодействующих веществ, предметов, представляющих историческую и художественную ценность, оружия и боеприпасов.

Другим положительным примером может служить применение таможней инспекционно-досмотровых комплексов, основная оперативно-техническая функция которых – визуализация содержимого крупногабаритных объектов и отождествление находящихся там материалов, предметов и веществ с материалами, предметами и веществами, зафиксированными в таможенных декларациях и иных товаросопроводительных документах. За минимальное время, 3-5 минут, ИДК без вскрытия и нарушения средств идентификации, без разгрузки транспортного средства позволяет получить рентгеновское изображение перемещаемых товаров, конструкционных узлов транспортного средства,

необходимые для идентификации товаров. Использование ИДК дает возможность получить дополнительную информацию об объеме загрузки транспортного средства, характере перевозимых товаров, а также о наличии тайников и незадекларированных товаров.

Применение ИДК позволяет значительно сократить время прохождения таможенных процедур, ведь в случае невыявления на снимках ИДК ничего подозрительного таможенникам не требуется применять дополнительные формы таможенного контроля для идентификации груза и выявления объектов недостоверного декларирования и таможенных правонарушений. Таким образом, повышается эффективность таможенного контроля, ведущая к оптимизации и ускорению процессов оформления и, следовательно, к повышению пропускной способности пограничных пунктов пропуска.

В соответствии с положениями Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2020 года проводится техническое переоснащение таможенных органов. Одним из основных направлений модернизации является создание системы таможенного контроля крупногабаритных грузов и транспортных средств, представляющей собой сеть ИДК, включенных в общее информационное пространство ФТС России. Это обусловлено несколькими причинами. Во-первых, происходит естественная замена выработавших свой ресурс технических средств технического контроля либо, по возможности, проводится его ремонт и модернизация. Во-вторых, вводятся в эксплуатацию новые современные, ранее не применяемые в таможенных органах, оборудование и информационно-технические комплексы.

В сложившейся геополитической ситуации Федеральная таможенная служба России оказалась импортозависимой. Доля используемых таможней информационно-коммуникационных технологий и оборудования иностранного производства доходит по некоторым направлениям деятельности до 98 %.

Эксплуатируемые в таможенных органах ТСТК не стали исключением из правил, однако, следует отметить, что различные виды ТСТК значительно отличаются по уровню импортозависимости. Наиболее импортозависимыми являются досмотровая рентгенотелевизионная техника и инспекционно-досмотровые комплексы. Используемые ДРТ импортного производства составляют 85% от общего количества.

15 августа 2016 года приказом ФТС России № 1585 утверждена Концепция импортозамещения в таможенных органах Российской Федерации до 2020 года, согласно которой в таможенных органах должен быть осуществлен переход на отечественные информационно-технические и программные средства. К высокотехнологичной продукции отнесены и используемые в таможенной службе ТСТК, поэтому основными объектами импортозамещения наряду с программными средствами и

телекоммуникационным оборудованием являются и технические средства таможенного контроля.

Переход в будущем на ДРТ и ИДК российского производства обеспечит таможенным органам существенную экономию бюджетных средств. Значительно дешевле будут сопровождение эксплуатации, гарантийное обслуживание и ремонтные работы. Кроме того всё это обеспечит и новые рабочие места, что не может в целом не сказаться на экономике государства.

Кроме того, следует отметить, что всего в нескольких странах мира, в том числе и в России, налажено проектирование и производство ИДК. В настоящее время планируются тестовые испытания ИДК российского производства. Будут оцениваться их основные параметры: проникающая способность, чувствительность к распознаванию различных групп материалов и определению атомарного состава вещества, экологичность, возможность последующих модернизаций оборудования и интеграции программного обеспечения ИДК с Единой автоматизированной информационной системой таможенных органов.

Импортозамещение ИДК будет производиться двумя направлениями. Во-первых, постепенно будут заменяться системы и узлы комплексов, выработавшие свой ресурс, на аналогичные, но российского производства. Во-вторых, по истечению срока службы, более 15 лет, по мере вывода из эксплуатации ИДК импортного производства будут заменены полностью на российские.

В целом, для снижения затрат на обеспечение таможенных органов не только ИДК, но и другими видами ТСТК техническое переоснащение необходимо осуществлять отечественными разработками.

Эта мера приведет к снижению цены на ТСТК, позволит более активно развиваться научно-исследовательским институтам, занимающимся разработкой подобных приборов и средств, даст работу отечественным предприятиям, которые будут задействованы в выпуске указанной продукции и запасных частей к ней, а также и последующих модификациях этого оборудования. В целом, это снизит не только нагрузку на бюджет страны, но и создаст предпосылки для новых научных разработок, создаст новые рабочие места. И, что не маловажно в нынешней экономической изоляции России. Это возможность получить техническую и технологическую независимость от иностранных поставщиков.

Использованные источники:

1. Коварда, В.В. Таможенно-тарифное регулирование экономической безопасности России в условиях экономических санкций [Текст]: В.В. Коварда, Р.А. Животов // Актуальные проблемы международных отношений в условиях формирования мультиполярного мира / Сборник научных статей II Международной научно-практической конференции / Юго-западный государственный университет. - 2015. - С. 48-52.

2. Минакова, И.В. Современные тенденции управления политическим и социально-экономическим развитием территорий [Текст]: / И.В. Минакова, Л.Г. Мельник, Е.И. Масалов, А.В. Кубатко, А.В. Кубатко, М.В. Шатохин, Ю.Л. Петрачкова, Н.Н. Петренко, М.А. Пархомчук, Е.Б. Дорина, В.В. Сабадаш, С.А. Петровская, Т.В. Добринова, М.Ф. Зозулич, А.И. Каринцева, С.В. Тарасенко, И.Н. Малиновская, С.М. Шевченко, О.И. Минакова, И.Н. Сотник и др.// Орел. - 2013.
3. Пархомчук М.А. Международное сотрудничество России в таможенной сфере // В сборнике: Мировая экономика и социум: современные тенденции и перспективы развития сборник научных статей. 2016. С. 142-147.
4. Солодухина О.И. Особенности применения технологии предварительного информирования при помещении товаров под таможенную процедуру таможенного транзита [Текст]: / О.И. Солодухина // В сборнике: Тенденции развития науки и образования / Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 31 июля 2015 г.: в 3 частях. ООО «АР-Консалт». Москва, 2015. С. 30-31.
5. Солодухина О.И., Ситник Т.С. Таможенное регулирование международных почтовых отправлений в условиях функционирования Таможенного союза ЕАЭС // В сборнике: Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 127-131.
6. Старых С. А. Особенности введения эмбарго на поставки сельхозпродукции из Польши в Россию в августе 2014 года [Текст] / С. А. Старых, А. Ю. Малюхова // Молодой ученый. — 2015. — №9. — С. 729-731.
7. Цуканова Н.Е., Солодухина О.И. Особенности деятельности курской таможни по осуществлению таможенного контроля товаров и транспортных средств при таможенном транзите // В сборнике: Наука, образование, общество: актуальные вопросы и перспективы развития. Сборник научных трудов по материалам Международной научно – практической конференции: в 4 частях. ООО «АР - Консалт». 2015. С. 92 - 94.
8. Цуканова Н.Е., Келеш М.Д. Влияние зоны свободной торговли снг на экономическое развитие стран содружества // В сборнике: Экономическая безопасность России: проблемы и перспективы материалы III Международной научно-практической конференции. Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева. 2015. С. 218-222.

Козлова Т.В.
студент 4 курса
направление подготовки «Экономика»
профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Мордовский гуманитарный институт

Гареев В.В.
студент 4 курса
направление подготовки «Менеджмент»
Шукшина Ю.А., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра менеджмента и экономики образования
ФГБОУ ВО «МГПИ имени М.Е. Евсевьева»
Россия, г. Саранск

АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА (НА ПРИМЕРЕ ОАО «АПО «ЭЛЕКОМ»)

В статье представлены результаты практического исследования анализа бухгалтерского баланса коммерческой организации.

Ключевые слова: бухгалтерский баланс, актив, пассив, аналитический баланс, горизонтальный анализ, трендовый анализ.

KozlovA T.V.
4th year student of direction of preparation "Economy"
profile "Accounting, analysis and audit"
Mordovia Humanitarian Institute
Russia, Saransk
Gareev V.V
4th year student of direction of training "Management"
Federal state budgetary educational institution of higher education
«Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva "Saransk
Scientific adviser:
Shukshina Yu, Ph.D.
Associate Professor, Department of Management and Economics of Education,
Federal state budgetary educational institution of higher education
«Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva "Saransk

ANALYSIS OF THE BALANCE SHEET (ON THE EXAMPLE OJSC «AGRO-INDUSTRIAL ASSOCIATION «ELECOM»)

The article presents the results of empirical research analysis of the balance sheet of the commercial organization.

Keywords: balance sheet, assets, liabilities, analytical balance, horizontal analysis, trend analysis.

ОАО «АПО Элеком», бывший Ромодановский комбинат хлебопродуктов, создан в 1989 году. Предметом деятельности акционерного общества является производство и переработка сельскохозяйственной продукции, производственная и хозяйственная деятельность, разработка и освоение научно-технической продукции, предоставление различного рода услуг юридическим и физическим лицам, внешнеэкономическая

деятельность, иные виды деятельности, не запрещенные законодательством РФ.

В современных условиях важнейшим элементом управления экономическим субъектом выступает системный анализ его финансового состояния [3]. Реальная оценка финансового состояния имеет огромное значение как для самих экономических субъектов, так и для заинтересованных пользователей. Подготовка аналитического отчета на основе анализа показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности позволяет своевременно предотвратить банкротство и улучшить основные финансовые показатели [2].

Центральное место в составе финансовой отчетности организации занимает бухгалтерский баланс, показатели которого дают возможность проанализировать и оценить финансовое состояние организации на дату его составления. Элементы формируемой в бухгалтерском учете информации о финансовом положении организации находят отражение в бухгалтерском балансе. В результате на основе промежуточных оценок имущественного и финансового состоянии организации формируется общее заключение о ее финансовой устойчивости и эффективности бизнеса.

В таблицах 1-2 приведен уплотненный аналитический баланс ОАО «АПО Элеком», составленный путем агрегирования некоторых однородных по составу элементов балансовых статей и их перекомпоновки.

Таблица 1 – Анализ актива уплотненного аналитического баланса ОАО «АПО Элеком» за 2013-2015 годы, тыс. руб.

Актив	На конец 2013 г.	На конец 2014 г.	На конец 2015 г.	Отношение 2014 г/ 2013 г, %	Отношение 2015 г/ 2014 г, %
1. Внеоборотные активы	223567	217434	201963	97	93
2. Оборотные активы:	269098	302512	317424	112,4	105
Запасы	210979	238428	241212	113	101,2
Дебиторская задолженность	56007	38779	54896	69,2	141,6
Финансовые вложения	100	7335	100	7335	1,4
Денежные средства	1801	17970	21076	997,8	117,3
Прочие оборотные	211	0	140	0	---

активы					
БАЛАНС	492665	519946	519387	105,5	99,9

Согласно данным, представленным в таблице, можно сказать следующее. Внеобротные активы предприятия представлены основными средствами, финансовыми вложениями, отложенными налоговыми активами, прочими внеоборотными активами, стоимость которых с 2013 года снижалась. Оборотные активы представлены запасами, стоимость которых в период 2013-2015 гг. росла, а в 2015 наметилось незначительное снижение темпов роста. Дебиторская задолженность с 2013 года резко сократилась в 2014 году на 30,8 %, что является положительной тенденцией. Но в 2015 году уровень дебиторской задолженности резко возрос на 41,6 %. Финансовые вложения имели большой рос т и удельный вес в 2014 году.

Рассмотрим и проанализируем структуру пассива уплотненного аналитического баланса ОАО «АПО Элеком» за 2013-2015 годы в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ пассива уплотненного аналитического баланса ОАО «АПО Элеком» за 2013-2015 годы, тыс. руб.

Пассив	На конец 2013 г.	На конец 2014 г.	На конец 2015 г.	Отношение 2014 г/ 2013 г, %	Отношение 2015 г/ 2014 г, %
1	2	4	6	8	9
3. Капитал и резервы	212231	207764	211060	97,9	101,6
Уставный капитал	180000	180000	180000	100	100
Нераспределенная прибыль	32231	27764	31060	86,1	111,9
4. Долгосрочные обязательства	94231	59641	47101	63,3	79
Заемные средства	94231	43417	31555	46	72,7
Прочие обязательства	0	16224	15546	0	95,8
5. Краткосрочные обязательства	186203	252541	261226	135,6	103,4
Заемные средства	85910	94000	160000	109,4	170,2
Кредиторская задолженность	99159	157433	100694	158,8	64
Резервы предстоящих расходов	1134	1108	532	97,7	48
БАЛАНС	492665	519946	519387	105,5	99,9

Данные таблицы 2 свидетельствуют о следующем. Уставный капитал в

анализируемом периоде не подлежал изменению. Сумма нераспределенной прибыли в период 2014-2015 годы растет на 11,9 %. Сумма долгосрочных заемных средств в анализируемом периоде имеет тенденцию к снижению, что является положительной тенденцией. Также в 2015 году снижению подвержены и прочие долгосрочные обязательства. Что касается краткосрочных заемных средств, то здесь в анализируемый период наблюдается рост, сначала на 53,6 %, а затем еще на 3,4 %. Величина заемных средств также увеличивается, причем в 2015 году на 70,2 %. Зато кредиторская задолженность в 2015 году сократилась на 36 %. Это является положительной тенденцией. Резервы предстоящих расходов в 2015 году снизились на 52 %.

Отметим, что информация, содержащаяся в бухгалтерском балансе, предназначена для удовлетворения интересов внешних заинтересованных пользователей. Она должна удовлетворять требованиям достоверности, полноты, нейтральности и другим характеристикам. Принимая управленческие решения, пользователи отчетности должны анализировать полезную информацию, то есть уместную, надёжную и сравнимую. [1]

Использованные источники:

1. Шукшина Ю.А. Аналитические возможности бухгалтерской (финансовой) отчетности экономического субъекта Nauka-Rastudent.ru. 2014. № 12-1 (12). С. 28. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=22779029 (дата обращения: 17.10.2016)
2. Шукшина Ю.А. Методика анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности как одна из предпосылок укрепления финансового состояния экономических субъектов региона / В сборнике: Культурологический подход в экономико-правовом развитии региона XIV Макаркинские научные чтения. Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Мордовский гуманитарный институт". 2014. С. 673-680. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=21964811 (дата обращения: 17.10.2016)
3. Шукшина Ю.А., Гришина К.А. Значение анализа финансового состояния в системе управления экономическим субъектом / В сборнике: Инновационные тенденции, социально-экономические и правовые проблемы взаимодействия в международном пространстве материалы Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Н. И. Лушенкова. 2016. С. 165-170 URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=26281171 (дата обращения: 17.10.2016)

Козлова Т.В.
студент 4 курса
направление подготовки «Экономика»
профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Мордовский гуманитарный институт

Пешев А.А.
студент 4 курса
направление подготовки «Менеджмент»
Шукшина Ю.А., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра менеджмента и экономики образования
ФГБОУ ВО «МГПИ имени М.Е. Евсевьева»
Россия, г. Саранск

ФОРМИРОВАНИЕ ОБОРОТНО-САЛЬДОВОЙ ВЕДОМОСТИ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ СОСТАВЛЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА В ОАО «АПО «ЭЛЕКОМ»

В статье представлены результаты практического исследования формирования оборотно-сальдовой ведомости для целей составления бухгалтерского баланса.

Ключевые слова: учетная политика, бухгалтерский баланс, оборотно-сальдовая ведомость, главная книга.

KozlovA T.V.
4th year student of direction of preparation "Economy"
profile "Accounting, analysis and audit"
Mordovia Humanitarian Institute
Russia, Saransk
Peshev A.A.
4th year student of direction of training "Management"
Federal state budgetary educational institution of higher education
«Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva "Saransk
Scientific adviser:
Shukshina Yu, Ph.D.
Associate Professor, Department of Management and Economics of Education,
Federal state budgetary educational institution of higher education
«Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva "Saransk

FORMATION OF THE TRIAL BALANCE FOR THE PURPOSES OF THE BALANCE SHEET JSC "APO" ELECOM"

The article presents the results of empirical research of formation of trial balance for the purposes of the balance sheet.

Keywords: accounting policies, balance sheet, turnover balance sheet, ledger.

Учётный процесс в ОАО «АПО Элеком» осуществляется, исходя из Положения по бухгалтерскому учету «Учётная политика организации» ПБУ 1/2008 [1]. Учётную политику формирует главный бухгалтер ОАО «АПО Элеком» и утверждает руководитель предприятия. В состав учётной

политики включено:

– рабочий план счетов бухгалтерского учета, содержащий синтетические и аналитические счета, необходимые для осуществления бухгалтерского учёта и составления финансовой отчетности;

– формы первичных учётных документов, используемых для оформления фактов хозяйственной деятельности, по которым не предусмотрены типовые формы первичных учетных документов, а также формы документов для внутренней бухгалтерской отчетности;

– порядок проведения инвентаризации активов и обязательств;

– методы оценки активов и обязательств;

– правила документооборота и технология обработки учётной информации;

– порядок контроля хозяйственных операций;

– учётной политике с учётом изменившихся условий.

Бухгалтерский баланс составляется по определенным правилам:

– сопоставляются данные бухгалтерского баланса на начало отчётного года с данными на конец прошлого года, которые должны быть одинаковы;

– не допускается зачета между статьями активов и пассивов, статьями прибылей и убытков, кроме случаев, когда такой зачёт предусмотрен соответствующими Положениями по бухгалтерскому учету;

– отдельные показатели отражаются в нетто-оценке, т.е. за минусом регулирующих величин (износа, амортизации, оценочных резервов и др.);

– активы и пассивы показываются в зависимости от срока их обращения с подразделением на задолженности со сроком платежа в течение 12 месяцев включительно (краткосрочные) и со сроком платежа более чем через 12 месяцев (долгосрочные).

Бухгалтерский баланс является важнейшей формой бухгалтерской (финансовой) отчетности, его аналитические возможности позволяют дать оценку платежеспособности экономического субъекта, его финансовой устойчивости. [3] Перед составлением баланса проводится ряд подготовительных работ: инвентаризация, разграничение отдельных статей (доходов и расходов) между отдельными отчётными периодами, отражение списаний (погашения) стоимости имущества, закрытие счетов и подведение итогов в соответствующих учётных регистрах.

Для обеспечения достоверности данных бухучета и бухгалтерской отчетности на предприятии проводится инвентаризация имущества и обязательств, в ходе которой проверяются и документально подтверждаются их наличие, состояние и оценка. Инвентаризация производится в соответствии с Методическими указаниями по инвентаризации имущества и финансовых обязательств [2]. Проведение инвентаризации обязательно:

– при передаче имущества в аренду, выкупе;
– перед составлением годовой бухгалтерской отчетности;
– при смене материально – ответственных лиц;
– при выявлении фактов хищения, злоупотребления или порчи имущества;
– в случае стихийного бедствия, пожара или других чрезвычайных ситуаций;
– при реорганизации или ликвидации организации;
– в других случаях, предусмотренных законодательством РФ.

Инвентаризация товарно-материальных ценностей проводится один раз в год по состоянию на 01 декабря перед составлением годовой бухгалтерской отчетности. Инвентаризация основных средств проводится один раз в три года по состоянию на 01 декабря. Инвентаризация расчетных статей баланса и денежных средств проводится не реже одного раза в год по состоянию на 31.12, при составлении годовой бухгалтерской отчетности. В случаях, когда проведение инвентаризации обязательно, но сроки ее проведения не установлены настоящей учетной политикой, или когда проведение инвентаризации не обязательно, инвентаризация проводится на основании отдельного приказа руководителя предприятия.

Бухгалтерский баланс ОАО «АПО Элеком» составляется на основании учётных записей, подтвержденных первичными документами. Данные баланса отражаются на первое число отчётного периода в денежном выражении: состав и размещение средств (имущества) предприятия (актив баланса) и источники их образования (пассив баланса).

Для обеспечения своевременности составления квартального или годового отчёта составляется график работ всех подразделений бухгалтерии с указанием сроков выполнения работ. Во всех журналах-ордерах подсчитываются итоги, осуществляется взаимная сверка всех корреспондентских счетов по всем журналам-ордерам.

Итоги журналов-ордеров переносятся в Главную книгу – обороты по кредиту счёта из сумм по дебету всех корреспондирующих с ним счетов. После этого подсчитывают обороты по дебету и определяют остатки на первое число следующего месяца по каждому синтетическому счёту или субсчёту. После подсчёта оборотов и выведения остатков по всем счетам они сверяются с регистрами аналитического и синтетического учета и переносятся в Главную книгу.

На основании Главной книги составляется шахматная ведомость бухгалтерских счетов и оборотно-сальдовая ведомость, данные из которой переносятся в баланс и другую бухгалтерскую отчётность.

На основании данных оборотно-сальдовой ведомости формируются статьи бухгалтерского баланса. Оборотные ведомости применяются для систематизирования и контроля корректного отражения фактов хозяйственной деятельности на счетах бухгалтерского учета.

Оборотно-сальдовая ведомость, на основании которой сформирован бухгалтерский баланс, представлена на рисунке 1.

Print Preview

Декабрь 2015

Счет	Сальдо на начало месяца		Дебет	Кредит	Сальдо на конец месяца	
	Дебет	Кредит			Дебет	Кредит
01	342 101 500,02р.	0,00р.	2 309 648,51р.	2 065 837,83р.	342 345 310,70р.	0,00р.
011	1 213 248,51р.	0,00р.	0,00р.	1 213 248,51р.	0,00р.	0,00р.
012	0,00р.	0,00р.	2 065 837,83р.	2 065 837,83р.	0,00р.	0,00р.
013	21 554 945,06р.	0,00р.	2 283 594,67р.	0,00р.	23 838 539,73р.	0,00р.
02	0,00р.	167 128 830,59р.	427 234,73р.	2 584 391,68р.	0,00р.	168 283 987,54р.
023	0,00р.	9 685 031,16р.	0,00р.	463 209,32р.	0,00р.	10 128 240,48р.
07	0,00р.	0,00р.			0,00р.	0,00р.
08	77 629,74р.	0,00р.	3 379 994,67р.	3 457 624,41р.	0,00р.	0,00р.
09	46 252,94р.	0,00р.	0,00р.	4 573,32р.	40 679,62р.	0,00р.
101	82 251 987,10р.	0,00р.	20 409 957,98р.	13 779 354,52р.	88 882 590,56р.	0,00р.
1011	771,12р.	0,00р.	10 870 870,73р.	10 871 626,73р.	15,12р.	0,00р.
1012	891 105,00р.	0,00р.	2 894 700,60р.	856 419,68р.	2 930 386,10р.	0,00р.
1013	166 692,10р.	0,00р.	580 276,60р.	584 635,38р.	161 233,32р.	0,00р.
1014	31 978,60р.	0,00р.	749 117,18р.	568 758,20р.	212 337,79р.	0,00р.
1015	26 915,56р.	0,00р.	0,00р.	26 915,56р.	0,00р.	0,00р.
103	5 426 264,58р.	0,00р.	1 125 856,87р.	1 604 709,48р.	4 947 212,07р.	0,00р.
1030	311 604,45р.	0,00р.	907 044,45р.	1 032 420,83р.	186 228,07р.	0,00р.
1034	0,00р.	0,00р.			0,00р.	0,00р.
1035	0,00р.	0,00р.			0,00р.	0,00р.
104	321 519,78р.	0,00р.	284 266,64р.	378 644,05р.	227 142,38р.	0,00р.
105	12 473 110,67р.	0,00р.	7 588 185,83р.	3 440 419,06р.	16 598 877,24р.	0,00р.
106	0,00р.	0,00р.	11 658,12р.	11 658,12р.	0,00р.	0,00р.

Page 1 of 6

Рисунок 1 – Пример оборотно-сальдовой ведомости, составляемой в ОАО «АПО Элеком»

На основе оборотно-сальдовой ведомости можно разработать собственную форму баланса с учётом специфики деятельности. Однако в такой форме баланса необходимо сохранить коды итоговых строк, коды строк итогов по разделам, коды по группам статей бухгалтерского баланса. Иными словами, коды, указанные в форме № 1, менять не следует

Бухгалтерский баланс формируется на последнюю отчётную дату (квартала, полугодия, года), на 31 декабря – годовой отчёт (типовая форма №1).

Таким образом, оборотно-сальдовая ведомость служит для обобщения отраженной на счетах учетной информации, проверки правильности записей бухгалтерских проводок и составления баланса.

Использованные источники:

1. Приказ Минфина России от 06.10.2008 N 106н (ред. от 06.04.2015) "Об утверждении положений по бухгалтерскому учету" (вместе с "Положением по бухгалтерскому учету "Учетная политика организации" (ПБУ 1/2008)", "Положением по бухгалтерскому учету "Изменения оценочных значений" (ПБУ 21/2008)") URL: http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=179205#0 (дата обращения: 17.10.2016)

2. Приказ Минфина РФ от 13.06.1995 N 49 (ред. от 08.11.2010) "Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и

финансовых обязательств" URL: http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=107970#0 (дата обращения: 17.10.2016)
3. Шукшина Ю.А. Методика анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности как одна из предпосылок укрепления финансового состояния экономических субъектов региона / В сборнике: Культурологический подход в экономико-правовом развитии региона XIV Макаркинские научные чтения. Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Мордовский гуманитарный институт". 2014. С. 673-680. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=21964811 (дата обращения: 17.10.2016)

Козочкина А.А.
магистрант 1 курса
экономический факультет
Новосибирский государственный
университет экономики и управления
Россия, г. Новосибирск

АНТИКРИЗИСНОЕ ФИНАНСОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ

В статье рассматривается сущность кризиса, причины возникновения кризиса, проблемы антикризисного управления. Описаны основные требования к системе риск – менеджмента организации.

Ключевые слова: антикризисное финансовое управление, кризис, риск, риск- менеджмент.

Вопрос антикризисного управления организации и ее финансовое оздоровление становится всё более актуальным. На каждом этапе развития организации кризис является неотъемлемой ее частью. При наихудших условиях может привести к банкротству организации. Необходимо всегда проводить диагностику банкротства, чтобы быть готовым к различным изменениям.

Из энциклопедической литературы, кризис (др.-греч. κρίσις — решение, поворотный пункт) - переворот, пора переходного состояния, перелом, состояние, при котором существующие средства достижения целей становятся неадекватными, в результате чего возникают непредсказуемые ситуации.

К.Маркс отмечал, что кризис несет в себе не только негативное воздействие на организацию, но также и стимулирующую функцию, которая подталкивает предпринимателя к развитию своего производства на новом уровне. Во время кризиса у предпринимателей возникает потребность уменьшить издержки, увеличить прибыль организации. Кризисом заканчивается предыдущий период существования организации и, следовательно, начинается новый период, который дает путь к развитию.

Из вышеперечисленных определений из разных источников видно, что

понятие «кризис» трактуется как негативное действие, которое в некоторых случаях ведет к позитивным последствиям, к наилучшим результатам и дальнейшему развитию. Но в основном кризис ведет к негативным последствиям и, следовательно, нежелательно с ним сталкиваться.

Различные авторы определяют принципы антикризисного управления, например, ранняя диагностика кризисных явлений в финансовой деятельности организации, срочное реагирование на кризисные ситуации, адекватное реагирование организации на степень реальной угрозы его финансовому равновесию, полная реализация внутренних возможностей выхода организации из кризисного состояния.

Таким образом, согласившись с мнением авторов, можно сказать, что независимо какое на данный момент состояние организации, необходимо всегда анализировать кризисные явления, быстро на них реагировать и быть готовым к различным последствиям, и иметь возможность быстро выйти из кризисного состояния.

Антикризисное управление рассматривается еще не как управление в период кризиса, а как управление, которое способное предвидеть кризис, противодействовать или подготовиться к нему в зависимости от причин возникновения, и предотвратить его протекание и последствия.

В различной российской литературе по антикризисному управлению рассмотрены причины(факторы) возникновения кризиса. Факторы делят на внешние и внутренние.

Внешние факторы.

А Социально-экономические факторы:

1) Рост инфляции;
2) Нестабильность налоговой системы;
3) Нестабильность регулирующего законодательства;
4) Снижение уровня реальных доходов населения;
5) Рост безработицы.

Б Рыночные факторы:

1) Снижение емкости внутреннего рынка;
2) Усиление монополизма на рынке;
3) Нестабильность валютного рынка;
4) Рост предложения товаров-субститутов.

В Прочие факторы:

1) Политическая нестабильность;
2) Стихийные бедствия;
3) Ухудшение криминогенной ситуации.

Внутренние факторы.

А Управленческие:

1) Высокий уровень коммерческого риска;
2) Недостаточное знание конъюнктуры рынка;
3) Неэффективный финансовый менеджмент;

4) Плохое управление издержками производства;

5) Отсутствие гибкости в управлении;

6) Недостаточно качественная система бухгалтерского учета и отчетности.

Б Производственные:

1) Необеспеченность единства предприятия как имущественного комплекса;

2) Устаревшие и изношенные основные фонды;

3) Низкая производительность труда;

4) Высокие энергозатраты;

5) Перегруженность объектами социальной сферы.

В Рыночные:

1) Низкая конкурентоспособность продукции;

2) Зависимость от ограниченного круга поставщиков и покупателей.

Антикризисный управляющий должен проанализировать финансовой состояние организации, сделать мониторинг внешних и внутренних факторов и далее детально разработать план по антикризисному финансовому управлению.

Также выделим проблемы антикризисного управления.

Делятся проблемы на несколько групп.

В первой группе отражены проблемы распознавания предкризисных ситуаций. Своевременно увидеть наступление кризиса, обнаружить все его признаки – непросто. Необходимо тщательно анализировать все ситуации, все предстоящие проблемы, чтобы вовремя запустить механизмы предотвращения кризиса. Но в тоже время не все кризисы можно предотвратить, некоторые надо просто преодолеть.

Ко второй группе проблем относятся сферы жизнедеятельности организации. В данной группе включен комплекс проблем финансово-экономического характера. Например, в экономическом антикризисном управлении необходимо определить типы диверсификации производства или проведение конверсии. Это требует дополнительных ресурсов и источников финансирования.

К третьей группе проблем можно отнести проблемы прогнозирования кризисов и поведение социально- экономической системы во время кризисной ситуации, а также разработка стратегий, которые помогут выйти из кризиса.

Четвертая проблема – управление персоналом. Характерной чертой антикризисного управления, как и любого другого управления, является деятельность человека.

Необходимо разработать единую стратегию управления, так как нет двух и более форм управления, должен быть единый алгоритм управления, который подойдет определенной организации в данной ситуации.

Среди задач управления всегда должна быть задача прогнозирования рисков и разработка мер их предотвращения или, если риск все-таки не удалось избежать, то необходимо устранение его последствий.

И.Т. Балабанов определяет риск, как опасность возможных потерь, но в то же время указывает и на то, что риск, с экономической точки зрения, это возможность возникновения ситуаций с тремя исходами: положительным (выигрыш, прибыль, выгода), отрицательным (проигрыш, убыток, ущерб), нулевым (ни прибыли, ни убытков).

Необходимо отметить, что риск является фактором, который побуждает создание и развитие особых и самостоятельных элементов управления в организации и формирования системы управления рисками в процессе развития организации. Экономическое значение существования такой системы в организации заключается в том, что она позволяет регулировать развитие системы организации, параметры качества произведенных товаров и услуг, формировать общественное мнение и отношение к организации. И в любой системе важна работа целого – это результат роста и динамического равновесия, приспособления и интеграции, а не простой технической эффективности.

Определяют основные требования к системе риск – менеджмента организации:

- перспективность развития: соответствовать перспективе развития организации и оценивать риски принимаемых решений в перспективе;
- коммуникативность: свободное движение и использование информацией.
- всеситуационность: возможность управления во всех возникающих ситуациях, включая кризисные.
- гибкость: смена методологии управления рисками в зависимости от того, какая ситуация возникла на данный момент;
- оперативность: своевременное реагирование и изменение в зависимости от ситуации.
- эффективность: результативное осуществление управленческих решений, которые направлены на весь процесс в целом при минимальном объеме ресурсов;

Представленная система риск – менеджмента будет являться базовой основой для обеспечения устойчивого динамического развития организации в условиях кризиса и существующей конкурентоспособной среды.

Использованные источники:

1. Агекян Л.С. Риски в финансовом менеджменте: их виды и оценка.// Экономика.- № 2 – 2015 г. – 243-246 с.
2. Алексеев М.А. Взаимосвязи интегрированной отчетности, экономической безопасности и аудита бизнеса/ Сибирская финансовая школа. – 2015ю- №1. – С.135-138.
3. Алексеев М.А. Опыты оценки отчетности российских предприятий с

помощью индекса манипулирования. Современные финансовые отношения: проблемы и перспективы развития. Изд-во СГУПСа, 2015.
4. Арслонова Э.Р. Риск – менеджмент в системе антикризисного управления / Вестник Астраханского ГТУ. Серия: Экономика/ 2012. №1.
5. Балабанов И.Т. Риск - менеджмент / И. Т. Балабанов – М.: «Финансы и статистика», 1996 – 191 с.
6. Васильев Ю.В., Гущина Л.С. Риски менеджмента и менеджмент рисков // Экономика. – 2012 г.
7. Гончаров, Д.С. Комплексный подход к управлению рисками для российских компаний / Д.С. Гончаров – М.: Вершина, 2008 – 225 с.
8. Дамодоран А. Стратегический риск – менеджмент, принципы и методики / Пер. с англ. // А. Дамодоран , М. Вильямс, 2010 – 226 с.
9. Капустина Н.В. Развитие организации на основе риск – менеджмента: теория и практика: Монография/ Н.В. Капустина. – М.: НИЦ ИНФА – М, 2014. – 178 с.
10. Кулиева Ш.Т. Теоретические подходы к проблеме рисков и риск – менеджменту.// Вестник Финансового университета. - № 4 – 2011 г. – С. 43-45.
11. Лиис. Ф., Мильнер Б., Управление современной компанией / Учебное пособие // Под редакцией Б. Мильнера и Ф. Лиса – М.: ИНФРА-М, 2001. – 586 с.
12. Немцева Ю.В. Теоретические аспекты формирования риск – портфеля организации// Экономика и предпринимательство. - № 5 – 2015 г. – С.715-719
13. Оковкина О.Н. Пути повышения конкурентоспособности предприятия. Экономический журнал, 2012, № 19.
14. Хмыров В.В. Управление рисками: Современные международные стандарты//Социально политические науки. - № 2 – 2013 г.

Козочкина А.А.
магистрант 1 курса
экономический факультет
Новосибирский государственный
университет экономики и управления
Россия, г. Новосибирск

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ

В статье рассматривается сущность и понятие рисков, внешние и внутренние факторы риска.

Ключевые слова: сущность риска, риск-менеджмент, управление риском, риск, факторы риска.

Проблема управления рисками существует всегда. С риском

сталкивается каждая организация. Независимо от причин возникновения экономического риска естественным является желание уменьшить возможные потери, которые связанны с реализацией данного риска. Это осуществляется путем принятия управленческих решений, в ходе реализации которых и происходит управление риском. Управление рисками в экономике представляет собой совокупность процессов, которые связаны с идентификацией, анализом рисков и принятием решений, которые включают максимизацию положительных и минимизацию отрицательных последствий наступления рисковых событий.

Основной задачей управления рисками является находка варианта, который обеспечит оптимальное сочетание риска и дохода, с учетом того, что чем больше и прибыльней проект, тем выше степень риска.

Разработка концепций управления риском основывается на его оценке, которая характеризует степень неопределенности результата производственно – хозяйственных операций. Оценка риска представляет собой совокупность процедур идентификации факторов, причин его возникновения, анализа возможностей и последствий проявления риска.

Выявление рисков напрямую связано с проведением качественной оценке и анализа рисков. При проведении качественной оценки выявляются основные факторы и причины рисков. Для управления рисками организации необходимо учитывать влияние внешней ив внутренней среды. Факторы внешней и внутренней среды представим в таблице 1.

Также следует отметить, что риск представляют в виде возможной неудачи, опасности, понимается как действия в неопределённой ситуации. Френк Найт представляет риск как возможность положительного (шанс) и отрицательного (ущерб) отклонения в процессе деятельности от ожидаемых значений.

В соответствии с вышесказанным следует отметить, что под риском принято понимать либо потери и убытки, либо удачу.

Таблица 1– Факторы внешней и внутренней среды

Факторы	
Внешняя среда	Внутренняя среда
- состояние и тенденция изменений конъюнктуры рынка	- кадровая политика предприятия
- уровень конкуренции внутри отрасли	- уровень квалификации персонала
- покупательная способность потребителей	- соответствие используемых технологий современным инновационным разработкам
- нормативно – правовая база	- качество предоставления услуг
- предпринимательская активность в регионе	- состояние материально – технической базы

По сравнению с факторами более конкретной категорией являются причины воздействия риска.

Факторы внешней среды обуславливают возникновение таких причин как:

- непредвиденное изменение внешней среды, которое приведет к изменению условий договора с предприятием (поставщиком, подрядчиком), например, изменение законодательства, значительное повышение цен.
- появление наиболее выгодных предложений, например заключение договора с наиболее выгодными условиями, оплатой, сроками и т.п.
- изменение личных отношений с руководителями.
- изменение условий перемещения товаров, например аварии, изменение таможенных условий и.т.п.

Факторы внутренней среды обуславливают возникновение таких причин как:

- некомпетентность, недобросовестность сотрудников;
- поломка оборудования;
- потеря конкурентных преимуществ;
- несоответствие услуг требованиям к их качеству.

Таким образом, управление риском рассматривают как совокупность методов и мероприятий, также следует отметить, что процесс управления риском – достаточно сложная сфера, в которой учитывать множество факторов внешней и внутренней среды, позволяющих прогнозировать наступление рисковых событий и принимать меры к исключению или снижению отрицательных последствий наступления таких событий.

Использованные источники:

1. Агекян Л.С. Риски в финансовом менеджменте: их виды и оценка.// Экономика.- № 2 – 2015 г. – 243-246 с.
2. Алексеев М.А. Взаимосвязи интегрированной отчетности, экономической безопасности и аудита бизнеса/ Сибирская финансовая школа. – 2015ю- №1. – С.135-138.
3. Алексеев М.А. Опыты оценки отчетности российских предприятий с помощью индекса манипулирования. Современные финансовые отношения: проблемы и перспективы развития. Изд-во СГУПСа, 2015.
4. Арслонова Э.Р. Риск – менеджмент в системе антикризисного управления / Вестник Астраханского ГТУ. Серия: Экономика/ 2012. №1.
5. Балабанов И.Т. Риск - менеджмент / И. Т. Балабанов – М.: «Финансы и статистика», 1996 – 191 с.
6. Васильев Ю.В., Гущина Л.С. Риски менеджмента и менеджмент рисков // Экономика. – 2012 г.
7. Гончаров, Д.С. Комплексный подход к управлению рисками для российских компаний / Д.С. Гончаров – М.: Вершина, 2008 – 225 с.
8. Дамодоран А. Стратегический риск – менеджмент, принципы и методики / Пер. с англ. // А. Дамодоран , М. Вильямс, 2010 – 226 с.
9. Капустина Н.В. Развитие организации на основе риск – менеджмента: теория и практика: Монография/ Н.В. Капустина. – М.: НИЦ ИНФА – М,

2014. – 178 с.
10. Кулиева Ш.Т. Теоретические подходы к проблеме рисков и риск – менеджменту.// Вестник Финансового университета. - № 4 – 2011 г. – С. 43-45.
11. Козочкина А.А. Антикризисное финансовое управление - «Экономика и социум» №10(29) 2016. – 8 с.
12. Лиис. Ф., Мильнер Б., Управление современной компанией / Учебное пособие // Под редакцией Б. Мильнера и Ф. Лиса – М.: ИНФРА-М, 2001. – 586 с.
13. Немцева Ю.В. Теоретические аспекты формирования риск – портфеля организации// Экономика и предпринимательство. - № 5 – 2015 г. – С.715-719
14. Оковкина О.Н. Пути повышения конкурентоспособности предприятия. Экономический журнал, 2012, № 19.
15. Хмыров В.В. Управление рисками: Современные международные стандарты//Социально политические науки. - № 2 – 2013 г.

Кононец Е.В.
студент 4 курса
Экономический факультет
Башкирский Государственный аграрный университет
Россия, г. Уфа

УЛУЧШЕНИЕ РАБОТЫ БЮДЖЕТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ С ПОМОЩЬЮ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ СРЕДСТВ

Аннотация: В статье раскрывается анализ эффективного использования бюджетных средств и соответствие качеству и объему услуг, оказываемых населению или другим субъектам хозяйствования.

Ключевые слова: *бюджетные средства, объем и качество услуг.*

Одной их острых проблем современного бюджетного процесса является оценка обоснованности и результативности расходов, позволяющая дать развернутое представление об их необходимости и целесообразности в отсутствии активного, конкурентного потребительского выбора. Анализ деятельности ГУ МЧС РФ по РБ проводится с целью улучшения работы ГУ МЧС РФ с помощью эффективного использования бюджетных средств.

Организация вынуждена расходовать ресурсы не столько в соответствии с фактической необходимостью в них, сколько исходя из объема выделенных средств.

Теоретические предложения на этот счет и имеющаяся зарубежная и отечественная практика совершенствования управления муниципальными расходами представляют ряд мер по повышению эффективности бюджетных расходов.

Во-первых, решение задачи повышения эффективности общественных

расходов требует расчета и анализа ряда составляющих:

-отдачи от затрат;

-системы сопоставления отдачи с затратами для выявления чистой отдачи;

-системы сравнения различных вариантов направления расходования средств на основе сопоставления отдачи с затратами.

В основе определения этих составляющих лежит вопрос об оптимальности первоначального распределения бюджетных средств и ресурсов. Прежде чем сопоставлять отдачу с результатами необходимо оптимизировать сами затраты и привести их к сопоставимому виду.

Для сопоставления затрат и результатов необходима не только оптимизация затрат, но и выработка экономических подходов для оценивания, сравнения и контроля в одном масштабе этих составляющих.

Во-вторых, оценка отдачи от бюджетных услуг должна производиться с позиции всего общества, с учетом общественных выгод и общественных затрат. Такой подход требует учета производимых и получаемых экстерналий, знания всех составляющих получаемых результатов, их текущих и перспективных последствий. Возможность такого учета последствий и результатов основана на масштабной системе их оценки на основе критериев эффективности, производительности, результативности, где последняя является наиболее значимым фактором.

В-третьих, показатели эффективности, производительности и результативности требуют знания не только количественных показателей, но и качественных, которые в свою очередь нуждаются в наличии качественных стандартов и расчетов ресурсоемкости услуг.

В целом результативность должна и может быть оценена показателями достижения целей, которые должны быть изначально установлены. Вопрос же целей часто остается еще более сложным, чем выбор набора показателей.

В отношении международного опыта следует признать успешность подхода к повышению эффективности и результативности государственной политики, который делает упор на результатах, что определило его название как "бюджетирование, ориентированное на результат".

Таким образом, на основе изученной теории анализа финансового состояния бюджетных учреждений и практики ее применения в Главном управлении МЧС России по РБ определим основные этапы совершенствования бюджетного финансирования и контроля за расходованием бюджетных средств:

- эффективное использование бюджетных средств, улучшение качества взаимодействия участников бюджетного процесса;

- повышение уровня автоматизации процесса составления бюджетной отчетности главных распорядителей бюджетных средств, распорядителей и получателей бюджетных средств;

- обеспечение прозрачности всей хозяйственной деятельности

получателей бюджетных средств в режиме реального времени без дополнительных трудовых и технологических затрат;

- решение кадровой проблемы путем укомплектования штата работников высококвалифицированными специалистами и обеспечения достойного денежного содержания;

- повышение ответственности руководителей учреждений за качество предоставляемых услуг населению.

Использованные источники:

1. СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА РАБОТНИКА: ЖИЗНЬ, ЗДОРОВЬЕ, ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ Дулясова М.В., Ханнанова Т.Р. учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Москва, 2008. Сер. Высшее образование

2. СОБЫТИЯ В СИСТЕМЕ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ Ханнанов Р.А., Ханнанова Т.Р. теория и практика / Уфа, 2012.

Корунова Т.С.
магистрант 1 года обучения
факультет «Радиотехнический»
Гоношилина И.Г., к.филос.н.
доцент
кафедра «Политология, социология и связи с общественностью»
Ульяновский Государственный Политехнический университет
Россия, г. Ульяновск

ЧТО ТАКОЕ МОТИВАЦИЯ И КАК ОНА ВЛИЯЕТ НА ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА

Аннотация. Если рассматривать жизнь человека как его движение вперёд, по пути к развитию, то можно сказать, что жизнь – это процесс постоянного преодоления новых границ, достижения лучших результатов, саморазвития и личностного роста. И в этом процессе одну из главных ролей играет вопрос смысла всех действий и поступков, которые совершает человек. Что же оказывает влияние на деятельность человека и его поведение? Что его побуждает и что мотивирует? Ведь у любого действия (и даже бездействия) практически всегда есть свой мотив.И для того что бы люди могли проще понимать окружающих людей и самих себя, а также чужие и свои собственные поступки, следует ввести такое понятие как мотивация.

Мотивация – это совокупность психологических процессов, которые придают поведению энергетический импульс и общую направленность. Изучение мотивации это анализ причин и факторов, которые инициируют активность человека, а также направляют, поддерживают и приводят к завершению определенных целей. Для объяснения того, либо иного поведения человека создаются различные психологические теории

мотивации и устанавливают законы по контролю человеческого поведения.Приемы мотивации различны и зачастую индивидуальны. Что касается теорий, то обратимся к наиболее известным из них.

Согласно теории ожиданий Виктора Врума, человек выбирает те или иные действия исходя из своих представлений о последствиях этих действий [1]. Т.е. мотивацией может служить стремление человека с помощью прилагаемых им усилий получить ожидаемый им результат, при условии, что этот результат имеет для него ценность, или, наоборот, избежать этого результата (понятие “валентность).

Существует три важных элемента теории ожиданий:

- “Ожидание” – “сиюминутное убеждение относительно вероятности того, что конкретное действие приведет к конкретному результату”.
- “Валентность” – “аффективные ориентации на определенные результаты”, т.е. степень ожидаемой удовлетворенности. При положительной валентности человек добивается результата, при отрицательной – стремиться его избежать. “Валентность” – это ожидаемая удовлетворенность, а “ценность” – это действительная удовлетворенность. Очевидно, что они могут не совпадать.
- “Инструментальность” – понимание того, что промежуточный результат является звеном цепочки, которая ведет к важному результату. Т.е. промежуточный результат имеет ценность не сам по себе, а только как необходимый этап следующего результата, действительно ценного.

Если коротко, то теория ожиданий утверждает, что для мотивации человека необходимо, чтобы он имел четкое представление о том, что от его усилий зависят результаты его труда, что из результатов его труда вытекают для него определенные последствия, и, что эти последствия имеют для него ценность [1].

Побуждения к действиям могут быть как извне, так и исходить от самого человека. Мотивационная сущность человека сама определяет источник побуждений. Для нерешительного и малоподвижного человека необходим внешний раздражитель. А активному человеку помогает внутренний потенциал. Исходя из вышесказанного, способы удовлетворения потребностей можно разделить на два вида:

- активный человек будет искать способы достижения успеха;
- нерешительный и сомневающийся человек ищет пути для избежания нежелательных обстоятельств.

Важнейшей особенностью мотивированного действия является наличие потребностей и намерения к их выполнению.

А. Маслоу считал, что мотивация основана стремлении человека к удовлетворению своих потребностей. Он выделил пять основных потребностей и расположил их в следующей иерархии, от базовых к высшим:

1. Физиологические потребности, например, утоление голода и жажды
2. Потребность в безопасности, например, потребность в жилье, тепле, в порядке
3. Потребность в принадлежности и любви, например, потребность иметь семью, быть членом социальной группы
4. Потребность в признании, например, потребность в статусе, самоуважении
5. Потребность самоактуализации, например, потребность в личном росте и развитии

По Маслоу люди удовлетворяют свои потребности поочередно от базовых к высшим. Т.е. переход к удовлетворению потребностей более высокого уровня происходит только после того, как будут удовлетворены все потребности более низкого уровня: “человек желает удовлетворить из двух потребностей более базовую, когда он неудовлетворен в отношении их обеих” [1].

Мотивации определяется потребностями так же и в саморазвитии и наличие знаний и опыта, необходимых для эффективной деятельности, являющимися одними из ведущих психологических потребностей **Я** человека. Любой стимул (событие, сообщение, коммуникация), с которым человек сталкивается при выполнении деятельности, может иметь для него контролирующее или информирующее значение.

Согласно теории потребностей Девида МакКлелланд, людям присущи три потребности: власть, успех и причастность. Исходя из понимания ведущей потребности работника, разрабатываются мотивационные приемы. Упрощенно это можно представить следующим образом: если доминирует потребность власти, индивиду необходимо обеспечить продвижение по службе, если более важен успех — важно дать возможность довести работу до успешного завершения, а если ведущей оказывается потребность в причастности, то большую пользу может принести организация этих людей в процессе работы[2].

В итоге, поведение человека в различных ситуациях и приводит его к определенным результатам. И данные результаты, прежде всего, дают направление анализа и изучения условий мотивации.

Использованные источники:

1. Электронный ресурс: http://hr-portal.ru/article/8-samyh-izvestnyh-teoriy-motivacii;
2. Электронный ресурс: http://www.kapr.ru/articles/2011/2/5043.html.

Кузьменко Е.О.
магистрант
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

Россия, г. Москва

ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ: ЭВОЛЮЦИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

Аннотация: в статье рассмотрены основные этапы эволюции гостиничной индустрии и изменения, которые претерпела данная отрасль. Автором статьи также была отмечена важность формирования оптимальной ассортиментной политики гостиниц в целях повышения эффективности их деятельности.

Abstract: in the article the main stages of the evolution of the hotel industry and the changes that have transformed the industry are described. The author also noted the importance of the formation of the optimal assortment policy of the hotels to improve their performance.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, гостиничный продукт, гостиничные сети, информационные и коммуникационные технологии, гостиничный рынок, конкуренция.

Keywords: hospitality industry, hotel product, hotel chains, information and communication technology, hotel market, competitiveness.

Актуальность проблемы, поднятой в статье, заключается в том, что с тех пор, как люди начали путешествовать, возникла необходимость ночлега вне его дома и места, где бы он мог удовлетворить основные потребности странствующего человека: утолить голод и жажду. Как известно, спрос рождает предложение, и соответственно на спрос со стороны путешествующих на услуги по размещению и питанию появились соответствующие предприятия.

Гостиницы так же, как авиакомпании и рестораны продают материальные продукты (размещение, доставка, питание и напитки) и нематериальные услуги (процесс, обслуживания). Эта двойственность определяет специфику процесса продаж гостиничного продукта, набор маркетинговых инструментов и стратегий [1].

На историческом развитии индустрии гостеприимства отражались основные этапы развития цивилизации. Распад великих империй, упадок и разорение от мировых войн приостанавливали развитие гостеприимства, но вместе с тем налаживание международных отношений, развитие международных торговых отношений и ремесел оказывали положительное влияние на рост гостиничной индустрии.

Гостиничное хозяйство претерпевает существенные изменения после промышленной революции конца XVIII века: появились пароходы, паровозы, железные дороги. Повысился уровень жизни людей в целом - стало гораздо больше состоятельных людей, имевших возможность путешествовать и как следствие начал развиваться массовый туризм. Резко начинается активная урбанизация строящихся городов, зарождается бизнес туризм среди деловых людей и новых промышленников, перенимающих опыт создания технических новинок, торговцев из Европы в Америку,

которые создают предпосылки для количественного и качественного роста гостиничной индустрии.

С развитием гостиничного хозяйства, налаживаются и связи между государствами Старого и Нового Света. И лишь в начале XIX в. начинается строительство малых и больших гостиниц исключительно для обслуживания путешественников.

С появлением талантливых людей, пришедших в гостиничный бизнес (в России – купец Н.И. Корзинкин, в США – Э. Статлер, К. Хилтон, Э. Хендерсон и другие), гостиницы приобретают современную суть и разнообразие [2].

После Второй мировой войны (1945–1955) гостиничная база становится усовершенствованной индустрией, которая помимо размещения предоставляла клиентам целый комплекс услуг, включая питание, развлечение, отдых и т.д. Гостиница из здания с меблированными комнатами, предназначенного для краткосрочного проживания людей, превращается в полноценный туристский комплекс с полным пакетом услуг.

В 90-е годы XX в. открываются отели специализированного назначения – на автотрассах, при вокзалах и аэропортах, на популярных курортах, люкс и апартаменты для привилегированных постояльцев, гостиницы-казино, молодежные гостиницы, хостелы и др. Именно в это время начинается ужесточение конкуренции на туристском рынке. И в этих условиях отели стремятся привлечь клиентов путём расширения спектра предоставляемых услуг путём их диверсификации и повышению качества услуг.

На современном этапе развития мировой гостиничной индустрии имеет место стремительный рост числа гостиничных сетей при централизации и интеграции управления. Все ведущие гостиничные сети мира, вне зависимости от их уровня находятся в поисках новых возможностей и идей для увеличения своего потенциала.

Характерная для мировой экономики тенденция увеличения доли сферы услуг в ВВП наблюдается и в России. Доля доходов и занятость в сфере услуг возросли до 60% [3].

Кроме того, отличительной чертой развития мировой индустрии гостеприимства является появление и стремительный рост числа изысканных, уникальных в своей неповторимости гостиниц в непривычных местах, нацеленных на обслуживание определённых сегментов рынка. Использование передовых технологий по системам жизнеобеспечения и обеспечения безопасности и комфорта, новых материалов и сырья и прочих информационных новшеств (интернет, системы онлайн бронирования и резервирования мест и т.д.) выводят современные гостиницы на качественно новый уровень.

Индустрия гостеприимства занимает ведущее место в структуре международного туризма. Туристские потоки непосредственно зависят от

размера этого сектора и качества предлагаемого размещения.

Объём рынка коллективных средств размещения в 2012 году в РФ составил почти 279 млрд. руб. По сравнению с 2011 годом рынок вырос на 14,21%. Внушительные темпы роста обусловлены, в основном, стремительным увеличением выручки предприятий гостиничного бизнеса. Это связано с целым рядом факторов:

1. Вводом в эксплуатацию новых гостиниц, в том числе входящих в такие мировые гостиничные сети, как:
   - Carlson Rezidor Hotel Group;
   - InterContinental Hotel Group;
   - Marriott International Inc. и, соответственно, ростом номерного фонда.
2. Увеличением средней стоимости номера ADR дохода на номер RevPAR.
3. Усилиями со стороны государства по стимулированию спроса и предложения в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации в 2011-2018 гг.» [4].

Несмотря на постоянное увеличение номерного фонда, величина загрузки российских гостиниц уже более 10 лет остаётся неизменной – около 70% [5]. Кроме этого, можно констатировать практически непрерывную положительную динамику средней стоимости номера (ADR) и дохода на номер (RevPar).

Локальное снижение данных показателей в 2008-2009 гг. обуславливалось скорее неблагоприятной ситуацией в экономике Российской Федерации в целом [6].

Гостиничный рынок имеет высокий потенциал дальнейшего развития. В качестве одного из наиболее перспективных направлений развития можно выделить увеличение нагрузки номерного фонда путём внедрения в гостиницах современных технологий управления номерным фондом, контроля качества и развитием каналов дистрибуции.

Высокая активность в этом направлении уже наблюдается со стороны таких компаний, как Expedia, HRS, Booking.com, Ostrovok.ru.

Предпосылками положительной динамики рынка туризма в РФ являются рост платежеспособности населения и последовательное развитие туристской инфраструктуры, рост уровня проникновения дистанционных банковских услуг, Интернета и интернет-сервисов в нашей стране.

Индустрия гостеприимства является одним из ярких примеров внедрения, развития и активного использования информационных и коммуникационных технологий в мире. Бронировать билеты, выбирать и оплачивать номер в отеле в любом городе по всему миру в любое время в любом месте при помощи мобильного устройства, с использованием электронных способов оплаты становится привычным для туристов любых возрастов с широким диапазоном уровня доходов.

Рынок гостиничных услуг движется в сторону большей прозрачности и доступности для конечного потребителя. По данным Aviation EXplorer, рост доли туристских услуг, оформляемых в сети Интернет, был признан наиболее заметным трендом на российском рынке в 2012 году [7]. Структура спроса изменяется, смещаясь в сторону самостоятельного оформления гостиничных услуг в сети Интернет населением.

Развитие рынка туризма в РФ неизбежно приведет к повышению уровня конкуренции в этом секторе экономики, что, в свою очередь, потребует от компаний, работающих в индустрии гостеприимства, пересмотреть своё отношение к роли маркетинга в компании. Чтобы сохранить конкурентоспособность в новой среде, компаниям индустрии туризма необходимо двигаться от культуры ориентации на потребителя к ориентации на рынок.

Таким образом, потребности гостей менялись, и в след за ними менялось и предложение гостиничных услуг. По результатам проведенного автором исследования, можно сделать вывод о том, что при разработки стратегии развития руководство гостиничных предприятий должны учитывать лучшие практики по продвижению гостиничного продукта в интернет- пространстве. Разработка эффективной маркетинговой стратегии развития гостиничного бизнеса является необходимым условием обеспечения конкурентоспособности в современных условиях.

Использованные источники:

1. Вакуленко, Р.Я. Управление гостиничным предприятием / Р.Я. Вакуленко. – М.: Университетская книга; Логос, 2010. – 320 с.
2. Гончарова, И.В. Маркетинг туризма / И.В. Гончарова – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 224 с.
3. http://www.nationmaster.com/graph/eco_gdp_com_by_sec_ser-economy-gdp-composition-sector-services - National Master. Дата обращения 12.06.2016 г.
4. http://faip.economy.gov.ru - Федеральная адресная инвестиционная программа России. Дата обращения 12.06.2016 г.
5. http://www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики. Дата обращения 13.06.2016 г.
6. http://www.advertology.ru/article113553.htm - Инф.-справочный ресурс, посвящённый рекламе, маркетингу и PR. Дата обращения 13.06.2016 г.
7. http://www.aex.ru - Aviation Explorer. Содружество авиационных экспертов. Дата обращения 12.06.2016 г.

Курилова А.А., д.э.н.
доцент, профессор
кафедра «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет
Россия, г. Тольятти

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: Правительство Самарской области предметно занимается созданием максимально комфортной инвестиционной среды. Бизнесменам предоставляется широкий спектр господдержки на всех этапах реализации проектов.

Ключевые слова: инвестиционный климат, внутренние инвестиции, прямые иностранные инвестиции.

Kurilova Anastasiya Aleksandrovna
doctor of Economics, associate Professor,
Professor of Department "Finance and credit"
Tolyatti state University, Russia, Tolyatti

THE INVESTMENT CLIMATE IN SAMARA REGION

Abstract: the government of the Samara region is engaged in creating a comfortable investment environment. The business offers a range of support at all stages of project implementation.

Key words: investment climate, domestic investment, foreign direct investment.

Самарская область, несмотря на значительный рост объема прямых иностранных инвестиций, происходивший в начале 2000-х годов, на текущий момент отстает по объему и по темпам роста данных инвестиций. Самарская область стала уступать другим регионам, активизировавшимся в конкуренции за инвесторов.

За счет «всплесков» в 2008 и 2012 году, Самарская область сохранила хорошие позиции по накопленным прямым иностранным инвестициям на душу населения. Их объем за период с 2005 по 2012 года на душу населения в Самарской области составил 379,1 долл. США на человека. При этом, доля Самарской области в общем объеме привлеченных в Россию прямых иностранных инвестиций в 2012 году выросла до 0,41%.

Однако, что поток прямых иностранных инвестиций в Самарскую область довольно нестабилен, объем инвестиций сильно варьируется год от года, основные «всплески» приходятся на периоды сделок по продаже крупных промышленных активов и периоды модернизации крупнейших производств. В отличие от прямых иностранных инвестиций, суммарный объем инвестиций в основной капитал восстановился после кризиса и составил 204,2 млрд рублей. Здесь также крупнейшими инвесторами являются Роснефть и АвтоВАЗ, доли которых в общей структуре 10,8% и 6,9% соответственно [1].

В отличие от «внутренних» инвестиций, прямые иностранные инвестиции более подвержены конъюнктурным колебаниям и медленнее восстанавливаются

Для формирования успешной политики в области привлечения прямых иностранных инвестиций необходимо понимать, на какие факторы, прежде всего, ориентируются инвесторы при принятии своих решений.

Таблица 1 – Сильные и слабые стороны в инвестиционном климате Самарской области

Сильные стороны	Слабые стороны
наличие развитых отраслевых кластеров	отсутствие единой скоординированной системы по привлечению и работе с инвесторами
возможность транспортировки грузов всеми видами транспорта (ж/д, авто, авиа, речной)	недостаточное понимание ключевых целевых групп инвесторов и отсутствие адекватной системы стимулов для них
наличие крупного рынка сбыта (Самарская область, регионы ПФО)	нечеткое позиционирование Самарской области для инвесторов, низкая интенсивность продвижения Самарской области
привлекательный рынок труда	недостаток качественной промышленной инфраструктуры, проблемы при подключении энергетической инфраструктуры
наличие особых экономических зон	высокие административные барьеры и отсутствие системы «одного окна»

Для успешного развития Самарской области разработана стратегия по привлечению инвестиций в регион. В инвестиционной стратегии рассмотрены ключевые инвестиционные приоритеты Самарской области, меры по формированию благоприятного инвестиционного климата, а также предложен план мероприятий (дорожная карта) по реализации Инвестиционной стратегии.

При формировании инвестиционной политики региона были определены ключевые приоритеты, которые определяют направления развития региона.

Таблица 2 – Ключевые приоритеты, определяющие направления развития региона [2]

Привлекательность кластера	потенциальная производительность труда
	текущий объем и потенциал роста корневых сегментов кластера в ближайшие 3-5 лет на российском и мировом рынке
Текущий уровень развитости кластера	относительный размер
	уровень специализации
	достигнутый уровень производительности
Доступность ключевых факторов для развития кластера	природные условия
	инфраструктура
	кадры
	поставщики и партнеры
	доступ к рынку

В результате приоритизации кластеров Самарской области удалось выявить следующие группы кластеров.

Таблица 3 – Группы кластеров по приоритетам [3]

Кластеры первого приоритета	Кластеры второго приоритета	другие промышленные кластеры	потенциально новые секторы
автомобилестроительный кластер	кластер строительства и строительных материалов: производство стройматериалов	кластер производства электротехнического оборудования	фармацевтическая промышленность
аэрокосмический кластер	строительство	кластер тяжелого машиностроения	ИТ-отрасль
нефтехимический кластер: производство пластмасс и изделий из них	агропищевой кластер: производство продуктов питания		радиоэлектронная промышленность
химический сектор	сельское хозяйство		
нефтегазовый сектор	транспортно-логистический кластер		
добыча нефти и газа			

Для улучшения инвестиционной привлекательности региона разработано «уникальное предложение» для инвесторов, которое будет выделять область на фоне других регионов, тем самым привлекая инвесторов в Самарскую область. Для этого к текущим факторам ценности Самарской области для инвесторов были добавлены вновь создаваемые факторы ценности для формирования«уникального предложения» региону. Этими новыми факторами станут низкие административные барьеры, адекватная транспортно-логистическая структура и современные промышленные площадки.

Рисунок 1 — Предложение ценности для инвесторов

Самарская область должна преодолеть отставание от регионов-

конкурентов по уровню административных барьеров и качеству государственных услуг, поскольку в настоящее время оно оказывает наиболее негативное влияние на привлечение инвесторов. Снижение административных барьеров будет происходить за счет уменьшения числа и продолжительности административных процедур, повышения эффективности работы госорганов и противодействии коррупции.

Для повышения инвестиционной привлекательности региона необходимо решение проблемы с недостатком промышленной инфраструктуры для расширения или создания новых производств. Решение этой проблемы - создание системы промышленных парков.

Промышленные парки будут создаваться при участии Правительства Самарской области, с привлечением частных инвесторов. Основная роль государства будет заключаться в административной поддержке строительства, обеспечения подключения парков коммунальной инфраструктуры и развитии транспортной инфраструктуры. Управление промышленными парками будет осуществляться управляющими компаниями, которые будут обеспечивать функционирование парка, привлекать инвесторов и оказывать услуги резидентам парков (администрирование, логистика, подбор персонала, ремонт оборудования, очистка стоков и т.п.).

Компании-резиденты промышленных парков будут использовать общую инженерную инфраструктуру - электро-, газо- и теплоснабжение, водопровод, канализацию и очистные сооружения и т.д. Наличие общей инфраструктуры наряду с возможностями получения дополнительных льгот позволит легче привлекать резидентов, за счет обеспечения более низких производственных издержек.

Промышленные парки будут создаваться в ключевых отраслях промышленности. Основным условием для выбора расположения парковявляется доступ к рынку труда и удобный доступ к транспортной инфраструктуре [4].

В ходе анализа были определены зоны приоритетного расположения промышленных парков:

- парк поставщиков автокомпонентов целесообразно расположить в непосредственной близости от АвтоВАЗа, а также рядом с заводом Bosh;
- химический парк - разместить в районе Новокуйбышевска, где сконцентрирована основная масса предприятий нефтехимии, а также вблизи г. Тольятти;
- парк «Оборудование и техника» целесообразно разместить в Самаре в черте города на базе существующих площадей аэрокосмического кластера;
- агропищевые парки необходимо разместить на окраине г.о. Самара и между г.о. Самара и г.о.Тольятти на свободных площадках;
- парк для малого и среднего предпринимательства целесообразно разместить в черте г.о. Самара на свободных площадях.

Использованные источники:

1. Приложение к постановлению Правительства Самарской области от 22.10.2015 № 666 «Итоги социально-экономического развития Самарской области за январь – август 2015 года и ожидаемые итоги развития за 2015 год».
2. Подпрограмма «Развитие инновационной деятельности в Самарской области» на 2014 - 2018 годы государственной программы Самарской области «Создание благоприятных условий для инвестиционной и инновационной деятельности в Самарской области» на 2014 - 2018 годы.
3. Основные направления инвестиционной стратегии Самарской области до 2030 года.
4. http://economy.samregion.ru/ - электронный ресурс, сайт Министерства экономического развития, инвестиций и торговли Самарской области.

Курилова А.А., д.э.н.
доцент, профессор
кафедра «Финансы и кредит»
Осадчикова Е.В.
студент-магистрант, 1 курс
Тольяттинский государственный университет
Россия, г. Тольятти

ИННОВАЦИИ В ОБРАЗОВАНИИ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: Инновационные технологии в образовании позволяют регулировать обучение, направлять его в нужное русло. В настоящее время система образования должна быть обращена в будущее, основная ее цель - готовить человека к жизни в постоянно меняющихся условиях. От этого зависит реализация планов долгосрочного развития экономики и социальной сферы страны. Образование должно способствовать развитию человеческого потенциала, решению наиболее значимых и острых социальных проблем.

Ключевые слова: инновации в образовании, профессиональное образование, дошкольное образование, высшее образование, педагог, инновационное развитие, региональное образование.

Kurilova Anastasiya Aleksandrovna
doctor of Economics, associate Professor,
Professor of Department "Finance and credit"
Tolyatti state University, Russia, Tolyatti
Osadchikova Eugene V.
student-master student, 1st year,
Tolyatti state University, Russia, Tolyatti

INNOVATIONS IN EDUCATION OF THE SAMARA REGION

Abstract: Innovative technologies in education allow regulatory-VAT

training, to direct him in the right direction. Currently, the system of education should be reversed in the future, its main goal is to prepare the individual for life in a constantly changing environment. Depends on the implementation of plans for long-term development of economy and social sphere of the country. Education should contribute to human development, solving major and pressing social problems.

Key words: innovation education, vocational education, early childhood education, higher education, teacher, innovative development, regional education.

Основными задачами Правительства Самарской области в сфере образования остаются обеспечение доступности дошкольного образования, развитие системы поддержки талантливых детей, повышение качества профессиональной подготовки.

Продолжается реализация мероприятия по обеспечению доступности дошкольного образования. В настоящее время удовлетворенность населения Самарской области услугами дошкольного образования для детей 3-7 лет составляет 96,9 %. При этом очередь на зачисление в детские сады для детей 3-7 лет составляет 5,6 тыс. человек. К концу 2015 года полностью решена проблема доступности дошкольного образования для детей 3-7 лет [1].

Система общего образования Самарской области продолжает демонстрировать высокий уровень получаемых школьниками знаний. В 2015 году получено 167 100-балльных результатов по 9 предметам (в 2014 году – 136 по 6 предметам). В том числе этому способствует развитие сети региональных учебно-методических объединений (20 единиц).

Большое внимание уделяется развитию дополнительного образования. Охват детей от 5 до 18 лет услугами учреждений дополнительного образования (далее – УДОД) различной ведомственной принадлежности составляет 78,5%, что превышает целевой ориентир к 2020 году, установленный Указом Президента Российской Федерации от 07.05.2012 (75%). К наиболее востребованным и популярным направлениям дополнительного образования традиционно относятся художественно-эстетическое (32,2%) и физкультурно-спортивное (32%). Возрастает численность детей, занятых в объединениях технической направленности (в объединениях научно-технической направленности – на 38,5% по сравнению с 2013/2014 учебным годом, спортивно-технической направленности – на 26,4%) [2].

Приоритетным направлением остается работа с талантливыми детьми и молодежью. Участниками Всероссийской олимпиады школьников в 2014/2015 учебном году стали 108,3 тыс. учащихся 5-11-х классов школ региона (в 2013/2014 учебном году – 102,1 тыс. учащихся). По итогам заключительного этапа всероссийской олимпиады школьников команды Самарской области одержали 8 побед и заняли 31 призовое место. Среди 594 лауреатов Всероссийской многопрофильной инженерной олимпиады «Будущее России» практически каждый 10-й – самарский школьник (4

победителя и 59 призеров).

На Четырнадцатых Всероссийских и Десятых открытых молодежных Дельфийских играх государств – участников СНГ Самарская область заняла третье общекомандное место из числа 68 регионов – участников (6 золотых, 10 серебряных и 3 бронзовых медалей, 4 диплома).

В 2015 году расширены категории получателей социальной поддержки в форме полной или частичной оплаты услуг по обучению в организациях высшего образования Самарской области по приоритетным для развития экономики региона направлениям подготовки (специальностям).

Основной задачей совершенствования региональной системы профессионального образования является обеспечение ее соответствия приоритетам развития региона. Исходя из прогноза кадровых потребностей, в 2015 году увеличены контрольные цифры приема по приоритетным направлениям экономики региона: машиностроение, химические технологии, сфера IT-технологий, электро- и теплоэнергетика с 33,3 до 33,9%; строительный профиль – с 6,7 до 7,0%. При этом контрольные цифры приема по профессиям и специальностям сферы обслуживания уменьшены с 5,3% в 2014 году до 4,1% в 2015 году[].

В регионе внедряется дуальная система образования. С мая 2015 года Самарская область включена в реализацию проекта автономной некоммерческой организации «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» «Подготовка рабочих кадров, соответствующих требованиям высокотехнологичных отраслей промышленности, на основе дуального образования». В настоящее время в проекте принимают участие 4 профессиональные организации, подведомственные министерству образования и науки Самарской области, осуществляющие подготовку кадров для предприятий авиационно-космического кластера региона, и ведущие предприятия области [3].

В 2015 году студенты профессиональных образовательных организаций Самарской области повысили результативность своего участия в конкурсах и чемпионатах профессионального мастерства в формате WorldSkills, завоевав 3 золотые, одну бронзовую и одну медаль «За мастерство». Из 43 регионов – участников национального чемпионата в 2015 году самарская делегация заняла 8-е место.

В текущем году учреждены 100 денежных выплат в размере 10 тыс. рублей для молодых ученых и конструкторов, работающих в Самарской области, по приоритетным для региона направлениям развития науки, технологий и техники.

Создаются условия для полноценного обучения в учреждениях профессионального образования лиц с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания 19 государственных профессиональных образовательных организаций Самарской области обустроены и приспособлены для реализации программ среднего профессионального

образования и профессиональной подготовки для лиц данной категории.

Продолжается работа по повышению престижности педагогической профессии, в том числе путем проведения конкурсов профессионального мастерства. В рамках реализации мероприятия «Денежное поощрение лучших учителей» государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» на 2013 – 2020 годы победителями конкурсного отбора 2015 года стали 34 педагога Самарской области, каждый из которых получит денежное поощрение в размере 200 тыс. рублей.

Комплекс ежегодно осуществляемых мер социальной поддержки способствует увеличению числа молодых специалистов в образовательных учреждениях (с 918 человек в 2013/2014 учебном году до 1 163 человек в 2014/2015 учебном году). Доля учителей общеобразовательных учреждений в возрасте до 30 лет составила 12,8% (в 2013/2014 учебном году – 11,8%).

На территории региона организован и проведен ряд крупных международных и межрегиональных мероприятий молодежной направленности, в том числе ежегодный молодежный форум ПФО «iВолга». Также в рамках поддержки реализации федерального проекта «Волонтерский корпус – 70 лет Победы» на территории региона был организован областной волонтерский корпус. Всего в волонтерскую деятельность вовлечено более 7 800 человек [4].

Использованные источники:

1. Приложение к постановлению Правительства Самарской области от 22.10.2015 № 666 «Итоги социально-экономического развития Самарской области за январь – август 2015 года и ожидаемые итоги развития за 2015 год».
2. Подпрограмма «Развитие инновационной деятельности в Самарской области» на 2014 - 2018 годы государственной программы Самарской области «Создание благоприятных условий для инвестиционной и инновационной деятельности в Самарской области» на 2014 - 2018 годы.
3. http://www.educat.samregion.ru/ - электронный ресурс, сайт Министерства образования и науки Самарской области.
4. Приложение к письму министерства образования и науки Самарской области «Итоговый отчет Министерства образования и науки Самарской области о результатах анализа состояния и перспектив развития системы образования за 2014 год».

Курова С.С.
кассир
ГАОУ ДПО РМ «МРЦПКСЗ»
Проказова Ю.Н.
студент 4 курса
направление подготовки «Менеджмент»
Шукшина Ю.А., к.э.н.

научный руководитель, доцент
кафедра менеджмента и экономики образования
ФГБОУ ВО «МГПИ имени М.Е. Евсевьева»
Россия, г. Саранск

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ НА ФИНАНСИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЯ

В статье представлены результаты практического исследования эффективности использования средств на финансирование деятельности автономного учреждения.

Ключевые слова: автономное учреждение, финансирование деятельности, расходы учреждения, прибыль.

Kurova S.S
cashier
State autonomous educational institution of additional professional education of the Republic of Mordovia «Mordovia republican training centre of health professionals», Saransk, Russia
Prokazova Yu.N.
4th year student of direction of training "Management"
Federal state budgetary educational institution of higher education «Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva "Saransk, Russia
Scientific adviser:
Shukshina Yu, Ph.D.
Associate Professor, Department of Management and Economics of Education,
Federal state budgetary educational institution of higher education «Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva "Saransk, Russia

EVALUATION OF THE USE OF FUNDS FOR FINANCING OF INSTITUTIONS

The article presents the results of practical research on the effectiveness of using funds to finance the activities of an autonomous institution.

Keywords: autonomous institution, financing activities, institutions, income expenses.

Объектом исследования в данной статье выступает Государственное автономное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования Республики Мордовия «Мордовский республиканский центр повышения квалификации специалистов здравоохранения», основным направлением деятельности которого является дополнительное профессиональное образование специалистов со средним медицинским и фармацевтическим образованием по 33 специальностям.

Учреждение является некоммерческой организацией, созданной Республикой Мордовия для выполнения работ, оказания услуг в области образования. [1]

В современных условиях остротой проблемой является анализ и оценка объемов и структуры финансирования учреждений бюджетной сферы. Указанные процессы происходят в условиях постоянного изменения законодательной базы по бюджетному учету и отчетности. Требует разрешения проблема расходования бюджетных средств и их целевого использования. На все эти вопросы помогает ответить отчетность, составляемая бюджетными учреждениями. [2]

Отчетность бюджетных учреждений является информационной базой для анализа состояния финансовых и нефинансовых активов, а также обязательств и финансового результата учреждений, являющихся получателями бюджетных средств. Информация, содержащаяся в отчете о финансовых результатах деятельности госучреждения, должна обеспечить объективное представление о формировании доходов и расходов его деятельности. [3, 4]

Проведем анализ эффективности использования средств на финансирование деятельности, рассмотрев структуру расходов учреждения, и определим место в них расходов, финансируемых из прибыли в таблице 1.

Таблица 1 – Эффективность использования средств на финансирование деятельности ГАОУДПО Республики Мордовия «МРЦПКСЗ» в 2013–2015 гг., %

Показатели	Сумма, руб.			Удельный вес, %		
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Расходы, профинансированные из бюджетных средств в т.ч.	869495	3456118	5791695	21,4	48,7	56,4
Оплата труда	217172	1903240	3300172	5,3	26,8	32,1
Взносы на государственное социальное страхование	83035	1003015	1194735	2,0	14,1	11,6
Оплата ГСМ	121181	121181	121181	3,0	1,7	1,2
Прочие расходные материалы и предметы снабжения	19960	26489	29360	0,5	0,4	0,3
Командировки и служебные разъезды	12800	12800	12800	0,3	0,2	0,1
Оплата транспортных услуг	20500	20500	20500	0,5	0,3	0,2
Оплата услуг связи	46000	59350	68200	1,1	0,8	0,7
Оплата содержания помещения	5000	100280	203300	0,1	1,4	2,0
Оплата отопления и технических нужд	–	120266	175500	–	1,7	1,7
Оплата освещения	–	27115	190700	–	0,4	1,9

Показатели	Сумма, руб.			Удельный вес, %		
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
помещений						
Оплата водоснабжения помещений	–	11112	19000	–	0,2	0,2
Оплата текущего ремонта зданий и сооружений	900	900	900	0,02	0,01	0,009
Прочие текущие расходы	329147	36070	381547	8,1	0,5	3,7
Приобретение непроизводственного оборудования и предметов длительного пользования для государственных предприятий	13800	13800	13800	0,3	0,2	0,1
Капитальный ремонт объектов непроизводственного назначения, за исключением капитального ремонта жилого фонда	–	–	60000	–	–	0,6
Расходы, профинансированные из внебюджетных источников	369672	422100	636682	9,1	5,9	6,2
Расходы, профинансированные за счет основной деятельности	1165239	1431602	1772350	28,7	20,2	17,2
Расходы, профинансированные за счет предпринимательской деятельности	869495	986790	1230654	21,4	13,9	12,0
Себестоимость	3273901	6296610	9431381	80,6	88,7	91,8
Расходы на содержание учреждения и другие мероприятия, профинансированные из прибыли	787175	801350	843519	19,4	11,3	8,2
Всего расходов	4061076	7097960	10274900	100,0	100,0	100,0

а) Рост доли расходов, финансируемых из бюджетных источников в 2013–2015 гг., перекрыл снижение доли расходов, финансируемых из внебюджетных источников на 2,9% – с 91,1% до 6,2%; расходов, профинансированных за счет основной деятельности на 11,5% – с 28,7% до 17,2%; расходов, профинансированных за счет предпринимательской деятельности на 9,4% – с 21,4% до 12,0%. (рис. 1);

б) Как видим, за счет прибыли было профинансировано в 2015 г. 8,2% всех расходов учреждения, что на 11,1% меньше показателя 2013 г. и на 3,1% – показателя 2014 г. (рис. 2);

в) Снижение доли расходов, финансируемых из прибыли, произошло в

2013–2015 гг. за счет увеличения удельного веса расходов, профинансированных из бюджетных средств, на 35,4% – с 21,4% до 56,4% (рис.3).

Рисунок 1– Структура расходов ГАОУДПО Республики Мордовия «МРЦПКСЗ» в 2013г,%

Рисунок 2– Структура расходов ГАОУДПО Республики Мордовия «МРЦПКСЗ» в 2014г,%

Рисунок 3– Структура расходов ГАОУДПО Республики Мордовия

«МРЦПКСЗ» в 2015г., %

Снижение доли расходов, финансируемых из прибыли, произошло в 2013–2015 гг. за счет увеличения удельного веса расходов, профинансированных из бюджетных средств, в том числе за счет:

– роста доли расходов на оплату труда на 26,8% – с 5,3% до 32,1%;

– взносов на государственное социальное страхование на 9,6% – 2,0% до 11,6%, что меньше показателя 2014 г. на 2,5%;

– расходов на содержание помещения на 1,9% – с 0,1% до 20,0%;

– расходов на оплату освещения помещений на 1,9% – 0,0% до 0,2%;

– расходов на оплату отопления и технических нужд на 1,7% – с 0,0% до 1,7%;

– расходов на оплату водоснабжения помещений на 0,2% – с 0,0% до 0,2%.

По остальным статьям расходов, финансируемых из бюджетных источников в 2013–2015 гг. произошло снижение удельных весов:

– «Оплата ГСМ» на 1,8% – до 1,2% в 2015 г.;

– «Прочие расходные материла и предметы снабжения» на 0,2% – до 0,3% в 2015 г.;

– «Командировки и служебные разъезды» на 0,2% – до 0,1%;

– «Оплата транспортных услуг» на 0,3% – до 0,2%;

– «Оплата услуг связи» на 0,4% – 0,7%;

– «Прочие текущие расходы» на 4,4% – до 3,7%.

Оценим, на какие нужды была распределена и использована прибыль учреждения в таблице 2.

Как видим, наибольшая сумма прибыли учреждения была направлена на оплату ГСМ – 843519 руб. в 2015 г., что на 34085 руб. больше, чем в 2013 г.; причем удельный вес данных расходов также вырос – с 54,7% до 55,0% – на 0,3%.

Таблица 2 – Распределение и использование прибыли ГАОУДПО Республики Мордовия «МРЦПКСЗ» в 2013–2015 гг.

Показатели В	Сумма, руб.			Удельный вес, %		
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Расходы на содержание учреждения и другие мероприятия, профинансированные из прибыли, в т.ч.	787175	801350	843519	100,0	100,0	100,0
Оплата ГСМ	430220	441864	464305	54,7	55,1	55,0
Прочие расходные материалы и предметы снабжения	12256	12380	13903	1,6	1,5	1,6

Показатели В	Сумма, руб.			Удельный вес, %		
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Оплата транспортных услуг	15260	15640	16004	1,9	2,0	1,9
Оплата услуг связи	40611	41100	43206	5,2	5,1	5,1
Оплата содержания помещения	2000	2400	3101	0,3	0,3	0,4
Оплата отопления и технических нужд	80272	80327	91108	10,2	10,0	10,8
Прочие текущие расходы	196211	196966	199206	24,9	24,6	23,6
Приобретение непроизводственного оборудования и предметов длительного пользования для государственных предприятий	10345	10673	12686	1,3	1,3	1,5

На втором месте по объему финансирования – прочие текущие расходы, на них из прибыли было направлено в 2015 г. 23,6%, что ниже показателей 2013 г. на 1,3%. Третье место в структуре распределения прибыли занимают расходы на оплату отопления и технических нужд – 10,8% в 2014 г., что выше показателя 2013 г. на 0,6%.

На плату услуг связи в 2015 г. было направлено 5,1% от полученной прибыли, что на 0,1% меньше, чем в 2013 г.

Удельный вес расходов на оплату транспортных услуг, профинансированных из прибыли за весь период не изменился – 1,9%, однако в 2015 г. наблюдался рост показателя на 0,1%.

Доля прочих расходных материалов и предметов снабжения в расходах, финансируемых из прибыли, в 2013 и 2015 гг. составил 1,6%, что на 0,1% больше, чем в 2014 г.

На приобретение непроизводственного оборудования и предметов длительного пользования государственных предприятий было потрачено в 2013 г. 1,5% от прибыли учреждения, что на 0,2% больше показателей 2013–2014 гг.

Оплата содержания помещения занимает последнее место в структуре расходов, финансируемых из прибыли – 0,4% в 2015 г., что на 0,1% больше, чем в 2014 и в 2013 гг.

Произведем оценку использования финансовых ресурсов учреждения посредством исполнения плана по показателям прибыли ГАОУДПО Республики Мордовия «МРЦПКСЗ» в абсолютном и относительном выражении в таблице 3.

Таблица 3 – Данные для оценки исполнения плана показателей прибыли ГАОУДПО Республики Мордовия «МРЦПКСЗ» в 2013–2015 гг.

Показатели	План, руб.			Фактически, руб.		
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.

Показатели	План, руб.			Фактически, руб.		
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Денежные поступления в т.ч.	2077430	5341070	7957614	4061076	7097960	10274900
Целевое финансирование и целевые поступления из бюджетных источников	919900	4105203	6344900	869495	3456118	5791695
Целевые средства и безвозмездные поступления из внебюджетных источников	1157530	1235867	1612714	1156847	1223450	1480201
Выручка от реализации в т.ч.	1807900	2337540	2465311	2034734	2418392	3003004
Доход от основной деятельности	888000	1335000	1240000	1165239	1431602	1772350
Доход от предпринимательской деятельности	919900	1002540	1225311	869495	986790	1230654
Себестоимость	3071790	6802230	9413301	3273901	6296610	9431381
Валовой доход	1159640	4111896	5281824	1087382	3707605	5338426
Чистый доход	904640	2080496	2212424	870210	1804365	2038254
Прибыль	813540	876380	1009624	787175	801350	843519

Из таблицы 3 видно, что на протяжении всего периода учреждение не выполнял план по прибыли, причем процент исполнения с каждым годом увеличиваются. Так, в 2015 г. план был исполнен на 83,5%, что на 13,3% меньше показателя 2013 г.

Данная тенденция обусловлена невыполнением плана по целевому финансированию и целевым поступлениям из бюджетных источников на 8,7% в 2014 г., что на 6,2% больше показателя 2013 г.; целевым средствам и безвозмездным поступлениям из внебюджетных источников на 8,2% в 2015 г., что на 7,1% больше, чем в 2013 г.

План по доходам от основной деятельности в 2015 г. был перевыполнен на 42,9%, что на 11,7% больше, чем в 2013 г.

Таблица 4 – Исполнение плана показателей прибыли ГАОУДПО Республики Мордовия «МРЦПКСЗ» в 2013–2015 гг.

Показатели	Исполнение плана, руб.			Исполнение плана, %.		
	2013г	2014г	2015г	2013г	2014г	2015г.
Денежные поступления в т.ч.	1983646	1756890	2317286	195,5	132,9	129,1

Показатели	Исполнение плана, руб.			Исполнение плана, %.		
	2013г	2014г	2015г	2013г	2014г	2015г.
Целевое финансирование и целевые поступления из бюджетных источников	-50405	-649085	-553205	97,5	84,2	91,3
Целевые средства и безвозмездные поступления из внебюджетных источников	-683	-12417	-132513	99,9	99,0	91,8
Выручка от реализации в т.ч.	+226834	+80852	+537693	112,5	103,5	121,8
Доход от основной деятельности	+277239	+96602	+532350	131,2	107,2	142,9
Доход от предпринимательской деятельности	-50405	-15750	5343	94,5	98,4	100,4
Себестоимость	+202111	-505620	+18080	106,6	92,6	100,2
Валовой доход	-72252	-293291	+56602	93,8	90,2	101,1
Чистый доход	-34430	-276131	-174170	96,2	86,7	92,1
Прибыль	-26365	-75030	-166105	96,8	91,4	83,5

План по доходам от предпринимательской деятельности был исполнен только в 2015 г. – на 101,1% (перевыполнение на 0,1%), в 2013–2015 г. имело место неисполнение плана на 5,5% и 1,6%, соответственно.

Все это привело к тому, что план по себестоимости был перевыполнен в 2013 г. на 6,6% и в 2015 г. на 0,2%, а в 2014 г. не исполнен на 7,4%; по валовому доходу перевыполнен в 2015 г. на 1,1%, а в 2013–2015 гг. не исполнен на 3,8% и 13,3%, соответственно; по чистому доходу план был не исполнен на протяжении всего периода – на 7,9% в 2015 г., что больше процента неисполнения в 2013 г. на 4,1%.

Исследование эффективности использования средств на финансирование деятельности ГАОУДПО Республики Мордовия «МРЦПКСЗ» показало, что в 2013–2015 г. учреждение не выполняло план по прибыли, причем имеет место увеличение неисполнения – если в 2013 г. план был не исполнен на 3,2%, то в 2015 г. – 16,5%, что было обусловлено невыполнением плана по целевому финансированию из бюджетных и внебюджетных источников.

В качестве рекомендаций по повышению эффективности распределения и использования в ГАОУДПО Республики Мордовия «МРЦПКСЗ» можно предложить следующие:

– необходимо оптимизировать учет доходов и расходов;

– предусмотреть механизм распределения общеорганизационных расходов;

– необходимо осуществлять четкий контроль исполнения бюджетной сметы.

Использованные источники:

1. Официальный сайт Государственное автономное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования Республики Мордовия «Мордовский республиканский центр повышения квалификации специалистов здравоохранения» [электронный ресурс] – Режим доступа: http://mrcpksz.ru/ (дата обращения: 21.10.2016)
2. Рубан Н.А., Шукшина Ю.А. Принятие управленческих решений на основе анализа бухгалтерской отчетности государственного (муниципального) учреждения // Мир науки и образования. 2016. № 1 (5). С. 9. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=25609781 (дата обращения: 21.10.2016)
3. Шукшина Ю.А. Информативность отдельных форм бухгалтерской отчетности государственного (муниципального) учреждения // Мир науки и образования. 2015. № 4. С. 28. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=25013575 (дата обращения: 21.10.2016)
4. Шукшина Ю.А. Информативность пояснительной записки к балансу учреждения // Мир науки и образования. 2016. № 1 (5). С. 11. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=25609783 (дата обращения: 21.10.2016)

Кучинская Е.В.
студент 4 курса
факультет «Финансово, н6алоговое, таможенное право»
направление «юриспруденция»
Самарский Государственный Экономический университет
Россия, г. Самара

СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ЮРИДИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС» И «ПРАВОВАЯ ПРОЦЕДУРА», ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОЙ ПРОЦЕДУРЫ КАК ЭЛЕМЕНТА ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Аннотация. В статье рассматриваются понятия «юридический процесс» и «правовая процедура» и анализируются характерные признаки правовой процедуры как элемента юридического процесса.

Ключевые слова: юридический процесс, правовая процедура,

несостоятельность (банкротство), юридическая ответственность.

Проблема соотношение таких категорий, как «юридический процесс» и «правовая процедура» в настоящее время является предметом активных научных дискуссий.

В результате споров, ведущихся в научном сообществе о содержательном равенстве понятий «юридический процесс» и «правовая процедура», обозначилось несколько точек зрения.

Так, одни ученые (Е.И. Бутенко) считают юридический процесс разновидностью процедуры. Другие полагают, что понятие процесс является более широким, чем процедура (А.Г. Пауль). Сторонники третьего подхода (В.О. Лучин, В.М. Горшенев и др.) отождествляют данные понятия [3, с. 246-247].

Анализ представленных мнений не является предметом разбора настоящей статьи. В связи с чем, мы лишь обозначим свою точку зрения относительно того, что поддерживаем мнение тех ученых, которые полагают, что понятие юридический процесс является более широким, чем юридическая процедура.

В частности, П.П. Ланг отмечает, что «процесс – это совокупность последовательных действий, а процедура – это порядок следования указанных действий, своего рода внутренняя форма процесса» [4, с. 64]. Иными словами, правовая процедура представляет собой определенные правовые действия, установленные какими-либо нормативно-правовыми актами, внутри самого юридического процесса. Правовой процедуры внутри юридического процесса быть не может. Именно посредством правовых процедур и реализуется юридический процесс [4, с. 64-65].

К примеру, процедура несостоятельности банкротства в соответствии с ч. 1 ст. 6 Федерального закона от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О несостоятельности (банкротстве)» (далее – Федеральный закон № 127-ФЗ) [2] является частью арбитражного процесса: «Дела о банкротстве рассматриваются арбитражным судом».

Для более полного понимания сущности правовой процедуры как составляющей юридического процесса, необходимо определить ее характерные черты.

Прежде всего, правовая процедура регламентируется нормой права. Так, Федеральный закон № 127-ФЗ регулирует порядок и условия проведения процедур, применяемых в деле о банкротстве (ч. 1 ст. 1).

В ст. 27 Федерального закона № 127-ФЗ перечислены процедуры, применяемые в деле о банкротстве. Так, при рассмотрении дела о банкротстве должника - юридического лица применяются такие процедуры, как наблюдение, финансовое оздоровление, внешнее управление, конкурсное производство и мировое соглашение.

Следующим признаком правовой процедуры является ее структурный

характер. Иначе говоря, правовая процедура состоит из последовательно сменяющих друг друга актов поведения правового характера [4, с. 65].

Так, ст.ст. 124 - 149 Федерального закона № 127-ФЗ определяют общий порядок проведения конкурсного производства. Конечной целью данной процедуры является ликвидация должника, признанного банкротом.

Кроме того, правовая процедура гарантирует соблюдение прав и законных интересов участников общественных отношений и направлена на достижение определенного правового результата [4, с. 65]. Например, процедура реализации имущества несостоятельного должника в ходе конкурсного производства направлена на защиту имущественных интересов кредиторов должника. Целью данной процедуры является реализация конкурсной массы должника для последующего пропорционального удовлетворения требований кредиторов.

Не соблюдение участниками правоотношений правовой процедуры, влечет негативные последствия, наступление юридической ответственности.

Например, в соответствии с ч. 2 ст. 111 АПК РФ арбитражный суд вправе отнести все судебные расходы по делу на лицо, злоупотребляющее своими процессуальными правами или не выполняющее своих процессуальных обязанностей, если это привело к срыву судебного заседания, затягиванию судебного процесса, воспрепятствованию рассмотрения дела и принятию законного и обоснованного судебного акта.

Так, суд правомерно частично взыскал вознаграждение арбитражному управляющему, признав ошибочными доводы уполномоченного органа о том, что судебные расходы подлежали отнесению на основании части 2 статьи 111 АПК РФ на конкурсного управляющего как на лицо, затягивавшее рассмотрение дела и не выполнявшее своих обязанностей, поскольку в материалах дела отсутствуют доказательства, которые бы свидетельствовали об освобождении или об отстранении от исполнения обязанностей конкурсного управляющего, в том числе в связи с неисполнением или ненадлежащим их исполнением (Постановление ФАС Восточно-Сибирского округа от 15.04.2013 г. по делу № А74-535/2010).

Изложенное позволяет сделать вывод о том, что если под юридическим процессом понимают регламентированную нормами права последовательную деятельность субъектов общественных отношений, направленную на достижение конкретного юридически значимого результата, стадийное развитие правовых явлений, состояний, изменений, то правовая процедура – это структурный элемент юридического процесса, представляющий собой порядок осуществления юридически значимых действий, целью которых является реализация материально-правовой нормы.

Использованные источники:

1. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24.07.2002 г. № 95-ФЗ (ред. от 23.06.2016) // Собрание законодательства РФ.

2002. № 30. Ст. 3012.
2. Федеральный закон от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О несостоятельности (банкротстве)» // Собрание законодательства РФ. 2002. № 43. Ст. 4190
3. Ефременко Д.О. Юрисдикционный процесс: понятие, природа // Вестник экономической безопасности. 2016. № 3. 246-250.
4. Ланг П.П. Правовая процедура как элемент юридического процесса // Вопросы экономики и права. 2013. № 4. С. 63-66.

Ланг П.П.
преподаватель
Каюмов Ш.М.
студент 4 курса
БПСЭ
Самараский государственный экономический университет
Россия, г. Самара

СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ЮРИДИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС» И «ПРАВОВАЯ ПРОЦЕДУРА», ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОЙ ПРОЦЕДУРЫ КАК ЭЛЕМЕНТА ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Аннотация. В статье рассматривается соотношение понятий «юридический процесс» и «правовая процедура» и анализируются характерные признаки правовой процедуры как элемента юридического процесса. В заключении делается вывод о нетождественности данных понятий.

Ключевые слова: юридический процесс, правовая процедура, норма права, стадии юридического процесса,

Проблема соотношения юридического процесса и правовой процедуры в научной литературе не имеет однозначного решения.

Например, по мнению Е.И. Бутенко, юридический процесс является разновидностью процедуры. А.Г. Пауль трактует юридическую процедуру как структурный элемент юридического процесса. В.О. Лучин, В.М. Горшенев, Ю.И. Мельников и другие ученые отождествляют данные понятия [5, с. 246-247].

Представляется, что для решения вопроса о соотношения юридического процесса и правовой процедуры первоочередное внимание следует направить на установление филологического значения понятий «процесс» и «процедура».

Так, в толковых словарях под процессом понимается ход, развитие (включая последовательную смену состояний) какого-либо явления, а под процедурой - официальный порядок поведения [4, с. 89; 8, с. 585]. При раскрытии понятия «процесс» принято прибегать к слову «закономерный»,

указывая тем самым на неслучайный характер развития явления.

Филологические значение исследуемых категорий позволяет выявить сходство процесса и процедуры, которое заключается в том, что и первый и вторая представлены некой этапностью, сменой проявлений. Однако из определений вытекает и отсутствие тождественности рассматриваемых понятий, которые различаются тем, что: 1) если процесс относится к какому-либо явлению в целом, то процедура - всего лишь к поведению; 2) процесс включает элемент последовательности просто по самой своей природе, в то время как процедура носит более «рукотворный» характер, т.е. может и не быть последовательной; 3) в отличие от процедуры у процесса сугубо официальная «привязка» отсутствует [3, с. 13-20].

Следует отметить, что движение любого явления представлено соответствующим процессом, а именно последовательной сменой органически взаимосвязанных этапов. Таким образом, процесс представляет собой неотъемлемое свойство любого явления, а его характер и тип задаются особенностями такового [3, с. 13-20].

Проекция сказанного на правовую область дает возможность говорить о нетождественности процесса и процедуры в праве. Как справедливо отмечает В.А. Тарасова, «если допустить смешение рассматриваемых понятий, то обесценивается понятие «процесс» в том специальном юридическом смысле, который исторически сложился и принят в законодательстве, на практике, в науке. Процедура – это только начальная форма урегулированности и деятельности соответствующих органов, которая при наличии объективной необходимости может перерасти в форму, именуемую процессом» [9, с. 112-113].

В целом под юридическим процессом понимают регламентированную нормами права последовательную деятельность различных субъектов общественных правоотношений, направленную на достижение конкретного юридически значимого результата, стадийное развитие правовых явлений, состояний, изменений [7, с. 63].

Б.М. Лазарев полагает, что юридические процедуры определяют стадии юридического процесса, их цели, последовательность и временные рамки, конкретные действия на каждой стадии, основания совершения и взаимосвязь этих действий, способы их оформления и фиксации [6].

Следует согласиться с учеными, которые считают, что юридический процесс и правовая процедура являются родственными, но нетождественными понятиями, которые следует рассматривать как общее и частное, форму и содержание [7, с. 64]. Правовая процедура вне юридического процесса быть не может. Юридический процесс, в свою очередь реализуется посредством правовых процедур.

Сущность правовой процедуры как категории юридического процесса возможно определить через ее характерные признаки:

1) правовая процедура установлена и четко изложена в каком-либо

нормативно-правовом акте;

2) в частном юридическом процессе участникам гражданских правоотношений в некоторых случаях предоставлена возможность самостоятельно устанавливать правовые процедуры;

3) правовая процедура состоит из последовательно сменяющих друг друга актов поведения правового характера;

4) правовая процедура является гарантией соблюдения прав и законных интересов участников общественных отношений и направлена на достижение определенного правового результата [7, с. 65-66].

При обращении к легальным установлениям можно обратить внимание на то, что и из них выводится более широкое по отношению к процедуре понимание юридического процесса. Так, Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» [2] гласит о процедуре реорганизации и нахождении кредитной организации в процессе таковой (ст. 23). Федеральный закон «О третейских судах в Российской Федерации» [1] определяет третейское разбирательство как процесс, а его правила - посредством термина «процедура» (ст. 2).

Изложенное позволяет сделать вывод о том, что понятие правового процесса в соотношении с юридической процедурой, являясь более объемным, охватывает не только официальные порядковые, но и иные срезы правовых явлений, в том числе такие, что не исключают наличия материального компонента. Именно поэтому часть правовых общностей и получила наименование процессуальных, а не процедурных отраслей права, образующих в своей упорядоченной совокупности такой структурный элемент системы права, как процессуальное право.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 24.07.2002 г. № 102-ФЗ (ред. от 21.11.2011) «О третейских судах в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2002. № 30. Ст. 3019.
2. Федеральный закон от 02.12.1990 г. № 395-1 (ред. от 03.07.2016) «О банках и банковской деятельности» // Собрание законодательства РФ. 1996. № 6. Ст. 492.
3. Азми Д.М. Правовое значение и соотношение понятий «процесс» и «процедура» // Адвокат. 2009. № 12. С. 13 – 20.
4. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. М., 1955. Т. IV.
5. Ефременко Д.О. Юрисдикционный процесс: понятие, природа // Вестник экономической безопасности. 2016. № 3. С. 246-250.
6. Лазарев Б.М. Понятие и виды управленческих процедур. Их роль в механизме государственного управления // Управленческие процедуры / Под ред. Б.М. Лазарева. М., 1988.
7. Ланг П.П. Правовая процедура как элемент юридического процесса // Вопросы экономики и права. 2013. № 4. С. 63-66.
8. Ожегов С.И. Словарь русского языка. Изд. 18. М., 1986.
9. Тарасова В. А. Процедурная форма деятельности органов социального

обеспечения // Советское государство и право. 1973. №11. С. 112-113.

Ланг П.П.
преподаватель
кафедра «гражданского и арбитражного процесса»
Самарский государственный экономический университет
Оганнисян Р.М.
студент 4 курса
факультет «Юриспруденция»
Россия, г. Самара

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПОВ АРБИТРАЖНОГО ПРОЦЕССА В СИСТЕМЕ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВОСУДИЯ

Как известно, современный период развития общества характеризуется совершенствованием информационных технологий и внедрением их во все сферы жизни человека. При этом развитие информационных технологий оказывает неизбежное влияние на процедуру осуществления правосудия. Применение технологий в судопроизводстве не является самоцелью, а служит решению задач правосудия. В силу сказанного, важно провести оценку правовых последствий использования новых технологий, а также оценить те новые качества, которые будут отличать электронное правосудие в плане его влияния на правовые основы судопроизводства. Внедрение системы электронного правосудия оказывает существенное влияние на традиционные принципы судопроизводства: принцип равноправия сторон, принцип открытости судебного разбирательства, диспозитивность, принцип сочетания устности и письменности судебного разбирательства, непосредственность судебного разбирательства.

Принцип равноправия сторон предполагает необходимость обеспечения равного доступа к системе электронного правосудия для всех участников правоотношений, которые находятся как в крупных центрах, так и в сельской местности, в противном случае, неравенство будет только усугубляться, причем теперь уже на технологической основе. Принцип равенства предусматривает также и необходимость равного доступа всех лиц к базам законодательства и судебной практики. Необходимо отметить, что доступ к правовой информации способствует обеспечению реализации принципа открытости судебного разбирательства, а также является важным аспектом обеспечения прозрачности правосудия. Правовую информацию можно получить при помощи использования справочно-поисковых систем («Консультант Плюс», «Гарант», «Росправосудие», «Судакт» и т.д.) [2; С. 47].

Важно отметить, что использование современных информационных технологий ни в коем случае нельзя рассматривать за пределами контекста прозрачности правосудия и повышения открытости судебной системы в целом. На сегодняшний день доступность, прозрачность и открытость

правосудия могут быть достигнуты исключительно при применении таких информационных технологий как: система видео-конференц-связи, система аудио протоколирования судебных заседаний, система распределения входящих заявлений через компьютерную программу. Немаловажную роль играет и получение в автоматизированном режиме информации о поступлении как исковых заявлений, так и жалоб (апелляционных, кассационных, надзорных) в любой арбитражный суд на свой адрес электронной почты при оформлении подписки в специальном сервисе «Мой арбитр», равно как и возможность доставлять судебные извещения при помощи электронной почты и факсимильной связи. Создание в глобальной сети Интернет официальных сайтов арбитражных судов, а также организация в зданиях суда точек свободного доступа к этим интернет-ресурсам (специальная «стойка-автомат» с целью доступа к сайтам судов) позволить решить проблему своевременного предоставления широкого спектра актуальной информации неопределенному кругу лиц, которые заинтересованы в ее получении, включая и тех граждан, у которых дома нет возможности доступа к сети Интернет [3; С. 36].

Довольно большое значение для решения проблем прозрачности деятельности арбитражных судов имеет опубликование судебных актов в глобальной сети Интернет.

Как отмечают некоторые авторы, «открытость практически полностью сводит на нет любые возможности для злоупотреблений, ведь если все судебные акты находятся на виду, то вряд ли кто-то посмеет нарушить единство судебной практики» [4; С. 117].

Применение такого элемента системы электронного правосудия, как видео-конференц-связь, изменяет принцип непосредственности. К примеру, присяга свидетеля с подписью в протоколе требует другой формы фиксации. В противном случае следует зафиксировать в протоколе отказ от иска или признание иска в судебном заседании, которые были получены посредством сети Интернет. В данном случае фиксация будет осуществляться с использованием видео- и аудиозаписи.

Арбитражный суд при рассмотрении дела оценивает письменные доказательства, а также другие материалы и документы, представленные посредством применения систем видео-конференц-связи, в комплексе и взаимосвязи с другими имеющимися доказательствами по делу.

Необходимо отметить, что при использовании видео-конференц-связи суд опосредованно воспринимает доказательства через технические средства и полученные копии, в том случае, если это письменные доказательства. Следовательно, у суда фактически отсутствует личное восприятие доказательств. В то же время применение в указанном случае технических средств не повлечет нарушения принципа непосредственности судебного разбирательства, в данном случае существует лишь определенная трансформация этого принципа, равно как и условий для его реализации.

Для того чтобы можно было обеспечить действие диспозитивности, следует осуществлять другую проверку подлинности волеизъявления сторон, например, при помощи электронно-цифровой подписи. В отличие от традиционной собственноручной подписи электронная цифровая подпись может полностью гарантировать неизменность и целостность того документа, который был скреплен ею. В свою очередь от надежности и технологии подписи будет в конечном итоге зависеть и уровень доверия суда к тем данным, которые были скреплены подобной подписью [3; С. 38].

Важным аспектом принципа диспозитивности является определение необходимости согласия сторон на ведение процесса или совершение отдельных процессуальных действий в электронной форме. Указанная проблема прежде всего связана с тем, что извещение сторон в соответствии с ч. 3 ст. 121 АПК РФ, равно как и направление копий судебных актов, согласно ч. 1 ст. 122 АПК РФ, могут быть осуществлены по усмотрению суда при помощи электронной почты, причем, без согласия на данную форму коммуникации со стороны соответствующего лица. В этой связи отметим, что к примеру, в Швейцарии, Австрии и Германии подобный способ электронного обмена может быть осуществлен исключительно после того, как будет получено письменное согласие участника процесса на проведения такого обмена [5; С. 39].

Еще один немаловажный аспект касается влияния электронного правосудия на принцип сочетания устности и письменности судебного разбирательства. По этому поводу в юридической литературе была высказана точка зрения о том, что «в будущем принцип устности будет окончательно упразднен, поскольку электронификация судопроизводства в конечном итоге приведет к изменению роли устности либо же ее полному вытеснению из судебного процесса». Разумеется, было бы глупо не признавать тот факт, что внедрение информационных технологий оказывает значительное влияние на принцип устности и письменности судопроизводства. Вместе с тем довольно трудно согласиться с приведенной точкой зрения, в силу того, что устное начало разбирательства дела, которое в первую очередь характеризуется устной формой ведения судебного заседания, исследованием доказательств в устной форме, ведением протокола с отражением в нем ряда процессуальных действий, совершаемых в устной форме, и доказательственной информацией, полученной устно, невозможно полностью исключить [1; С. 42].

Применение информационных технологий в судебном процессе носит позитивный характер и выступает в качестве дополнительного гаранта соблюдения принципов судопроизводства. Внедрение системы электронного правосудия, а также ее элементов позволяет значительно более эффективно отражать ход судебного процесса, дисциплинирует участников дела, суд, и наконец, воссоздает объективную и наглядную картину слушавшегося дела. Кроме явно очевидных преимуществ в скорости, удобстве доставки,

хранения документов, повышения открытости правосудия, подобная система позволяет избежать серьезных сбоев и задержек в условиях возникновения каких-либо форс-мажорных обстоятельств.

Использованные источники:

1. Гиллес П. Электронное судопроизводство и принцип устности // Российский юридический журнал. - 2015. - № 4. - С. 39-43.
2. Кудрявцева Е. В. Внедрение информационных технологий в гражданское судопроизводство // Закон. - 2015. - № 3. - С. 46-47.
3. Решетняк В. И. К вопросу об электронном правосудии в арбитражном и гражданском судопроизводстве // Юрист. - 2013. - № 10. - С. 36-38.
4. Чуча С. Ю. Реализация принципа открытости правосудия в деятельности арбитражного суда // Вестник Омского университета. Серия «Право». - 2014. - № 2 (23). - С. 114-117.
5. Ярков В. В. Электронное правосудие и принципы цивилистического процесса // Закон. - 2015. - № 3. - С. 46-49.

Латфуллин В.В.
студент, гр. 14.1-513, КФУ
Рудалева И.А.
научный руководитель, доцент
кафедра экономической теории
Институт управления, экономики и финансов
Казанский Федеральный Университет
Россия, г. Казань

ИНФОРМАЦИОННАЯ АСИММЕТРИЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

В этой статье анализируются проблемы информационной асимметрии на продовольственных рынках РФ, а также её причины и роль в информационном обеспечении товародвижения продовольственных товаров, в том числе предлагаются определённые меры для снижения информационной асимметрии.

Ключевые слова: *асимметрия информации, продовольственный рынок, товары продовольственного рынка, спрос потребителя.*

Как правило, в современном мире информационная асимметрия присутствует во всех рынках. Можно сказать, что она их выражает изнутри. С этим связано появление большинства проблем на рынке. Некоторые их них мы детально охарактеризуем в этой статье.

Рынки, где присутствует информационная асимметрия, характеризуются наличием оппортунизма, определёнными возможностями для употребления информации в корыстных целях, а также недобросовестностью персонала.

Информационная асимметрия – это определённое положение на рынке, когда некоторая из участвующих групп рынка имеет контроль над

необходимой для достижения своих задач информацией, а другая группа не имеет.

Впервые в истории асимметрия информации упоминалась К. Эрроу в 1963 году.

Благодаря анализированию рынков, на которых присутствует информационная асимметрия ,Д. Стиглиц и М. Спенс получили Нобелевскую премию. Д.А. Аккерлоф, которому в 2001 году была вручена Нобелевская премия, пришёл к выводу о важной роли информационной асимметрии для выделения качественных товаров, который проанализирован в его статье «Рынок лимонов». В этой работе в роли базовой структуры выступает другая работа У.С. Викри и Д. Миррлиса «Рынок подержанных автомобилей», которым также была вручена Нобелевская премия. В их работе проводится анализ рынка автомобилей с высоким уровнем информационной асимметрии, с помощью которого они пришли к выводу о том, что причиной снижения цен на товары является недостаточная информация о состоянии продаваемых товаров.

Нужно также отметить, что имеются некоторые методы определения информации о товаре, к ним можно отнести: документы, содержащие техническую информацию, справочная литература, а также пиар и рекламирование определённых товаров.

Возникает вопрос, каким образом потребитель продукции может получать информацию о продукте. Ведь перед тем как что-то купить, нам нужно ознакомиться с информацией о данном товаре, проанализировать рекламу данного товара и поискать отзывы остальных покупателей в интернете.

В нашей стране имеется государственный стандарт на информацию для покупателей продовольственных товаров ГОСТ Р51074. Этот документ содержит в себе определённые требования к информации о товарах для потребителя и был издан для осуществления ФЗ «О защите прав потребителей». Другими словами, в данном документе содержится требование к объёму информации, к которой потребитель должен иметь свободный доступ.

Но большинство производителей стараются скрыть отрицательные стороны выпускаемой им продукции и приумножить их плюсы. Таким образом они нарушают государственные требования и обходят государственные нормы. Проводя анализ на российских рынках продовольственных товаров можно прийти к выводу, что в последнее время с помощью информации о продукции потребитель получает ложную информацию.

Большинство исследователей обнаруживают, что асимметрия информации на продовольственном рынке Российской Федерации связана больше с неполнотой, а порой даже с ложностью информации, которую получает потребитель. Такие выводы можно сделать, опираясь на данные

статистики Управления Роспотребнадзора по РТ по продовольственным товарам. Исследователи пришли к выводу, что бракованный товар среди продукции мясного рода в последнее время имеет достаточно частую тенденцию, сегодня он составляет примерно 14%. Примерно 74 % бракованных товаров является таковой по причине неверной маркировки: нет данных о товарах, или они указаны неверно. Были отмечены ситуации, когда производители товаров указывали неверный срок годности товара и дату его изготовления, состав продукта, также возможно отсутствие информации о наличии в продукции вредных токсических веществ.

В статье Черновой Е.В. указывается , что уровень асимметрии информации на рынках продовольственных товаров как правило имеет высокий уровень там, где в недавнем времени были внедрены технические инновации. Всё это можно объяснить тем, что производители товаров стараются избежать снижения спроса на продукцию в связи с непредсказуемой реакцией потребителей на внедрение новых технологий. К примеру, в сегодняшние дни при производстве основной доли товаров производители обращаются к генетически модифицированным организмам (ГМО). Суть проблемы объясняется тем, что покупатель не имеет возможности самостоятельно отличить чистый товар от товара, в составе которого имеется ГМО, потому что они очень схожи как снаружи, так и по вкусовым ощущениям. По статистике в последнее время в Российскую Федерацию поступает продукция, содержащая до 84 % ГМО. Конечно, это является противоречивым образом по отношению к российской рекламе ЗОЖ и здорового питания, в связи с этим мы приходим к выводу, что службам контроля нужно увеличить свою активность.

В сегодняшние дни благодаря генной индустрии была выведена большая часть продукции, при этом самую огромную долю, примерно 90% имеет соя, которая имеет очень широкое применение в мясной промышленности.

Но, в последней информации, предоставленной Управлением Роспотребнадзора по Республике Татарстан, мы не увидели данных, которые описывали бы состояние исследуемого нами мясного рынка, а также мясных продуктов на содержание количества генетически модифицированной сои. Отсутствие этой информации и в маркировке мясных продуктов, совсем не обозначает то, что продукция не содержит ГМО. Наверное производители специально с целью широкого сбыта своей продукции вводят потребителей в заблуждение. Другими словами они усложняют процесс выбора продукта, что порой и вовсе приводит к употреблению опасной для здоровья продукции. Итак, имеет место проблема снижения доверия потребителей.

Кроме всего этого, сегодня происходит резкое сокращение производственного цикла за счет снижения пассивных процессов, таких как, например, сушка, брожение; сокращение доли основного сырья за счет замены дешевыми, к примеру, соевыми, сывороточными,

соединительнотканными белками; использование ароматизаторов пищи, красителей и прочих пищевых добавок. Этот факт также не способствует снижению информационной асимметрии.

После проведенных нами исследований, мы пришли к окончательному выводу о том, что рынки продовольственных товаров РФ не являются исключением, на них распределение информации также является асимметричным. Кроме этого российским потребителям не нужно слепо верить всему, что они услышат по телевизору или прочитают в Интернете, потому что реклама и пропаганда не всегда приводят к истинным сведениям, они, наоборот, в большем количестве случаев приводят к получению искаженной информации.

Актуальнейшей проблемой на сегодняшний день является поиск возможных методов уменьшения вредного влияния информационной асимметрии. Мы считаем, что необходимо нормативное установление информационной открытости; правил и процедур доступа к информации; создание независимых лабораторий, которые доступны любому желающему; организации качественного мониторинга. Помимо этого следует ужесточить существующие сегодня санкции.

Использованные источники:

1. Доктрина о продовольственной безопасности РФ (утверждена Указом Президента РФ от 30 января 2010 года №120).
2. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения. Учебник для вуза. – М,: Норма, 2009 – 432 с.
3. Николаева М.А., Карташова Л. В. Средства информации о товарах: Товарный справочник, - М,: Экономика, 1997 год – 176 с.
4. Дмитриев Д.В. Взаимосвязь рекламы и информационной асимметрии в конкурентных процессах отраслевых рынков – город Пенза: Пенз. Гос. Сельхозакадемия, 2008 год, - с.155-158.

Ломач М.В.
студент 4 курса
факультета «Банковского дела»
Лягуская Н. В.
научный руководитель, старший преподаватель
кафедра «Бухгалтерского учета, анализа и аудита»
Полесский государственный университет
Беларусь, г. Пинск

АНАЛИЗ СРЕДСТВ НА ОПЛАТУ ТРУДА ГОЛХУ «МОЗЫРСКИЙ ОПЫТНЫЙ ЛЕСХОЗ»

Статья посвящена анализу средств на оплату труда. Актуальность темы заключается в том, что трудовые ресурсы предприятия являются главным фактором производства и их ценой выступает оплата труда. Следовательно, заработная плата является мотивирующим фактором и ее анализ, несомненно, необходим.

Ключевые слова: *Фонд заработной платы, фонд оплаты труда, заработная плата, трудовые ресурсы.*

This article analyzes the means to pay. Background is that the manpower companies are the main factor of production and the price stands wages. Consequently, wages are the motivating factor and its analysis, of course, necessary.

Keywords: *Payroll, payroll wages, labor.*

Анализ использования трудовых ресурсов на предприятии и уровень производительности труда следует рассматривать в тесной связи с оплатой труда. С ростом производительности труда создаются реальные предпосылки для повышения уровня его оплаты труда. При этом средства на оплату труда нужно использовать таким образом, чтобы темпы роста производительности труда обгоняли темпы роста его оплаты. Только при таких условиях создаются возможности для наращивания темпов расширенного воспроизводства. В связи с этим необходим анализ использования средств на оплату труда на каждом предприятии, который имеет большое значение, что требует постоянного систематического контроля за использованием фонда заработной платы, выявление возможности экономии средств за счет роста производительности труда и снижения трудоемкости продукции.

Фонд заработной платы – это общая сумма денежных средств, начисленных работникам предприятий и организаций в качестве оплаты труда [1, с.238].

Рассмотрим структуру фонда заработной платы, объекты которого представим на рисунке 1 [1,с.240].

Рисунок 1 – Состав и источники фонда заработной платы

По данным рисунка проанализируем использование средств оплату труда ГОЛХУ «Мозырский опытный лесхоз», что представим в таблице 1.

Таблица 1

Средств, направляемые на выплату работникам ГОЛХУ «Мозырский опытный лесхоз» в 2014-2015 гг

Показатель	2014		2015		Удельный вес, %
	Сумма, млн руб.	% к итогу	Сумма, млн руб.	% к итогу	
1. Расходы на оплату труда в составе затрат на производство	25901	96,63	28963	95,07	-1,56
1.1 Заработная плата, начисленная за выполненную работу и отработанное время	15927	59,42	17911	58,79	-0,63
1.2 Поощрительные выплаты	7422	27,69	8094	26,57	-1,12
1. 3 Выплаты компенсирующего характера, связанные с режимом работы и условиями труда	640,6	2,39	777	2,55	+0,16
1.4 Оплата за неотработанное время	1911,2	7,13	2181	7,16	+0,03
2. Выплата за счет чистой прибыли	903,8	3,37	1502,4	4,93	+1,56
2.1 Премий	525	1,96	987	3,24	+1,28
2.2 Материальной помощи	167	0,62	143,4	0,47	-0,15
2.3 И другие расходы за счет чистой прибыли	211,8	0,79	372	1,22	+0,43
Итого	26804,8	100	30465,4	100	–

По данным таблицы 1 видим, что удельный вес выплат за счет чистой прибыли в общем фонде заработной платы чрезвычайно низок, однако по отношению к предыдущему году увеличился на 1,56% и составил 1502,4 млн руб. Наибольший приток выплат за счет чистой прибыли в 2015 г. составили премии, которые увеличились на 1,28% по сравнению с 2014 г., а уменьшение было выявлено при выплате материальной помощи, удельный вес которой снизился на 0,15%. Соответственно в фонде заработной платы уменьшилась и доля средств на оплату труда, включаемых в затраты на производство на 1,56% и составила в 2015 году 28963 млн руб. Отрицательное влияние удельных весов оказали и такие показатели, как заработная плата, начисленная за выполненную работу и отработанное время на 0,63% и поощрительные выплаты на 1,12%.

На основании выше изложенного и для более наглядного отражения выплат различного рода характера представим на рисунке 2.

Рисунок 2 –Фонда заработной платы в 2015 г. ГОЛХУ «Мозырский опытный лесхоз»

Таким образом, несмотря на абсолютный рост средств на оплату труда в составе себестоимости продукции их доля в общем фонде заработной платы несколько снизилась. Эту тенденцию можно считать положительной, так как повышение материального стимулирования труда за счет чистой прибыли, полученной предприятием, способствует улучшению социального положения работников, а следовательно, росту производительности труда и заинтересованности в конечных результатах своей деятельности.

Использованные источники:

1. Ермолович, Л.Л. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Л.Л. Ермолович [и др.]; под общ. ред. Л.Л. Ермолович. – 3-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Современная школа, 2009г. – 915 с.

Луканов А.А.
магистрант гр. УЭмо2-6
ИУЭС ИТА ЮФУ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

1.1. Понятие лояльности потребителей и ее место в сбытовой политике организации

Потребительская лояльность является одним из основных понятий маркетинга взаимоотношений. На сегодняшний день в компаниях вопросам управления взаимоотношениями с клиентами уделяется большое внимание.

Лояльность клиента не может быть выражена пороговой величиной,

перешагнув которую клиент мог бы быть однозначно квалифицирован в качестве лояльного. Ее нельзя рассматривать в строгом смысле как результат позиции и поведения клиента, поскольку со временем интенсивность благожелательности может сильно измениться.

Разные подходы к трактовке природы и структуры потребительской лояльности ведут к различным ее определениям, что обуславливает отсутствие единого подхода к измерениям и способам повышения потребительской лояльности. В общем виде лояльность клиентов можно представить как сочетание двух компонент – поведения и отношения. В зависимости от их присутствия выделяют три типа лояльности: поведенческую, воспринимаемую (перцепционную) и комплексную.

Наиболее полными, учитывающими природу потребительской лояльности, являются определения комплексной лояльности, как сочетающие оба компонента, поведение и отношение. Анализ подходов к определению комплексной потребительской лояльности показал, что она является следствием высокой удовлетворенности и высоких барьеров переключения. Это позволило уточнить имеющееся определение Якоби и Честнута: комплексная потребительская лояльность – это устойчивый (не редкий) поведенческий отклик (покупки), продолжающийся определенное время, сделанный человеком, принимающим самостоятельное решение о покупке, заключающийся в выборе одного товара (бренда, фирмы) из ряда аналогичных товаров (брендов, фирм) и являющийся следствием удовлетворенности и высоких барьеров переключения.

Разная отраслевая специфика также оказывает влияние на определение потребительской лояльности. Каждый продукт, обладая своими особенностями, предполагает разный профиль лояльности, т.е. разные характеристики в поведении и отношении лояльных потребителей.

Таблица №148

Показатели, характеризующие типы потребительской лояльности

Показатели поведенческой лояльности	Показатели воспринимаемой лояльности
Количество повторных покупок	степень удовлетворенности
доля покупателей, делающих покупку повторно	осведомленность
продолжительность сотрудничества	рекомендации (как готовность и как наличный факт)
доля в «кармане» - доля закупок компании в общих закупках клиента	имидж бренда или компании
доля в валовом доходе предприятия, обеспечиваемая покупателями, делающими повторные покупки	готовность к покупке других услуг (продуктов) под данным брендом
сумма или доля увеличения размера покупки одной и той же услуги (продукта) за определенный промежуток времени	высказываемые намерения к продолжению сотрудничества или смене бренда или компании

[48] http://www.bestreferat.ru/referat-119048.html

Таблица №1

Показатели, характеризующие типы потребительской лояльности[49]

нечувствительность к повышению цены на собственную услугу (продукт) или к понижению цен конкурентами	предпочтение бренда или компании через выделение из конкурентных аналогов.
количество дополнительных продуктов компании, купленных потребителем в определенный промежуток времени	
относительное постоянство суммы покупки одной и той же услуги (продукта) за определенный промежуток времени	
время с последней покупки, частота посещений, затраты покупателя за период.	

Таблица №2

Факторы, определяющие тип лояльности потребителей[50]

Отраслевые факторы	Потребительские факторы
Острота конкуренции	Стоимость переключения
Этап жизненного цикла рынка товара/услуги	Степень вовлеченности
Степень дифференциации продуктовой категории	Периодичность покупки
	Количество покупателей

1.2. Методы управления лояльностью потребителей в сфере услуг

Можно выделить принципы управления лояльностью клиентов:

- дифференцированное предложение – основным фактором, вызывающим лояльность, является предложение уникальной ценности для потребителя. Воспитать лояльность к продукту (услугам), не имеющему конкурентных отличий, практически невозможно;

- отбор потребителей с высоким уровнем внутренней лояльности – социально-демографические характеристики такие как пол, возраст, социальный статус, доход и т.д. влияют на изначальную склонность потребителей менять поставщика. Соответственно, задача компаний (фирм) определить для своей отрасли потребителей, способных быть наиболее лояльными по социально-демографическим и психографическим характеристикам;

- дифференциация работы с клиентами – наиболее лояльные и прибыльные клиенты заслуживают больших привилегий, чем менее лояльные и менее прибыльные;

- контроль показателей миграции клиентов – самый чувствительный удар по доходам компании наносят потребители, у кого изменяется характер потребления – снижение и нерегулярность обращения. Усилия, направленные на предотвращение даже небольших сокращений расходов

[49] http://www.bestreferat.ru/referat-119048.html
[50] http://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0a65635a2ad78b5d53b89421316c27_0.html

потребителей, в десять раз эффективнее мер, преследующих лишь одну цель – удержать существующего потребителя;

- мотивация всех сотрудников – повышение лояльности у потребителей невозможно силами одного отдела маркетинга, это должна быть одна из первоочередных задач на уровне руководства, вся компания должна быть клиентоориентированной;

- создание барьеров переключения – наряду с повышением удовлетворенности и качества обслуживания, необходимо также параллельно создавать высокие барьеры переключения.

Таблица №351

Выбор типа лояльности в зависимости от отраслевых и потребительских факторов

Предпочтение типу лояльности потребителей	Значения отраслевых и потребительских факторов
Поведенческая лояльность	-Слабая дифференциация предложений поставщиков -Низкая продуктовая вовлеченность -Высокие барьеры переключения -Высокая частота покупки -Большое количество покупателей
Воспринимаемая лояльность	-Редкие или однократные покупки -Значительные промежутки времени между покупками
Комплексная лояльность	-Средняя и сильная дифференциация предложений поставщиков -Высокая продуктовая вовлеченность -Низкие барьеры переключения -Низкая и средняя частота покупки -Ограниченное количество покупателей

Таблица №4

Схема разработки программы повышения потребительской лояльности52

этап	процессы	Основные задачи
Оценка клиентского капитала	• Анализ структуры клиентского портфеля, классификация и отбор клиентов	• Проанализировать, как распределены клиенты в «портфеле» компании • Определить, каких клиентов стоит удерживать, а каких отсеивать

[51] http://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0a65635a2ad78b5d53b89421316c27_0.html
[52] http://www.bestreferat.ru/referat-119048.html

	• Определение потенциала продаж • Анализ детерминант удовлетворенности и лояльности клиентов, исследование их текущего уровня	• Оценить потенциал повышения продаж • Определить факторы лояльности и удовлетворенности наиболее прибыльных клиентов • Определить текущий уровень лояльности и направления совершенствования работы с клиентами

Таблица №4

Схема разработки программы повышения потребительской лояльности53

Разработка комплекса мероприятий для повышения лояльности	• Постановка целей • Разработка программы повышения удовлетворенности клиентов • Создание программы лояльности • Разработка программы стимулирования персонала • Создание системы мониторинга лояльности	• Поставить цели по поведенческой и воспринимаемой лояльности • Разработать комплекса мероприятий для повышения перцепционной лояльности и удовлетворенности • Повысить показатели поведенческой лояльности • Создать заинтересованность персонала в повышении качества обслуживания и лояльности клиентов • Определить, как изменяется лояльность с течением времени; • Определить, как влияют на лояльность проводимые мероприятия

В законе РФ от 22 марта 1991 г. № 948-1 «О конкуренции и

[53] http://www.bestreferat.ru/referat-119048.html

ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (с изменениями) сказано: «конкуренция – состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможности каждого из них воздействовать на общие условия обращения товаров на данном рынке, и стимулируют производство тех товаров, которые требуются потребителю».

Конкуренция, таким образом, - это не только обязательный признак рыночной системы, но и главная движущая сила.

Управление лояльностью требуется при высокой конкуренции. На сегодняшний день на рынке стоматологических услуг в городе достаточное количество стоматологических поликлиник.

1.3. Принципы построения маркетинговой информационной системы для оценки лояльности потребителей

В настоящее время развитые и развивающиеся страны (в том числе и Россия) переживают информационно-компьютерную революцию. Социальный прогресс связан с интенсивным накоплением интеллектуального потенциала - информации. Для современного человека обеспечение информацией столь же необходимо, как и обеспечение энергетическими, материальными и кадровыми ресурсами. Более того, информация становится приоритетным ресурсом развития и в сфере производства, и в сфере обращения, обмена, и именно она предопределяет реальность маркетинговых прогнозов54.

Информационная деятельность и информационная индустрия выступают доминирующими факторами общественного прогресса и становления информационной цивилизации.

Маркетинговая информация – это экономические, социально-демографические, статистические и другие данные, факты из области рыночных отношений и прочие показатели, необходимые для анализа и прогнозирования маркетинговой деятельности. Большинство из перечисленных показателей можно представить в числовом выражении .55

Информация должна быть достоверной и полной, поступать непрерывно и своевременно. По достоверной и своевременной информации о процессах, происходящих на рынке, можно прогнозировать изменение спроса, предложения, рыночных цен, разрабатывать новые маркетинговые действия. Соответствие требованию достоверности означает, что собранная информация точно отражает развитие процесса, раскрывает внутренние, первопричинные, а не лежащие на поверхности явления и связи. Например, сведения о больших возможностях предоставления услуг сами по себе еще не являются информацией, характеризующей изменение спроса населения.

54 Соловьев Б.А. Управление маркетингом: 17-я модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 13. – М.: ИНФРА-М, 1999. - 336 с.

[55] Бландер Р. Эффективные бизнес-коммуникации. Принципы и практика в эпоху трансформации. СПб.: Питер, 2000

Нужно знать, соответствовал ли объем предоставляемых услуг потребностям в них. Нельзя считать информацией и отрывочные, разрозненные сведения, если они не сопоставлены с данными прошлых лет и не систематизированы. Важно, чтобы сведения поступали не только непрерывно и своевременно, но и от достаточно большого числа разнообразных источников информации.

Сбор, обработка и систематизация информации представляют собой составную часть общего информационно-аналитического процесса маркетинга. Получение информации подчинено задачам управления и позволяет оценить рыночные процессы для принятия руководством фирмы правильных маркетинговых решений 56.

Степень пригодности информации устанавливается только после тщательного анализа полученных данных, выявления ошибочных сведений и причин их появления, а также сопоставления вновь поступившей информации с уже имеющейся. В каждом конкретном случае ценность информации определяет характер принимаемых решений. Например, стало известно, что спрос на определенную услугу возрос. Казалось бы, следует сразу же принять решение об увеличении объема непосредственно этих услуг. Однако сначала необходимо определить, насколько надо увеличить этот объем. Решение этой задачи возможно только после получения дополнительной информации о наличии возможности предоставления услуг в необходимом объеме и перспективах развития спроса на данную услугу 57.

Таким образом, чтобы сделать правильные выводы о пригодности конкретной информации для анализа спроса и принятия обоснованных коммерческих решений, необходимо располагать и другими видами информации. Иными словами, ценность информации определяется ее комплексностью.

Информация поступает от ее носителей, обладающих некоторыми сведениями и занимающихся рыночной деятельностью. Имеются следующие носители информации:

индивидуальные потребители - через них собираются данные, характеризующие их спрос, поведение на рынке и принадлежность к социальным и демографическим группам;

производители – располагают сведениями о качественных и количественных характеристиках услуг, его себестоимости, потенциале производства, возможности внедрения достижений научно – технического прогресса, перспективах модернизации, создании качественно новых товаров и т.п.;

дистрибьютеры (распространители) – имеют информацию о спросе потребителей, конъюнктуре рынка конкурентах, эффективности рекламы.

Информационная система маркетингового исследования отличается сложностью, разнообразием и находится в постоянном развитии. Сбор,

[56] Вашекин Н.О системе маркетинговой информации // Маркетинг. 1996. - №1. – С. 27-34

[57] Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М. : Новое знание, 2000. - С. 143-173.

анализ и систематизация информации, а также оценка ее важности в настоящий момент и в перспективе требуют от сотрудников фирмы специальной квалификации и высокой информационной культуры 58.

Информационная культура – это знания, умения и навыки эффективного использования маркетинговой информации в условиях компьютеризации. В понятие «информационная культура» входит степень общей культуры и общий образовательный уровень сотрудников информационной службы 59.

Каждой фирме, выступающей на рынке в роли потребителя или производителя, необходимо иметь обязательный минимум различных сведений. Во-первых, это количественная информация:

потенциальная емкость рынка;

объем потребительского спроса;

возможности конкурентов и т.д.

Во-вторых, это качественная информация:

структура рынка;

ситуация на рынке;

условия конкурентной борьбы;

реакция рынка на те или иные маркетинговые действия фирмы;

сведения об отдельных группах потребителей (пол, возраст, уровень доходов, специальность и др.).

Маркетинговая информация также делится на внутреннюю и внешнюю. К внутренней относится любая информация, собираемая самой фирмой или по заказу. Она включает в себя данные о внутрифирменном учете и отчетности (показатели производства и сбыта продукции, ее себестоимость и цена, инвестиции, инновационные проекты, затраты и прибыли, материально-техническая база и т.д.) 60.

Внешнюю информацию получают за пределами фирмы. Сбор такой информации фирма не способна обеспечить, но может воспользоваться ею в своих маркетинговых целях. К ней относятся: информация, предоставленная Росстатом, другими государственными, общественными и статистическими службами (данные о ценах, доходах населения, демографические сведения и др.), публикации в средствах массовой информации, официальных справочных изданиях, научной, научно-популярной и публицистической литературе 61.

В свою очередь, внутреннюю и внешнюю информацию подразделяют

---

[58] Куликова З.В. О целесообразности управления лояльностью // Практический маркетинг. – 2004. – № 12. – С. 14-16.

[59] Челенкова А.П. Маркетинг услуг. Специальный выпуск №10. – М. : Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2000. - 128 с.

[60] Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: Пер. с фран. - СПб. : Наука, 1996. – 215 с.

[61] Управление организаций: Учебник // Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 1999. - 669 с.

на первичную и вторичную.

Первичную информацию фирма собирает специально для конкретных маркетинговых потребностей (исследования и опросов потребителей, в том числе выборочных, анкетирования, индивидуальных интервью, тестирования).

Вторичная информация не является результатом проведения специальных маркетинговых исследований. Она не служит непосредственно для маркетинговых нужд, а используется в других целях. Например, документы по бухгалтерскому учету и отчетности, составляемые фирмой для органов налоговой службы и государственной статистики. Но и эти данные могут использоваться маркетинговой службой в своей деятельности.

Особое место занимает маркетинговая разведка. Она заключается в сборе текущей информации о среде маркетинга (клиентах, торговых посредниках и конкурентах) по двум направлениям.

1. Информация, которую можно получить из окружающей среды маркетинга непосредственно. Это обмен информацией между участниками каналов товародвижения, информация рекламного характера и т.п.

2. Конфиденциальная или полуконфиденциальная информация. Применение методов экономического шпионажа, сбор слухов, отслеживание публикацией и т.п.

Определив потенциал и уровень поведенческой лояльности каждого клиента, можно сделать вывод о том, каких клиентов стоит удерживать, а каких отсеивать. В первую очередь внимание компании должно быть уделено клиентам с высокими показателями поведенческой лояльности и высоким потенциалом, а отказаться от работы стоит с клиентами, имеющими низкий потенциал и низкие показатели поведенческой лояльности 62.

Как правило, наибольшую сложность представляют клиенты, имеющие низкий потенциал, но высокую лояльность компании. В таких случаях решение о продолжении или прекращении работы с ними каждая компания принимает самостоятельно, однако, при невозможности сократить операционные издержки на их обслуживание и при отсутствии других выгод от работы, компании все же следует отказаться от работы с такими клиентами.

Основная цель оценки потенциала продаж компании состоит в определении разности между желаемым и существующим уровнем поведенческой лояльности. Желаемый уровень – это максимум, который отражает тот объем продаж, если бы все клиенты компании имели закупки, равные их потенциалу. Разность между желаемым и существующим уровнем

[62] Портер М. Международная конкуренция // Пер. с англ. под ред. и с предисл. В.Д. Щетинина. – М. : Междунар. Отношения, 1993, - 896 с.

может быть очень значительна 63.

Анализ воспринимаемой лояльности проводится, как правило, путем опроса приоритетных клиентов и его основная цель состоит в поиске путей совершенствования работы компании. Результатом исследования является оценка показателей воспринимаемой лояльности, например, расчет индекса удовлетворенности, составление рейтинга поставщиков, оценка готовности рекомендаций и т.д. в зависимости от выбранных показателей. Полученные данные должны содержать абсолютную и относительную оценку в сравнении с конкурентами, что позволит выявить «слабые» места в работе компании наиболее точно.

Важными элементами комплекса мероприятий для повышения потребительской лояльности являются программы лояльности и программы повышения удовлетворенности клиентов. В работе разделены эти маркетинговые инструменты, поскольку они преследуют разные цели, но для любой компании система по повышению удовлетворенности клиентов более значима, чем программа лояльности, так как программа лояльности является барьером к переключению только при высоком уровне исполнения наиболее значимых характеристик товара или услуги. Удовлетворенность клиента зависит от качества работы всей компании, тогда как программу лояльности следует рассматривать как одну из альтернатив маркетинговым коммуникациям. Однако, недооценивать роль программ лояльности также не следует, поэтому в современных условиях для большинства компаний программы лояльности для клиентов необходимо дополнять программами по повышению потребительской удовлетворенности64.

В программах стимулирования для персонала получение ими вознаграждений и премий зависит от показателей лояльности клиентов, но неправильно привязывать к лояльности клиентов мотивацию исключительно торгового персонала или персонала, работающего в непосредственном контакте с потребителями, так называемого front-line personnel (секретари, экспедиторы). Повышение лояльности клиентов и забота о них должна стать делом всей компании 65.

Система мониторинга лояльности клиентов имеет две цели – оценка лояльности клиентов и оценка эффективности проводимых мероприятий. При построении системы мониторинга необходимо придерживаться следующего принципа: чем более значим показатель, тем чаще он должен контролироваться. Замер всех поведенческих и особенно показателей перцепционной лояльности необходимо планировать не реже одного раза в полгода.

---

[63] Третьяк О. Новый этап эволюции маркетинговой концепции управления // Российский экономический журнал. 1997. - №10. - С. 74-81.

[64] Фатхутдинова Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник. – М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез»», 2000. - 640 с.

[65] Положение об обязательном перечне услуг системы межрегиональных маркетинговых центров, Утверждено Экспертно-координационным советом Системы ММЦ. – М.: ММЦ «Москва», 2000

Общей рекомендацией является внедрение разработанной методики формирования программы повышения потребительской лояльности 66.

Представим миниаудит программы лояльности потребителей:

Система оповещения о товаре: наличие, направленность на удовлетворение конкретной потребности, качество.

Адекватность ценовой политики.

Адекватность системы льгот. Необходимо регулярно проверять, продолжают ли заложенные в программу ценности иметь спрос у потребителей с учетом действий конкурентов.

«Доступность» призов. Необходимо сделать систему розыгрыша многоступенчатой, где первый уровень вознаграждений должен быть низким, чтобы люди чувствовали, что они могут легко этого достичь, и чтобы у них возникала потребность в реванше в случае проигрыша.

Обратная связь с потребителем. Необходимо включать в базу не только телефон, электронный адрес, но и другие идентификаторы клиента.

Учет жалоб и претензий. Именно в жалобах потребителя могут быть спрятаны главные ресурсы повышения ее конкурентоспособности.

Сегментация потребителей. Сегментация может проводиться по различным критериям, которые определяются для каждого потребителя в отдельности. Чтобы корректировать свою маркетинговую и рекламную активность, компания должна видеть профиль своего потребителя: постоянного и потенциального. Настороженность должны вызывать резкое изменение в качественном составе участников, появление новых, не проектируемых групп потребителей. Очень плохим признаком считается миграция их из одного потребительского сегмента в другой, особенно когда они переходят из верхнего по доходности сегмента в нижний.

Динамика выданных бонусов. Показатель прироста или уменьшения количества выданных бонусов за определенный период позволяет анализировать тренд покупательской активности, корректировать бюджеты и планы продаж.

Динамика потребителей. Регулярный анализ прироста или уменьшения количества бонусных карт, а также динамика выдачи их за определенный период позволяет уловить неэффективные точки в управлении программой.

Динамика годового дохода. Прямой финансовый показатель качества бонусной программы.

Динамика средней стоимости одной покупки. При анализе этого показателя необходимо отслеживать динамику изменения цен по товарным группам.

Частота совершения покупки. Сколько раз в месяц, квартал или год потребители покупают товары или услуги, что позволяет компании иметь реальный повод для поддержания коммуникации с ними и настраивать свою

[66] Финансовый менеджмент//Под ред. Е.С. Стояновой. – М. : Перспектива, 2000. - 234 с

программу под эти периоды для отдельных групп 67.

Внедрение комплексных программ лояльности приводит к следующим экономическим последствиям:

- по мере привлечения наиболее ценных потребителей объем продаж и доля рынка растут, увеличивается доля повторных покупок. Поскольку компания постоянно предлагает потребителям уникальную ценность, она может позволить себе выбирать самых выгодных потребителей и инвестировать средства в выполнение самых рентабельных и потенциально возобновляемых заказов;

- устойчивый рост позволяет компании привлекать на работу и мотивировать наиболее квалифицированных и энергичных сотрудников. Устойчиво долговременное создание уникальной ценности для потребителей мотивирует сотрудников, поскольку внушает им чувство гордости за компанию и повышает удовлетворенность собственным трудом. Давно работающие сотрудники лучше понимают постоянных потребителей, в результате растет лояльность;

- лояльные и давно работающие в компании сотрудники накапливают большой опыт по снижению издержек, улучшению качества продуктов, что еще больше увеличивает их ценность для потребителей и повышает производительность труда. Последний показатель используется как база для выплаты конкурентной заработной платы, внедрения различных форм премирования, вложения средств в обучение персонала и роста уровня его лояльности;

- повышение производительности труда в совокупности с растущей эффективностью хозяйственной деятельности приносит компании особого рода лидерство по издержкам, которое трудно копируется;

- устойчивое лидерство по издержкам в сочетании с ростом объемов продаж обеспечивает высокую рентабельность, что привлекает инвесторов и дает ей возможность выбирать источник капитала;

- лояльные инвесторы считают себя партнерами компании. Они стремятся к стабильности бизнеса, снижают цену капитала и не предъявляют чрезмерных требований к выплате дивидендов, поскольку заинтересованы в направлении достаточного денежного потока для расширения бизнеса68.

Многие компании обнаруживают, что им придется собрать множество информации о своих потребителях и сотрудниках, в частности о причинах их прихода в компанию или ухода из нее. Это совершенно необходимо, иначе вы не получите представления об основных источниках ценности для компании и основных путях ее потери. Иногда в результате обнаруживаются серьезные недочеты в стратегии. Например, компания устанавливает, что

---

[67] Эллвуд Я. 100 приемов эффективного брендинга // Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – Спб. : Питер, 2002. - 368 с.

[68] Торстен Хеннинг-Турау. Влияние компетенции потребителя на успех маркетинга отношений // Проблемы теории и практики управления. 1999.- №6. - С. 82-87.

никто и не пытался выяснить, какой сегмент покупателей можно считать для нее целевым (не говоря уже о способах создания ценности для них и получения ценности от них). Сравнение этих аспектов деятельности в своей компании с опытом конкурентов поможет определить, достаточно ли усовершенствовать отдельные аспекты концепции ценности или ее придется полностью пересмотреть.

Значение этого вопроса трудно переоценить. Как фирма будет оценивать свои успехи? Внедряя различные мероприятия, необходимо тщательно следить за их эффективностью, используя для этого показатели потоков ценности и оборота трудовых ресурсов. Самые блестящие бизнес-идеи и вдохновляющие миссии так и останутся на бумаге, если фирма не сможет количественно проконтролировать их воплощение в жизнь. Если они хотят завоевать лояльность потребителей, сотрудников, инвесторов, то должны создать такую ценность для первой группы, чтобы ее хватило и для двух других. Единственный способ реализовать эту стратегию состоит в тщательном измерении текучести потребителей и сотрудников, создании методики анализа и обучении персонала работе с ней, постоянной и упорной «работе над ошибками». Другого способа достичь 100% - ной лояльности не существует .69

Во всех успешных компаниях дорога к 100% - ной лояльности начиналась в кабинете исполнительного директора. Они не могли перепоручить реализацию этой идеи ни маркетинговому отделу, ни директору по финансам, ни даже совету директоров. Для них лояльность потребителей, сотрудников, инвесторов стала делом чести и проявлением цельности их характера. Они стремились к чему-то более высокому, чем прибыль: они хотели, чтобы их компания создавала такую ценность для потребителей, что ее хватало бы и на достойное вознаграждение сотрудников, и на щедрые выплаты инвесторам. Они сумели вовремя понять, что потеря половины потребителей в течение пяти лет свидетельствует о серьезной болезни компании — и действительно, с точки зрения создания ценности это говорит о полном провале.70

Таким образом, цель и задачи исследования получили свое логическое завершение в развитие теоретических аспектов управления потребительской лояльностью и обосновании методического инструментария формирования комплексных проектов повышения потребительской лояльности

Луканов А.А.
магистрант гр. УЭмо2-6
ИУЭС ИТА ЮФУ

[69] Попов Е., Попова Л. Маркетинговый аудит. Маркетинг. 1997. - №2. - С. 43-52.
[70] Почепцов Г.Г. Имиджелогия . – М. : Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. - 564 с.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ РАБОТЕ С КОРПОРАТИВНЫМИ КЛИЕНТАМИ

Развитие организационной поддержки инфраструктуры бизнеса в России характеризуется достаточно медленной эволюцией маркетинговой деятельности у субъектов рынка. Для служб маркетинга российских предприятий характерно несовпадение целей с другими структурными подразделениями, несистемное изучение рынка, реклама запускается, когда на выделяются средства, а ценообразование зависит непосредственно от планового отдела. В трудах О.А. Третьяк отмечено, что: «Создается впечатление, что маркетинг дается российскому бизнесу с трудом и эта деятельность как-то неуверенно приживается в суровом отечественном климате»71.

Все же динамика развития маркетинговой деятельности на российских предприятиях наблюдается, при этом характерной особенностью данного процесса является наличие некоторых закономерностей, которые можно представить в виде набора признаков, характеризующих этапы развития маркетинговой деятельности предприятия. Каждый из этапов определяется некоторым уровнем понимания целей и задач маркетинговой деятельности фирмы, а также соответствующими проблемами (Таблица 1).

Таблица 1

Уровни развития маркетинговой деятельности организации72

Этап	Характеристика этапа	Проблемы (задачи) службы	Понимание маркетинговой деятельности
1. Организация маркетинговой деятельности	Начальный этап, отсутствие ясного понимания целей и задач маркетинговой деятельности (служба просто нужна)	Все проблемы носят организационный характер, основные задачи службы маркетинга нацелены на выживание	Маркетинг воспринимается как отдел
2. Первичные коммуникации	Выделение функции продвижения в качестве основной (служба будет заниматься продвижением и рекламой, так как больше нечем)	Основная проблема - оценка эффективности деятельности службы маркетинга (маркетологи - это люди, которые тратят деньги организации)	Маркетинг воспринимается исключительно как реклама

[71] Третьяк О.А. Новый этап эволюции маркетинговой концепции управления. // Российский экономический журнал. – 2013. – № 10

[72] Составлено автором на основе Курс MBA по маркетингу / Чарльз Д. Шив, Александр Уотсон Хайэм ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2013.и Кущ С.П. Эволюция взаимоотношения компании с поставщиками. // Вестн С.-Петерб. ун-та. Сер. Маркетинг. – 2015. – Вып. 2.

3. Развитие информационных функций маркетинга	Возникновение реальной потребности в маркетинговой информации (интересно, какая же у нас доля рынка)	Основная задача службы маркетинга - получение максимально дешевой информации, соответственно, проблема - соотношение "цена / качество" маркетинговой информации	Маркетинг представляется как информация
4. Развитие аналитических функций маркетинга	Вся необходимая маркетинговая информация доступна, методы и каналы ее получения отработаны, возникает потребность в аналитической обработке данных	Основная задача службы маркетинга - выработка эффективных маркетинговых решений, соответственно, проблема - адекватные методы и модели обработки маркетинговой информации	Маркетинг представляется как решения

С практической точки зрения данная классификация весьма полезна.

Находясь на одном из представленных этапах развития, руководство и сотрудники маркетинговой службы понимают проблемы только данного этапа, так, на этапе организации нет возможности пытаться решать информационные проблемы, так как они не столь актуальны.

Определение этапов развития службы маркетинга конкретного предприятия достаточно простой процесс. Если службы маркетинга не находят взаимопонимания с бухгалтерией, службами сбыта, экономическим отделом, то можно определить, что для нее характерен первый этап развития маркетинговой деятельности. Если в отделе маркетинга непосредственно занимаются рекламой, можно диагностировать второй этап. Если служба маркетинга заказывает исследования рынка определенной продукции путем обращения за помощью в маркетинговое агентство, то это третий этап. И наконец, если на фирме уже имеется анализ целевых рынков, то можно определить четвертый этап, т.е. маркетинговая деятельность этого предприятия достаточно развития.

«Состояние маркетинговой деятельности организации определяет уровень развития маркетинговых коммуникаций. На начальном этапе развития маркетинга выделяется ограниченный бюджет на рекламу, поэтому, непосредственно маркетинговые коммуникации, как таковые, практически отсутствуют. На втором этапе - реклама существует, но рекламные обращения, как правило, бессистемны и достаточно нерегулярны. На третьем этапе маркетинговые коммуникации приобретают более или менее интегрированный характер. Поэтому, что на именно данном этапе большинство управленцев начинает серьезно интересоваться вопросом распределения рекламного бюджета организации и с трудом выявлять

неэффективные рекламные затраты»73.

На данном этапе происходит осознание факта, что проблема заключается в отсутствии системы как таковой, поскольку единый утвержденный регламент по работе с маркетинговой информацией отсутствует. Возникает желание создать такую систему, но одновременно появляется много проблем организационного характера. Управленцу на данном этапе сложно упорядочить структуру информационных запросов и не всегда понятно, какая именно информация необходима для принятия маркетинговых решений. Кроме того, это требует времени, а его, как правило, не хватает, равно как и отсутствует определенность относительно форм представления данных, так как у каждого менеджера есть определенные предпочтения, но нет стандартов и не всегда ясно, откуда и какая информация должна поступать, перечень ответственных за данные процессы неопределен.

Существует два типа решения указанных выше проблем:

1. «Компания пытается создать систему своими силами. В этом случае технологии получения информации разрабатывает отдел маркетинга, формы представления данных определяет руководство. Главная проблема такого подхода, как правило, самостоятельно организованная маркетинговая информационная система построенная по принципу - решаем только те задачи, о которых вспомнили. Соответственно, если возникают новые требования, то достраивают дополнительные модули. В конце концов, система приобретает совершенно бессистемный характер и перестает работать в требуемом режиме»74.

2. «Компания приобретает программный продукт, «который разрешает проблему стандартов отчетности, но не решает проблему получения информации. Проектирование и привязка таких технологий к программным стандартам процесс сам по себе достаточно трудоемкий и редко кого устраивают существующие программные решения по формам представления маркетинговой информации. Поэтому фирм, которые выбирают данный путь построения МИС, очень мало»75.

Существующее в настоящее время на российском рынке программное обеспечение можно условно разделить на три группы.

1. «Программы класса CRM, ориентированные на нужды корпоративных служб продаж (клиент-менеджеров). Наиболее известные из них — Sales Expert и "Клиент Коммуникатор". Указанные продукты являются достаточно эффективными инструментами организации и планирования корпоративных продаж. Они позволяют учитывать контакты с клиентами, обращения клиентов, сделки и получать соответствующие

[73] Кущ С.П. Эволюция взаимоотношения компании с поставщиками. // Вестн С.-Петерб. ун-та. Сер. Маркетинг. – 2015. – Вып. 2.
[74] . Мачадо Р. Маркетинг для малых предприятий. - СПб: Питер паблишинг, 2015
[75] . Мачадо Р. Маркетинг для малых предприятий. - СПб: Питер паблишинг, 2015

аналитические отчеты. Сильной стороной указанных программ является эффективно построенная система автоматических коммуникаций с клиентами (рассылки, автодозвон и пр.). Достаточно хорошо продумана система защиты информации и разделения прав доступа, ограничивающая доступ к коммерческой информации. В то же время представляется, что область применения программ класса CRM принципиально ограничивается фирмами, ориентированными на рынок крупных корпоративных потребителей, эти программы мало подходят для организаций, работающих с мелкими и розничными клиентами. Для последних более важно не отслеживание работы с каждым конкретным клиентом, а агрегированный анализ больших клиентских и товарных групп, изучение воздействия на них рекламы и обратной связи (на решение такого рода задач данные продукты не рассчитаны). Функции же импорта данных об отгрузках из учетной системы в существующих на рынке программах CRM весьма ограничены. Кроме того, отсутствие в этих программах возможности анализа внешней среды (рекламы фирмы, действий конкурентов, событий на рынке) существенно ограничивает их применение за пределами службы продаж». 76

2. «Программное обеспечение «для маркетологов» («Касатка», «Бэст-маркетинг», Marketing Expert, «Маркетинг-Микс») с дополнительными модулями (Marketing Geo, Marketing Analytic). Из перечисленных продуктов лишь Marketing Expert можно отнести к классу аналитических программ, предназначенных для поддержки принятия маркетинговых решений, - аналитические возможности Marketing Expert широки. Достаточно сказать о функциях оптимизации ценообразования, GAP-анализе, прогнозных функциях. Можно говорить о том, что на сегодняшний день программа является единственным профессиональным инструментом маркетингового анализа, известном на российском рынке. В то же время сами разработчики признают, что с программой могут эффективно работать лишь очень квалифицированные пользователи. Кроме того, следует помнить об огромном количестве данных, которые необходимо занести в программу, прежде чем она выдаст сколько-нибудь адекватный результат. Здесь вновь возникает проблема связи с реальными данными о продажах предприятия. Предназначенный для этого модуль Marketing Analytic также доступен лишь высококвалифицированному пользователю». 77

Остальные программы либо характеризуются обучающим профилем, либо ориентированы на составление отчетных документов служб маркетинга. При этом в данных системах сильно ограничены возможности представления маркетинговой информации.

---

[76] Альтапова А. Ф. Особенности взаимоотношения с корпоративными клиентами на рынке B2B // Экономическая наука и практика: материалы III междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2014 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2014. — С. 85-87

[77] Т. В. Ринк За что и как спрашивать с департамента маркетинга? [Электронный ресурс]. – URL: http://www.intalev.ru/library/articles/article.php?ID=5150 (дата обращения 15.03.2016)

Существуют также попытки создания систем информационной поддержки маркетинговых на базе существующих на предприятиях учетных программных продуктов, например в системе "1С", которая обладает достаточно гибкой структурой, а наличие специализированного языка программирования позволяет вносить необходимые данные и создавать требуемые отчеты. Но, как показывает практика, такая трансформация учетной программы генерирует недостаточно эффективные для маркетологов решения, а также приводить проблемам в работе самой системы

В Таблице 2 представлены примеры существующих корпоративных информационных систем. (КИС)

Табл. 2

Примеры существующих российских и зарубежных КИС

Система	Пример
Корпоративные информационные системы. Российские разработки	Корпоративная информационная система Frontstep (frontstep.ru). Корпоративная информационная система "1С:Предприятие", версия 8 (lc.ru)
Корпоративные информационные системы, разработанные фирмой *Microsoft*	Корпоративная информационная система MBS Navision (navision.ru/). Управление складом в КИС MBS Navision (navision .ra/)
Зарубежные разработки КИС	Корпоративная информационная система Oracle (oracle.com/ru/). Корпоративная информационная система SAP R3 (sap.com)

Исследование существующих предложений программных продуктов для целей маркетинговой деятельности приводит к следующему выводу: маркетинговые информационный системы (МИС) лучше строить на основе конкретных специализированных требований организации, определив структуру основных информационных модулей системы на основе систематизации информационных запросов менеджеров, что позволит сократить усилия по ее проектированию и внедрению.

Несмотря на различные требования к МИС в зависимости отспецифики бизнеса, базовые требования менеджеров- маркетологов в принципе стандартизированы (Таблица 3).

Табл.3

Требования менеджеров высшего звена к МИС78

Требования	Содержание / показатель
Программа-минимум	1. Анализ динамики бизнеса (продажи, рентабельность) в различных разрезах (продукты, клиенты, менеджеры). 2. Управление и оценка эффективности работы с клиентами (для корпоративного рынка). 3. Планирование, контроль и оценка эффективности коммуникаций
Стандартные	Программа-минимум плюс характеристики конкурентов (цены, условия работы с клиентами, реклама)
Программа-максимум	Стандартные требования плюс: • макрохарактеристики рынка (емкость, тенденция развития, доли конкурентов): • микрохарактеристики (мотивации, потребительские ценности, алгоритм принятия решения о покупке)

Можно отметить, «хорошего менеджера интересуют также механизмы прогноза, планирования и бюджетирования, но это уже вопросы четвертого этапа развития маркетинговой деятельности. Принципиальным преимуществом самостоятельного построения маркетинговой информационной системы является возможность учета специфики предприятия, как отраслевой, так и организационной». 79

Основная задача применения МИС заключается в учете и анализе персональных (прямые контакты с клиентами) и неперсональных (реклама, PR, promotion,) влияни1 на рынок и обратной связи от клиентов (рекламации, продажи, отклики).

«Система маркетинговой информации позволяет свести воедино внутреннюю учетную информацию компании (данные бухгалтерии о продажах), информацию, собираемую о клиентах менеджерами по продажам и о рынке маркетологами (действия конкурентов, цены конкурентов, реклама фирмы и ее конкурентов, изменение законодательства, новые технологии и пр.)»80.

При этом, основными требованиями к МИС являются81:

- взаимодействие с учетной системой, установленной на фирме, оценка работы с существующими и потенциальными клиентами;

- решение комплексное аналитических задач по маркетингу и в организации продаж в аспекте информации о собственных продаж, планирование, организация и оценка результативности работы с клиентами,

[78] Составлено автором на основе Альтапова А. Ф. Особенности взаимоотношения с корпоративными клиентами на рынке B2B // Экономическая наука и практика: материалы III междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2014 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2014. —

[79] 24. Т. В. Ринк За что и как спрашивать с департамента маркетинга? [Электронный ресурс]. – URL: http://www.intalev.ru/library/articles/article.php?ID=5150 (дата обращения 15.03.2016)

[80] 24. Т. В. Ринк За что и как спрашивать с департамента маркетинга? [Электронный ресурс]. – URL: http://www.intalev.ru/library/articles/article.php?ID=5150 (дата обращения 15.03.2016)

[81] Предводителева М.Д., Балаева О.Н. Подходы к управлению качеством услуг: фокус на потребителе // Менеджмент в России и за рубежом. – 2015. – № 2

анализ эффективности влияния непрямого воздействия на рынок;

- возможность разделения прав доступа на уровне функций программы, отдельных клиентов, групп клиентов;

- возможность группировки продуктов менеджеров, клиентов, в произвольном порядке, а также ведения аналитики продаж в различных апектах.

Процесс постановки задачи для целей создания МИС включает в себя следующие ключевые этапы:

- определение видов управленческих отчетов, требуемых для принятия решений различного уровня при управлении маркетингом. Необходимо, чтобы каждый из будущих пользователей разработал собственные информационные запросы к системе;

- формирование базовых отчетов в электронном виде путем применения выбранной программной среды;

- определение состава исходной информации, необходимой для получения полноценных отчетов, при этом описываются основных потоки входящей информации, принципы их первичной обработки;

- определение способов ее получения и структуризация необходимых источников первичной информации и (например, мониторинг цен конкурентов в виде отчета в определенном формате);

- создание проектов отчетов и согласование их с пользователями;

- утверждение технологий получения маркетинговой информации, определение сроков, бюджетов и ответственных за получение информации.

- разработка технического задания на создание/модернизацию программного продукта;

Поскольку «Маркетинговое планирование - это процесс, связанный с составлением плана маркетинга, с выбором стратегий маркетинга, нацеленных на рост объема продаж товара и максимизацию прибыли» для разработки МИС требуется создать матрицу последовательности принятия решений на стратегическом и оперативном уровнях управления»82. (рис. 1).

[82] . Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014.

Рис.1. Матрица принятия решений83

Таким образом, МИС - это совокупность процедур и методов обработки информации, персонала, технологического оборудования, предназначенная для аккумулирования, обработки, анализа и передача в установленное время необходимой информации, требуемой для подготовки и принятия маркетинговых решений (рис. 2).

Рис. 2. Маркетинговая информационная система

Па примере туристической компании проведем исследование внешней среды компании. МИС туристической компании включает в себя следующие подсистемы:

- для стратегического планирования;
- оперативного планирования;
- оперативного контроля;
- стратегического контроля.

МИС стратегического планирования создается для информационного обеспечения, представления аналитических данных с целью последующей

[83] Третьяк О.А. Новый этап эволюции маркетинговой концепции управления. // Российский экономический журнал. – 2013. – № 10

разработки маркетинговой стратегии, стратегии развития бренда. Основными задачами стратегического планирования являются[84]:

- определение целевых рынков и сегментов;
- комплексное позиционирование туристической компании;
- формирование стратегии управления брендом;
- создание системы ключевых показателей для реализации стратегии.

В результате формируются долго- и среднесрочные планы деятельности туристической компании на целевых рынках по макро- и микроэкономическим показателям (табл. 4, табл. 5)[85].

Таблица 4

Макроэкономические показатели

Объект	Информация	Метод
Экономическая среда	Динамика ВВП. Динамика промышленного производства. Динамика оборота розничной торговли. Динамика инвестиций. Динамика пассажирооборота. Индекс потребительских цен. Индекс промышленных цен. Динамика курса рубля	Кабинетное исследование
Социально-демографическая среда	Динамика численности населения. Половозрастной состав населения. Динамика доходов/расходов населения. Динамика уровня безработицы. Индекс потребительских настроений	Кабинетное исследование
Внешнее регулирование	Налоговое регулирование. Стандарты безопасности. Страховое регулирование	Кабинетное исследование
Технологическая среда	Развитие электронных форм продажи билетов и услуг. Развитие технологий обслуживания пассажиров в пути и пунктах прибытия/ отправления	Кабинетное исследование

Таблица 5

Микроэкономические показатели

Объект	Информация	Метод
Потребители	Объем и структура спроса на пассажирские перевозки. Ключевые предпочтения пассажиров относительно параметров поездки (безопасность, скорость, цена, комфорт). Дополнительные факторы, влияющие на выбор (время "от порога до	Анкетный опрос покупателей (личный, телефонный, почтовый, web, e-mail). Глубинное интервью. Фокус-группа. Холл-

[84] Третьяк О.А. Новый этап эволюции маркетинговой концепции управления. // Российский экономический журнал. – 2013. – № 10

[85] Таблица № 4, Таблица № 5 составлены автором на основе Кущ С.П. Маркетинг взаимоотношений на рынках туристических услуг/ Высшая школа менеджмента СПбГУ. – 2-е изд. – СПб. : Высшая школа менеджмента ; СПбГУ, 2014

	порога", качество обслуживания). Профиль потребителя (социально-демографическая характеристика, стиль жизни и т.д.)	тест. Проективные методики
Конкуренты	Основные экономические характеристики отраслей пассажирского транспорта (авиационный, водный и автомобильный транспорт). Формы и интенсивность конкуренции. Характеристика основных компаний-конкурентов. Маркетинговые стратегии и планы конкурентов	Кабинетное исследование. Экспертное интервью. Таинственная покупка. Аудит системы продаж билетов
Поставщики	Характеристика основных поставщиков. Условия и сроки поставки. Уровень влияния на компанию	Кабинетное исследование

Сегментирование рынка по клиентам в туристической компании происходит в зависимости от факторов мотивации, к которым относятся цена за тур, наличие скидок и бонусов, предоставление дополнительных услуг.

Таким образом, особенности организации маркетинговой деятельности предприятия при работе с корпоративными клиентами в рамках информационно-аналитического аспекта заключается в создании интерактивной информационной среды, позволяющей оценивать позиционирование фирмы, степень приверженности клиента к компании, учитывающей эластичность спроса.

Лукашук И.А.
студент 4 курса
факультет «Банковского дела»
Лягуская Н. В.
научный руководитель, старший преподаватель
кафедра «Бухгалтерского учета, анализа и аудита»
Полесский государственный университет
Беларусь, г. Пинск

РЕАЛИЗАЦИЯ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ ОАО «КОБРИНСКИЙ МСЗ»

Статья посвящена реализации готовой продукции. Актуальность данного исследования состоит в том, что на современном этапе рыночных отношений увеличение объема продукции и ее реализации является основной целью предприятия. Поскольку реализация готовой продукции– это основной источник дохода предприятия. С ростом объемов реализации продукции увеличивается прибыль организации.

Ключевые слова: готовая продукция, реализация, экспорт, прибыль

The article is devoted to the realization of finished products. The relevance of this study lies in the fact that at the present stage of market relations and increase the production of its implementation is the main purpose of the enterprise. Since the sale of finished products-the main source of income of the enterprise. With the growth of sales volumes increased profit organization.

Keywords: finished products, sales, exports, profits

Готовая продукция - конечный продукт производственного процесса предприятия. Реализация продукции завершает кругооборот хозяйственных средств и определяет эффективность производства: «деньги - товар – деньги*». Поэтому на каждом предприятии уделяют особое внимание учету реализации готовой продукции, так как средства, полученные от реализации готовой продукции - основной источник дохода.

Предприятия изготавливают продукцию в строгом соответствии с заключенными договорами, разработанными плановыми заданиями по ассортименту, количеству и качеству. Изучая потребности рынка, постоянно уделяют большое внимание вопросам увеличения объема выпускаемой продукции, расширения ее ассортимента и улучшения качества.

Готовая продукция входит в состав оборотных активов предприятия. Согласно Закону «О бухгалтерском учёте и отчётности» в бухгалтерском балансе готовая продукция отражается по фактической производственной себестоимости, которую можно рассчитать только по окончании отчётного периода. Движение же продукции происходит ежедневно: выпуск - отпуск - отгрузка – реализация, что осуществляется в основном по плановой себестоимости. Порядок отражения операций по учету реализации продукции представим в таблице 1.

Таблица 1– Бухгалтерские записи по учету реализации молочной продукции ОАО «Кобринский МСЗ» в 2015 году

Содержание хозяйственных операций	Корреспонденции счетов		Сумма, руб.
	Дебет	Кредит	
Выпущена готовая продукция из производства	43	20	382 956
Отражается сумма калькуляционной разницы	43	20	451
Реализация готовой продукции по себестоимости	90	43	382 505
Начислена дебиторская задолженность покупателей за реализованную им продукцию	62	90	10 596 301
Начисление НДС в бюджет из выручки	90	68	2 366 874
Списана доля коммерческих расходов на реализованную продукцию	90	44	235 985
Списаны управленческие расходы	90	26	23 669

Отражена прибыль от реализации продукции	90	99	7 587 268

Примечание – Источник собственная разработка

На сегодняшний день основной целью коммерческой организации является получение максимально возможной прибыли от реализации молочной продукции, что влечет за собой жесткую конкуренцию практически на всех рынках, как на внешнем , так и на внутреннем

Для того, чтобы удовлетворять самые разнообразные потребности потребителей, средние и крупные предприятия организует собственную сеть фирменных магазинов, или заключает договора с оптовыми покупателями, стараясь, чтобы они были длительными и на большие объемы поставок. Руководители малых предприятий считают своим серьезным достижением заключение длительного контракта с крупным предприятием или обладание определенным количеством постоянных клиентов. Нельзя так же забывать о том, что в настоящее время наша страна особое внимание уделяет экспорту продукции. Поэтому многие предприятия заключают договора на поставку своей продукции с зарубежными партнерами задолго до ее выпуска. ОАО «Кобринский МСЗ» является не исключением. Поставка продукции на экспорт, на этом предприятии, составляет более 5 % из всего объема молочной продукции в целом по области, данные которых представлены на рисунке 1

2014 год 2015 год

Рисунок 1 – Экспортируемый объем молочной продукции ОАО «Кобринский МСЗ», тонн.

На основании данных приведенных выше можно сказать, что удельный вес реализуемой продукции за рубеж на предприятии в общем объеме по области занял 6% в 2015 году и 5% в 2014 году. Это является свидетельством о том, что предприятие увеличило объемы производства и обновило ассортимент молочной продукции, что и вызвало увеличение продаж готовой продукции за рубеж. Предприятие ОАО «Кобринский МСЗ»

не является исключением. Рассмотрим объем реализации молочной продукции, представленный на экспорт ОАО «Кобринский МСЗ», данные которых представлены на рисунке 2.

Рисунок 2 – Реализация молочной продукции
ОАО «Кобринский МСЗ» в 2014 - 2015 гг., тонн

По данным рисунка видно, что в 2015 году по отношению с 2014 годом объем экспортируемой продукции на предприятии увеличился на 1961,4 т. За счет увеличения объема реализации масла на 152,6 т, сыра и творога на 344,1 т. В целом по предприятию объем экспорта молочной продукции увеличился на 21,2 %, что еще раз подтверждает об увеличении выпуска продукции и продажи за рубеж

Использованные источники:

1. Ладутько, Н.А. Бухгалтерский учет: практическое пособие / Н.А. Ладутько [и др.]; под общей редакцией Н.И. Ладутько. - 6-е изд., перераб. и доп. - Минск: ФУАинформ, 2007г. – 688 с.
2. Левкович, О.А. Бухгалтерский учет: Учебное пособие.3-е изд., перераб. и доп. / О.А. Левкович, И.Н. Бурцева. - Мн.: Амалфея, 2005г. – 790 с.

Лю Ижу
магистрант 2 курса
факультет «Социология экономика и право»
Московский педагогический университет
Россия, г. Москва

СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИИ «ХУАВЭЙ»

Статья посвящена В настоящее время термин «конкурентоспособность» стал одним из наиболее употребляемых в научной литературе. Политики, экономисты, представители бизнеса, журналисты также широко его используют, когда речь идет о необходимости интеграции экономики страны в систему современного мирового хозяйства.

Цель каждого предпринимателя - максимизация прибыли, а, следовательно, и расширение масштабов хозяйственной деятельности. Это неизбежно приводит к взаимной борьбе предпринимателей за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров, рост объема производства, и они выступают по отношению друг к другу как соперники или конкуренты.

Для достижения поставленной цели предстоит решить следующие задачи:

- рассмотреть понятие «конкурентоспособность предприятия» и его сущность;
- обозначить понятие «конкурентоспособная рекламная деятельность»;
- охарактеризовать методы оценки конкурентоспособности рекламной деятельности предприятия;
- выделить факторы конкурентоспособности рекламной деятельности предприятия;
- описать методику оценки конкурентоспособности рекламной деятельности
- провести оценку конкурентоспособности рекламной деятельности компании «Хуавэй», КНР;
- разработать предложения по совершенствованию рекламной деятельности компании «Хуавэй», КНР.

Объектом исследования выступает конкурентоспособность рекламной деятельности компании «Huawei». Предметом исследования являются теоретические и методические аспекты обеспечения конкурентоспособной рекламной деятельности компании «Huawei». Теоретическими и методологическими аспектами в течение последнего времени посвящено немало исследований. Большую роль в теоретической разработке вопросов управления, создания эффективного механизма обеспечения конкурентоспособности предприятий сыграли научные труды таких отечественных авторов, как Н.П. Абаева, Н. А. Жданкин, И. М. Лифиц, Е.И. Мазилкина, Э. В. Минько, Е. А. Нацип аева, И. А Перцовский, Р. В Савкина, С. В Спиридонов, Р. А. Фатхутдинов, Т. Г. Философова, В. В. Царев, и зарубежных авторов Б. А. Райзберг, Феликс Кегель.

Основными методами, использованными при оценке конкурентоспособности предприятия выбраны: анализ и синтез, системный подход, описательный и сравнительный методы, оценка конкурентоспособности на основе описания ключевых факторов успеха компании, метод анализа 5 сил Портера, SWOT-анализ.

Работа состоит из введения, трёх глав, заключения и списка литературы.

В работе рассмотрена эволюция международной деятельности китайской компании Хуавей, прохождение ею последовательных стадий процесса интернационализации как фактора развития и укрепления

конкурентоспособности. Так же рассматриваются различные модели начала внешнеэкономической деятельности китайских предприятий, мотивы интернационализации и методы проникновения предприятий на международный рынок телекоммуникаций. Для исследования были использованы различные статьи иностранных авторов. Также данные официальных источников, сайты компаний. Проведен анализ показателей деятельности компании Хуавей, как на отечественном, так и на международном рынке. Корпоративная стратегия Huawei предусматривает увеличение мировых доходов, полученных за счет работы с предприятиями, с 2,7 млрд долл. в 2013 году до 10 млрд к 2017-му. В качестве важнейших факторов роста рассматривается предложение предприятиям конвергированных решений на основе совместного использования сетевых и ИТ-продуктов, а также формирование глобальной экосистемы работающих вместе с Huawei партнеров, число которых во всех странах мира должно к концу текущего года приблизиться к 5,5 тыс. Технологическими областями работы Huawei Enterprise Business Group являются корпоративные сети, инфраструктурные решения для ИТ-систем, комплексы объединенных коммуникаций и совместной работы сотрудников предприятий, корпоративные системы беспроводных коммуникаций. Во всех этих областях в компании намерены опираться на синергию технологий и комплексных решений на основе продуктов, создаваемых в наших телекоммуникационном, корпоративном и потребительском подразделениях. Генеральная стратегия определяет основные направления деятельности компании на корпоративном мировом рынке, которые могут адаптироваться к условиям локальных рынков. К примеру, в различных регионах мира выделено 5 тыс. организаций, которые в Huawei считают основными корпоративными заказчиками. В нашей стране мы сами определяем ключевых клиентов. В настоящее время их более трех десятков, включая «Газпром», РЖД и другие, не менее значимые для российской экономики организации. Их выбор соответствует вертикальным рынкам, также определенным в рамках стратегии. Это госструктуры, финансовые институты, нефтегазовая отрасль, энергетика и транспорт. С крупными и средними предприятиями именно этих отраслей намерены работать в Huawei. В настоящее время в России наши корпоративные предложения группируются главным образом в области сетевых решений, объединенных коммуникаций и средств совместной работы с поддержкой голоса и видео, а также ИТ-решений на основе серверных систем и систем хранения данных. На сети предприятий приходится до 70% доходов Huawei на российском корпоративном рынке, финансовые поступления от двух других направлений приблизительно равны.

Лю Ижу
магистрант 2 курса
факультет «Социология экономика и право»
Московский педагогический университет
Россия, г. Москва

ИСТОРИЯ РАЗВИТИИ КОМПАНИИ «ХУАВЭЙ»

Основатель компании - Жэнь Чжэнфэй. В 1987 году, с уставным капиталом в 21000 юаней, в городе Шеньчжэнь (Китай) была основана компания Huawei. Изначально начинала с производства АТС станций в Гонконге, направленные на малые предприятия. В 1992 году, накопив знания и средства, китайцы вошли на рынок телекоммуникаций с созданием телефонного коммутатора C & C08. Он стал самым производительным китайским коммутатором на то время. Постепенно компания завоевала китайскую долю рынка и вышла на большую арену.

Конец 1990-ых – 2000-ые

В 1997 году Huawei выходит на международный рынок со своей беспроводной технологией GSM, расширив её до CDMA и UMTS. В 1999-ом открывается исследовательский центр (R & D) в Бангалоре. С 1998 по 2003 год заключается контракт с IBM и компания терпит изменения в руководстве. В это же время оборот на международном рынке начал составлять более 100 млн. долл. В 2001 году компания создает еще четыре исследовательских центров в США и открывает один в Швеции. Через год международные продажи достигают 550 млн долл.

В 2004 году китайская компания строит сеть третьего поколения в Голландии совместно с Telfot. Это первый европейский контракт, который оценивается в 25 млн. долл. Годом позже заключается соглашение с международными операторами мобильной связи Vodafone и British Telecom.

[adsense]

В 2008 году открывают инновационный центр совместно с австралийской телекоммуникационной компанией Optus и совместно разрабатывают мобильные широкополосные концепции. В этом же году компания Huawei предоставляет канадской компании TELUS беспроводную сеть нового поколения с высокоскоростным мобильным доступом.

В 2009 г. Хуавей начинает сотрудничать с TeliaSonera (Норвегия) и создает с ними одну из первых в мире коммерческих сетей LTE. Чуть позже китайцы запускают первый в мире надежный 100G маршрутизатор.

В 2010 г. китайская компания вкладывает около 600 млн. долл. в создание производственного телеком оборудования и расширение исследовательского центра в Индии. В октябре 2013 года, конгломерат Huawei выбран TDC A/S в качестве единственного поставщика для

модернизации национальной сети GSM/UMTS/LTE в Дании.

2010-ые. Дальнейшее развитие

В середине 2014 года компания Huawei входит в европейский совет по организации сетей связи следующего поколения 5G Infrastructure Association с поддержкой Еврокомиссии. Чуть позже в этом году, компания Huawei объявила о участии в создании исследовательского центра в области 5G в Англии.

Huawei Device и смартфоны

В этом же 2010 году подразделение Huawei Device выпускает первые телефоны и планшеты под своим брендом. До этого компания выпускала wi-fi роутеры, телефоны и планшеты для операторов связи под чужим брендом. Первая серия смартфонов и планшетов называлась IDEOS на платформе Android, но в 2012 году были выпущены девайсы на платформе Windows Phone 8 от Microsoft. Телефоны довольно таки быстро вошли на рынок мобильных устройств и заняли место рядом с лидерами в этой отрасли. Удалось это сделать при помощи конкурентоспособной цены и неплохого качества устройств.

В сентябре 2013 года компания открыла новый канадский офис в г. Реджáйна, Канада. Хуавей начинает сотрудничать с местным оператором SaskTel, чтобы построить свои сети HSPA + LTE и выпускает с ними свой смартфон Ascend Y300.

Тем не менее, корпорация стала представлять реальную конкуренцию компаниям Cisco Systems, Hewlett-Packard и Juniper Networks, а так же ведущим производителям мобильных гаджетов.

Мадраимова Н.С.
ст. преподаватель
КИЯ ОГПИ
Кыргызская Республика, г. Ош

РОЛЬ И МЕСТО ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В ПОВЕСТИ ЧИНГИЗА АЙТМАТОВА «БЕЛЫЙ ПАРОХОД»

Автор статьи попытается дать анализ собственных имен в тексте повести, в которых заключена субъективация основных идей писателя.

Ключевые слова: образ автора, субъективация, собственные имена, идея.

The author attempts to give an analysis of proper names in the text of the story, which lies subjectivation of the basic ideas of the writer.

Keywords: image of the author, the subjectivation, proper names, idea.

В повести Ч. Айтматова достаточно часто встречается использование такого приема субъективации, как собственные имена: *«… Женщин было всего три: бабка, тетка Бекей - сестра его матери, жена самого главного человека на кордоне, объездчика Орозкула, - и жена подсобного рабочего Сейдахмата - молодая Гульджамал со своей девочкой на руках» [6].*

Имена у персонажей Айтматова поистине говорящие. Имя дочери старика, бездетной Бекей созвучно словам: «бей», «избей», «битый», «без детей», «бедней» душой героя нет ее в тексте. Молча терпит она побои мужа-пьяницы, только безропотному отцу кричит в лицо, кляня за то, что породил ее. Автор говорит мысленными словами мальчика о ее горькой судьбе: *«… Редко когда тетка Бекей бывает в добром настроении. Чаще - мрачная и раздраженная - она не замечает своего племянника. Ей не до него. У нее свои беды. Бабка говорит: были бы у ней дети, совсем другой женщиной была бы она. И Орозкул, муж ее, тоже был бы другим человеком...»*

Имя мужа ее «Орозкул» также созвучно слову «короз» (петух-драчун), «кул» означает «раб», «рабская, холопская душа». Он только и может плакать в подпитии по поводу бездетности и затем вымещать зло на безмолвных жене, тесте, подчиненных на кордоне и семилетнем мальчике. Его праздный образ жизни подчеркнут в сцене, когда хозяин автолавки интересуется тем, где он сейчас находится: *«- Э-э, да что с тобой толковать! - махнул рукой продавец. – Зря приехал. А Орозкул где? / - С утра еще подался, кажется, в Аксай. Дела у чабанов. / - Гостит, стало быть, - понимающе уточнил продавец».*

Друзьями Орозкула являются колхозные работники типа Кокетая, которые за определенную мзду получают у лесного объездчика бревна из заповедного леса, хотя это и запрещено законом. Но Орозкул здесь сам себе хозяин, хотя и опасается инспекторов-ревизоров: *«Человека этого звали Кокетай. То был дюжий черный мужик, колхозный счетовод с приозерья. С Орозкулом он давно вел дружбу. Лет двенадцать тому назад построил Кокетай себе дом. Орозкул помог лесом. Продал по дешевке кругляки на распиловку досок. Потом мужик женил старшего сына, поставил и молодым дом. И тоже Орозкул снабдил его бревнами».*

В сцене, когда автолавка приезжает на лесной кордон, автор намеренно не называет имени ни мальчика, ни его отца и матери, подбросивших его дедушке, ни имени продавца автомагазина. Этим приемом автор хочет сказать, что такая проблема как социальные сироты – достаточно типична, поэтому и нет смысла индивидуализировать этих персонажей: *«- Ты чей будешь? - снова стал расспрашивать продавец. - Старика Момуна, что ли?... - Совсем она не подает о себе вестей, твоя мать. Не знаешь сам, что ли? / - Не знаю. / - А отец? Тоже не знаешь? / Мальчик молчал.».*

Но центральным образом повести, кроме мальчика, является старик «Момун», что значит «тихий», «покладистый» или «расторопный»:

Старика Момуна, которого многомудрые люди прозвали Расторопным Момуном, знали все в округе, и он знал всех. Прозвище такое Момун заслужил неизменной приветливостью ко всем, кого он хоть мало-мальски знал, своей готовностью всегда что-то сделать для любого,

любому услужить... Он многое умел в жизни. Плотничал, шорничал, скирдоправом был; когда был еще помоложе, такие в колхозе скирды ставил, что жалко было их разбирать зимой: дождь стекал со скирды, как с гуся, а снег крышей двускатной ложился. В войну трудармейцам в Магнитогорске заводские стены клал, стахановцем величали. Вернулся, дома срубил на кордоне, лесом занимался».

Автор одним упоминанием российского города Магнитогорска, ставшего символом индустриализации, подчеркивает огромный трудовой стаж старика, который вытерпел в этой жизни все: и трудовую армию, и тыловые работы в войну, и все умения джигита, которому и «семидесяти ремесел мало».

Другие жители лесного заповедника подсобный Сейдахмат – ленив и покладист, а жена его Гульджамал – молодуха с маленькой дочкой на руках – вынуждена тоже как-то тянуть ежедневный быт: *«А Сейдахмата Орозкул не прогонит, потому что Сейдахмат смирный. Ни во что не вмешивается, не спорит. Но хотя он парень смирный и здоровый, а ленивый, поспать любит. Потому и прибился в лесничество. Дед говорит: "Такие парни в совхозе машины гоняют, на тракторах пашут". А Сейдахмат на огороде своем картошку зарастил лебедой. Пришлось Гульджамал с ребенком на руках самой управляться с огородом. И с началом покоса Сейдахмат затянул...»*

Носителем сильной гуманистической позиции выступает в повести шофер Кулубек Чотбаев, не зря именно его образ изображен в последние минут жизни мальчика. А имя его означает «потомок», «последователь», он продолжает славный род бугу. Первая их встреча была такой: *«Я ведь тоже бугинец. Да тут все ребята поехали бугинцы. За сеном катим. Теперешние бугинцы друг друга и не знают, поразбрелись... Деду привет передай. Скажи, что видел Кулубека, сына Чотбая. Скажи, что вернулся Кулубек из армии и теперь шофером в совхозе. Ну, бывай!»*

В повести есть и сказочные персонажи: мальчик Чыпалак, батыр Кульче, Хромая Рябая Старуха и первородец Бугубай. Чыпалак - находчивый мальчик, чье имя означает «мизинец», т.е. он мал да удал: *«Обо всем этом я думаю, когда дед рассказывает мне сказки. Он долго рассказывает. Разные есть - смешные есть, особенно про мальчика с пальчик по имени Чыпалак, которого проглотил волк-жадюга на свою беду.»*

Другой персонаж взят из древней легенды о предводителе кыргызских племен, живших на Енисее – богатыре Кульче. Имя его значит «цветущий», «процветающий», «сильный», и время его правления было именно таким: *«В тот день киргизское племя на Энесае хоронило своего старого вождя. Много лет предводительствовал батыр Кульче, во многие походы ходил, во многих сечах рубился. В боях уцелел, но настал час его смертный…»*

Когда враги истребили кыргызское племя на Энесае, а два голодных и заблудившихся ребенка – девочка и мальчик - пришли к вождю вражеского

стана, приказавшего Хромой Рябой Старухе погубить их: *«Молча повиновалась Рябая Хромая Старуха, взяла мальчика и девочку за руки и повела их прочь…»*

После того, как родила своего первенца зрелая женщина, выросшая из девочки, в браке с крепким мужчиной, выросшим из того мальчика-беглеца, им на помощь снова пришла Рогатая мать-олениха, неся в рогах колыбель: *«Обрадовались мать и отец. Назвали первенца своего в честь Рогатой матери-оленихи - Бугубаем. Вырос Бугубай, взял красавицу из племени кипчаков, и стал умножаться род Бугу - род Рогатой матери-оленихи. Стал большим и сильным род бугинцев на Иссык-Куле».*

Кроме людей, в повести есть имена собственные, в частности, имя маралихи «Рогатая мать-олениха», клички лошади Орозкула Алабаш и собаки Балтек. Автор таким словосочетанием из трех слов хочет подчеркнуть значимость этого благородного животного, которое когда-то в древности на Энесае, «матери-реке») спасло человеческий род, выходив оставшихся в живых из всего кыргызского племени двух детей, которые положили начало возрождению рода «бугу», что значит «олень», «марал». Но дитя Рогатой матери-оленихи ошиблось, дед Момун сам ее губит животное по воле зятя, любящего свою лошадь: *«Из-за деревьев выехал всадник на сером коне. Это был Орозкул. Он тоже возвращался домой. Серый конь Алабаш, на котором он никому, кроме себя, не разрешал ездить, был под выездным седлом с медными стременами, с нагрудным ремнем, со звякающими серебряными подвесками.»*

Само упоминание об украшениях конской упряжи говорит о том, с каким трепетом и благоговением относится к лошади хозяин. «Алабаш» означает «белоголовая», т.е. «отмеченная богом», благородность рода.

Образ собаки Балтека также является носителем смысла своей клички: *«Балтеку дела не было ни до чего, - сытый спал, голодный вечно подлизывался к кому-нибудь, к своим и чужим без разбора, лишь бы кинули чего-нибудь. Вот такой он был, пес Балтек. Но иной раз от скуки бегал за машинами. Правда, недалеко. Только разгонится, потом вдруг повернется и потрусит домой».*

Слово «Балтек» близко к словам «балбес», «галтек» («катушка ниток»), «болтик», «бал» + «тек» («мед» + «тихо, хватит»). Созвучие слов на русском и кыргызском языках, говорит о послушном, тихом и беззлобном нраве собаки.

Таким образом, приемы субъективации бывают разные, можно по ним анализировать творчество современных авторов. В повести «Белый пароход» Чингиза Айтматова все имена героев являются приемами субъективации, помогающими лучше понять идейный замысел писателя.

Использованные источники:

1. Васильева С.П. Об антропоцентрическом принципе картины мира / С. П. Васильева // «Воспитание исторического и национального самосознания»:

Мат. рег. н-п. конф. – Канск: РИО КГПУ Филиал КГПУ им. В. П. Астафьева в г.Красноярске. – Красноярск, 2005. - С. 56 – 61.
2. Васильева С.П. Изучение языкового сознания методом ассоциативного эксперимента: этика (в соавт. С Жильцовой Т.П.) // Вестник Красноярского гос.пед.университета им. В.П. Астафьева. 2013. № 3 (25). С. 162 - 167.
3. Винокур Г.О. Поэтика. Стилистика. Язык и культура. – М., 1996. – 284 с.
4. Лукин В.А. Художественный текст: Основы лингвистической теории и элементы анализа. – М., 1999. - С.132.
5. Полякова Г. Предание о Рогатой матери-оленихе в “Белом пароходе” Чингиза Айтматова. - М., Индрик, 1999.
6. Сабирова В.К., Сабиралиева З.М., Козубекова М.К. Концепт кыргыз/киргиз» в ментальном сознании: исторический срез. Журнал "Теория и практика современной науки". №4(4), 2015. - http://modern-j.ru/
7. http://bookinist.net/books/bookid-108742.html
8. https://www.livelib.ru/book/1000773308

Макарова Н.А.
студент 3 курса
факультет «Информационных систем и технологий»
Поволжский Государственный Университет
Телекоммуникаций и Информатики
Россия, г. Самара

СОВРЕМЕННЫЙ ВУЗ И ИНТЕГРАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ

Аннотация: В статье рассматривается развитие научной сферы при взаимодействии с современным образованием. Как известно, одной из главных задач государства сейчас является развитие экономики и создание новаций, чему способствует современный вуз, организовывая соответствующие мероприятия, центры и организационные формы. Также в статье затрагиваются основные цели интеграции образования и науки.

Abstract: the article discusses the development of the scientific sphere in interaction with a modern education. As you know, one of the main tasks of the state now is economic development and creation of innovations, which contributes to a modern University by organizing relevant activities, centers, and organizational forms. The article also addresses the major objectives of the integration of education and science.

Ключевые слова: интеграция, наука, образование, вуз, новации, технопарки, инкубаторы, венчурные компании, инновации.

Key words: integration, science, education, University, innovation, technology parks, incubators, venture capital firms, innovation

В современном мире университет является ядром развития науки. В передовых странах развитие науки в вузах приносит не малый доход и является источником прямых финансовых результатов, которые стимулируют развитие экономической сферы страны. [1]

Как известно, главной целью университета является передача обществу знаний для подготовки высококвалифицированных специалистов, основной ролью которых является удовлетворение потребностей экономики. Поэтому сегодня одной из главных задач государства является развитие фундаментальной науки в вузах страны, а также нацелить их на создание новаций.[1] Конечно, академическая наука не решает экономические вопросы, но ее открытия и достижения играют важную роль в инновационном и техническом развитии страны, а значит, и крайне важно касаются финансовой сферы.[6] [7]

Сейчас создаются множество организационных форм, многие из них строятся на базе вуза. Такие формы, как технопарки, бизнес-инкубаторы, исследовательские университеты и малые инновационные компании нацелены на развитие инновационной и технической сферы университета.[3] Для решения научно-технических проблем, подготовки научно-инженерных кадров с уклоном по определенной тематике создаются научно-учебные центры. Связующим звеном между вузом и наукой являются соответствующие мероприятия (SUMIT STARTUP ACCELERATOR) и центры(бизнес-инкубаторы), которые способствуют развитию инновационной сферы в университете, и которые являются мотивирующим фактором для студентов. Вследствие чего в стране возрастает развитие консалтинговых, венчурных и инвестиционных компаний.

Если говорить о негативных экономических явлениях, на которые следует обратить внимание и которые могут неким образом помешать интеграции науки и образования, то следует отметить такие явления как: дефицит финансовых средств, экономическая и социальная нестабильность, потеря научно-педагогических работников, снижение количества молодых кадров.[6]

Целью интеграции образования и науки в современном вузе является совместное использование потенциала образовательной и научной сфер деятельности в общих интересах.[2] Формы интеграции образования и науки были законодательно определены Федеральным законом от 01.12.2007 года № 308-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам интеграции образования и науки». В данный момент вследствие интеграции существует не только большое развитие технопарков, исследовательские университеты, НУЦ и т.п.,[4] но также идет реализация программы по привлечению в вузы страны ведущих ученых.[5]

Использованные источники:

1.Электронная энциклопедия знаний URL: http://pandia.org/text/79/099/36208.php

2. Электронное научно-техническое издание «Наука и образование» Эл.№ ФС 77-48211 URL: http://technomag.stack.net/doc/493595.html

3. Электронный журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории

и практики» URL: http://www.vipstd.ru/nauteh/index.php/---ep14-03/1177-a
4.Электронное издательство: «Креативная экономика» URL: http://www.creativeconomy.ru/articles/9307/
5. 8. Постановление Правительства РФ от 09.04.2010 года № 220 «О мерах по привлечению ведущих ученых в российские образовательные учреждения высшего профессионального образования» // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
6. Шудегов В. Е. Интеграция науки и образования как необходимое условие инновационного развития экономики России. Высшее профессиональное образование и кадровая политика в современной России // Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. 2006. N 25(313).
7. Некипелов А. Современное экономическое образование: интеграция академической науки и высшей школы // Мир перемен. 2006. N 1

Максимова Д.А.
студент 2 курс, магистратура
факультет «Гостинично-ресторанной, туристической и спортивной индустрии»
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова
Россия, г. Москва

ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

Инновационное развитие гостиничной индустрии, то есть внедрение новейших технологий построения бизнеса, обуславливает создание устойчивых конкурентных преимуществ предприятия. Современные инновационные процессы происходят практически во всех направлениях гостиничного бизнеса. Наиболее важное место в системе инновационных решений занимают новейшие методологии формирования стратегии развития.

Ключевые слова: инновационные стратегии развития; гостиничная индустрия; конкурентоспособность.

Abstract

Innovative development of the hotel industry, i.e. the implementation of the modern technologies of business construction, determines the need for the creation of sustainable competitive advantages. Modern innovative processes are almost in every aspect of the hotel business. Modern methodologies of the creation of the development strategy occupy one of the main places in the innovative decision's system.

Key words: innovative development strategies, hotel business, competitiveness.

Инновационное развитие туристской индустрии, внедрение новейших

технологий в туроператорскую и гостиничную деятельность обусловлено необходимостью создания конкурентных преимуществ, развития бизнеса в наиболее привлекательных сегментах туристского рынка. Еще Ф. Котлер отметил, что без постоянного внедрения новейших технологий, гениальных идей успешный гостиничный менеджмент и маркетинг невозможны86.

Важное место в системе инновационного развития гостиничного бизнеса занимают новые способы формирования стратегии развития. Европейский рынок гостиничной индустрии уже давно использует различные теоретические и практические разработки менеджмента и маркетинга, специальные менеджерские приемы по формированию рыночных стратегий конкуренции, планированию и реализации различных моделей гостиничного бизнеса, развитию рынка потенциальных покупателей, созданием оптимальной организационной структуры отеля и т. д. Однако для российского рынка до недавнего времени данные подходы были недоступны. Но оценив их результативность, отечественные гостиницы с в ускоренном темпе начали применять их.

К примеру, CRM (Customer relations management), KAM (Key account management) и KAISM (Key account identification &certification matrix), стратегия «гибких цен», спин- и апгрейд-продажи, стратегии качества TQM, «6 – сигм» и другие активно используются современными американскими, французскими, немецкими гостиничными компаниями. Данные стратегии значительно повышают уровень конкурентоспособности предприятия не только на локальном рынке, но и на мировом.

Стратегия ***CRM (Customer relationship management),*** которой пользуются многие гостиничные предприятия, помогает построить устойчивые отношения с потенциальными клиентами на долгосрочной перспективе. Центральное место в стратегии у CRM занимает удовлетворенность потребителя.

Стратегии KAM (Key account management) и ***KAISM (Key account identification & certification matrix),*** выдвинутые П. Чевертоном, созданы для того, чтобы идентифицировать и сформировать, так называемого ключевого клиента, таким образом создать гостинице стабильно работающий сегмент потребительского рынка87. Многие отели расстраивают управление ключевыми клиентами как важнейшую составляющую их стратегического развития: именно такой менеджмент превращает систему отношений с клиентами в основное конкурентное преимущество.

Матрица ***«KAISM»*** показывает, где можно искать ключевых клиентов, позволяет оценивать критерии идентификации ключевых клиентов, дает возможность идентифицировать критерии отбора, связанные с

---

[86] *Котлер Ф., Триас де Без Ф*. Новые маркетинговые технологии. Методики создания гениальных идей / Пер. с англ. Под ред. Т.Р.Тэор. – СПб,: Издательский Дом “Нева”. – 2004. – 645 с.

[87] ***Чивертон П.*** **Теория и практика современного маркетинга: Полный набор стратегий, инструментов и техник. – М.:ФАИР-Пресс. –2002. – 384 с.**

долгосрочными деловыми целями, позволяет распознать потенциальных клиентов, помогает понять покупательское восприятие конкурентных преимуществ и т. п.

Вышеперечисленные стратегии внесли определенный вклад в развитие гостиничной индустрии, однако, они не идут ни в каком сравнение с тем, какие возможности открыл Интернет. Мобильные технологии, виртуальные офисы отелей, дистрибьюция в электронных системах бронирования и продаж, продвинутый гостиничный провайдинг, подключение к системам продвижения на мировые рынки через интернет-каналы, электронные системы управления лояльности клиентов создали новые условия для ведения бизнеса на мировом рынке.

Сегодня трудно представить работу гостиничных служб без интернет-технологий. В первую очередь это касается автоматизированных систем управления отелем, продвижения услуг через интерактивный сайт, предоставления гостям выхода в высокоскоростной Интернет непосредственно из номера.

Представители международных отельных цепей первыми осознали необходимость в такой услуге. Уже в начале 2000 г. они стали проводить в своих номерах как проводную, так и беспроводную сеть Интернет. Это нововведение коснулось не только пяти- и четырехзвездных гостиниц в столицах, но и всех провинциальных городов Европы, Северной Америки и курортов. Отельеры в борьбе за клиента всегда были готовы вкладывать большие средства для оптимизации процесса управления гостиницами и удовлетворения запросов клиентов, связанных с информационными технологиями. Однако Интернет стал не только самым эффективным средством достижения лояльности клиентов, но и существенно снизил затраты отелей.

Особенно ценны для маркетинговой стратегии гостиницы информационные ресурсы Интернета, обеспечивающие динамичное информационное управление потребительским рынком и возможность представлять себя в глобальных (GDS) и/или альтернативных (ADS) системах бронирования. Благодаря этому, отели в настоящее время пользуются доступом к максимально широкому набору каналов продаж. Электронные системы бронирования в режиме B2B и B2C обеспечивают интерактивный канал прямого выхода на потребительский рынок, позволяют отелям существенно изменить систему индивидуальных и корпоративных продаж, а также тарифных планов, расширить уровень прямых продаж, обеспечивают точность выполнения заказов в режиме реального времени, ускоряют процесс продаж, и более того, снижают риски.

Благодаря Интернету в настоящее время появились современные электронные системы управления (PMS или АСУ), которые создали новый механизм менеджмента и оптимизировали внутренние коммуникационные взаимоотношения между департаментами, сняли проблему рутинной

бумажной логистики и бухучета, оформления клиентов и т. д. Но главная их заслуга заключается в автоматизации операционной деятельности, интеграции всех систем отеля с внешними структурами (АТС, СКУД, GDS, телевидение, Интернет и т. д.), в создании нового формата взаимодействия с клиентами в системе онлайн. В настоящее время реализуется множество систем электронного управления отелем, и, выбирая одну из них, необходимо выяснить, насколько она адаптируема с теми инновационными продуктами IT, которые уже становятся необходимостью гостиничного производства. На данный момент основная инновация в сфере автоматизированных систем управления – технологии, когда сотрудник маркетингового департамента отеля напрямую обращается к веб-сервису и может получить всю информацию о ситуации на рынке, конкурентах, своем отеле в сети.

Процесс инновационного развития гостиничного рынка обширен. В данной статье рассмотрены лишь некоторые из его современных новинок, касающихся, прежде всего, стратегического развития. Растущая конкуренция в российском бизнесе обязывает гостиничные предприятия идти в ногу со временем, внедрять новые технологии управления, чтобы сохранять свои клиентов и нишу рынка.

Использованные источники:

1. *Котлер Ф., Триас де Без Ф*. Новые маркетинговые технологии. Методики создания гениальных идей / Пер. с англ. Под ред. Т.Р.Тэор. – СПб,: Издательский Дом “Нева”. – 2004. – 645 с.
2. *Чивертон П*. Теория и практика современного маркетинга: Полный набор стратегий, инструментов и техник. – М.:ФАИР-Пресс. –2002. – 384 с.
3. Эделинк: Автоматизация управления гостиницами [электронный ресурс]. – URL: www.edelink.ru.
4. Microsoft Corporation: Официальный сайт [электронный ресурс]. – URL: www.microsoft.com.

Малахов А.В.
студент - магистрант 1 курса
кафедра «Экономики и финансового менеджмента»
Есаков М.М.
доцент
кафедра «Экономики и финансового менеджмента»
Рязанский государственный радиотехнический университет
Россия, г. Рязань

ПОНЯТИЕ РАЗДЕЛЬНОГО УЧЕТА ЗАТРАТ И ЕГО ПРИМЕНЕНИЕ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ОБОРОННОМУ ЗАКАЗУ

В настоящее время совершенствованию системы ценообразования на государственные оборонные заказы уделяется много внимания. Это связано с тем, что на безопасность и оборону страны выделяются огромные ресурсы.

Основным направлением в области совершенствования ценообразования в России является организация раздельного учета затрат на государственных предприятиях.

Раздельный учет затрат представляет собой упорядоченную систему сбора, регистрации и распределения учетной информации о расходах, связанных с выполнением государственного оборонного заказа головным исполнителем (исполнителями).

Прежде чем перейти к описанию раздельного учета затрат необходимо дать определение следующим понятиям:

- Под государственным оборонным заказом, понимают установленное нормативно – правовым актом задание на поставки товаров, выполнения работ, оказание услуг, для федеральных нужд в целях обеспечения обороны и безопасности Российской Федерации.
- Головной исполнитель – юридическое лицо, созданное в соответствии с законом Российской Федерации и заключившее с государственным заказчиком государственный контракт по оборонному заказу.
- Исполнитель, участвующий в поставках продукции по государственному оборонному заказу – лицо, входящее в кооперацию головного исполнителя и заключившее контракт с головным исполнителем.

Процесс осуществления раздельного учета затрат представлен на рис.1 и имеет следующие особенности:

1. Государственный заказчик назначает уполномоченный банк, через который будут проводиться все финансовые операции при выполнении государственного оборонного заказа.
2. Уполномоченный банк открывает счет, по которому будут проводиться транзакции оплаты, относящиеся только к одному определенному государственному заказу.
3. Головному исполнителю (исполнителям) государственного оборонного заказа необходимо разделить все свои расходы на наименьшие составляющие и только потом оплачивать их через строго определенный счет в уполномоченном банке.

Как видно из рис.1 головной исполнитель (исполнители) проводят все свои расходы на реализацию государственного заказа через уполномоченный банк. Государственный заказчик в любой момент времени может обратиться, как контролирующий орган, в уполномоченный банк и получить отчет, на что были потрачены средства.

Особенностью раздельного учета затрат является обязательная проводка через специальный счет в уполномоченном банке лишь прямых затрат. Под прямыми затратами понимают те затраты, которые могут быть непосредственно перенесены на определенный вид деятельности.

Процесс определения и утверждения стоимости государственного заказа состоит из следующих этапов:

1. Государственный заказчик определяет приблизительную стоимость государственного заказа и рассылает смету возможным головным исполнителям.

2. Головные исполнители анализируют смету, при необходимости вносят свои корректировки и высылают обратно государственному заказчику.

3. На основании анализа предложенных цен государственный заказчик устанавливает цену государственного оборонного заказа.

Рис.1 Общий алгоритм раздельного учета затрат.

Практическое применение раздельного учета затрат при выполнении государственного оборонного заказа было найдено на этапе ценообразования.

Один из способов определения государственным заказчиком изначальной стоимости нового государственного заказа является метод индексации.

Путем индексации цен на комплектующие, которые были использованы в предыдущем или аналогичном государственном заказе, государственный заказчик может установить новую цену государственного контракта, с учетом динамики цен.

Еще одно явное преимущество раздельного учета затрат состоит в прозрачности проведения всех транзакций оплаты. Государственный заказчик в любой момент времени может отправить запрос в банк о том, покупка каких комплектующих оплачивались с данного счета.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 275-ФЗ "О государственном

оборонном заказе".
2. Федеральный закон от 29.06.2015 N 159-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О государственном оборонном заказе" и отдельные законодательные акты Российской Федерации".
3. Постановление Правительства РФ от 04.11.2006 N 656 "Об утверждении Правил определения начальной (максимальной) цены государственного контракта, а также цены государственного контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем)"

Малахов А.В.
студент - магистрант 1 курса
кафедра «Экономики и финансового менеджмента»
Есаков М.М.
доцент
кафедра «Экономики и финансового менеджмента»
Рязанский государственный радиотехнический университет
Россия, г. Рязань

УЧЕТ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАТРАТ В РОССИИ И МИРЕ

В различных странах мира применяется различные методы учета производственных затрат. Существует ряд параметров, которые оказали влияние на организацию учета затрат в различных странах. К ним относятся:

1. Правовая система.

Выделяют страны:

- Сразветвленной системой законодательства .
- С общей ориентацией законов.

В странах с разветвленной системой законодательства, законы строго определены. Обычно в таких странах правила учета затрат определены на уровне законов, имеется подробный алгоритм учета и система контроля за его соблюдением. К таким странам можно отнести Германию, Италию, Японию, Россию.

В странах с общей ориентацией законов физические и юридические лица имеют большую свободу ведения учета. На законодательном уровне, в таких странах, определены лишь общие правила ведения учета. К таким странам относят: США, Австралия.

2. Финансовая система.

Финансовая система страны так же серьезно влияет на ведение учета производственных затрат. Произошедшая в Великобритании и США промышленная революция привела к увеличению национального богатства. Это привело к тому, что в данных странах резко возросло число инвесторов, а владельцы компаний все больше отдалялись от их управления, передавая его профессионалам. При данном подходе управленцев финансовые

показатели стали важнейшими показателями уровня развития компании.

Рассмотрим учет затрат на примере Японии. Крупные компании в Японии всегда состоят в объединениях с монополистическим типом управления, представляющих из себя акционерные общества. Бухгалтерия каждой компании делят на финансовую и производственную. Финансовая бухгалтерия занимается учетом доходов и расходов, активами, составляет итоговый баланс источников средств и их использование. Производственная бухгалтерия рассредоточена по различным отделам одной компании. Она занимается расчетами нормативов затрат, учет расходов по видам деятельности и формирование норматива, составление калькуляции и отчетов о производственных издержках.

Основное правило выживание Японских компаний – уменьшение издержек производства на 10-20% в отличии от США или Германии. В первую очередь это связано с ограниченными ресурсами страны. На каждом предприятии в Японии есть структура, которая следит что бы издержки не превышали определенный уровень. Дополнительно вводятся меры по уменьшению издержек. Именно поэтому в Японии самая низкая заработная плата.

Далее рассмотрим систему учета в США. Она получила название GAAP и представляет из себя общепринятые принципы ведения учета. Данная система включает в себя более 300 нормативных документов, поэтому даже поверхностное знакомство с ней может быть достаточно трудоемко (некоторые документы слишком объемные). Отличительной особенностью GAAP является то, что она, в отличии от той же России или Японии, была создана не государственными органами, а неправительственными организациями.

Основным отличием системы GAAP является её открытость. Несмотря на то, что многие акты, включенные в эту систему объемны и непросты в понимании, любая страна мира может интегрировать отдельную часть этой систему в свою систему учета. В отличии от других систем учета, применяемых в различных странах, система GAAP имеет четкий алгоритм на каждое действие и не предоставляет никакого выбора.

Далее рассмотрим организацию учета во Франции. Основной особенностью организации бухгалтерского учета в этой стране является национальный план счетов PCG. Он представляет собой документ, содержащий план счетов, инструкции по их заполнению и формы бухгалтерской отчетности. PCG состоит из трех титулов, каждый из который разделен на главы:

1. Титул 1 «Общая систематизация, терминология, свод счетов»
- Глава 1 – Общие принципы PCG
- Глава 2 – толкование 183 терминов
- Глава 3 – свод счетов
2. Титул 2 «Финансовый учет»

- Глава 1 – правила оценки учетных объектов
- Глава 2 – правила составления отчетности
- Глава 3 – учет специфических операций
- Глава 4 – методология консолидации

3. Титул 3 «Управленческий учет»

- Глава 1 – понятия управленческого учета
- Глава 2 – концептуальные основы и сфера применения
- Глава 3 – использование класса счетов

Использованные источники:

1. Гомонко, Э. А. Управление затратами на предприятии: учебник / Э.А. Гомонко, Т.Ф. Тарасова. - Москва: КноРус, 2012. – 313 с.
2. Лабзунов, П. П. Управление ценами и затратами в современной экономике / П. П. Лабзунов. - Москва: Книжный мир, 2013. – 287 с.
3. Бабаев Ю. А. Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции (работ, услуг) : учеб.-практ. пособие. - 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Вузовский Учебник : ИНФРА-М, 2014. - 188 с.

Малышев А.А., к.э.н.
доцент
кафедра маркетинга и экономической теории
Торкина А.А.
студент группы МЕН-41 «Менеджмент»
Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «МЕРКУРИЙ»

Аннотация

В данной статье рассматриваются теоретические подходы продвижения товаров предприятия, проведено маркетинговое исследование потребительских предпочтений и разработана программа продвижения, которая включают в себя: рекламное продвижение ООО «МЕРКУРИЙ»(воды кавказа) (биллборд, призматрон, транзитная реклама, реклама на телевидении, и радио реклама); стимулирование сбыта (раздача бесплатных купонов); организация PR-мероприятий (спонсорство и организация соревнований между семьями с детьми).

Ключевые слова: продвижение, программа продвижения товаров, маркетинговые исследования.

Alexey Malyshev
Penza State University of Architecture and Construction
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Marketing and Economic Theory

Torkin Alyona Alekseevna
Penza State University of Architecture and Construction
Student groups MEN-41 "Management"

DEVELOPMENT PROGRAM PROMOTION COMPANY JSC "ISTOK"

Abstract

This article discusses the theoretical approaches promote enterprise products marketing research of consumer preferences and developed promotion program, which include: advertising promotion of "Mercury" (water Caucasus) (billboard, prizmatron, transit advertising, television advertising, and radio advertising); sales promotion (distribution of free coupons); organization of PR-activities (sponsorship and organization of competitions between families with children).

Рубрика : 08.00.00 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Новые условия организации и ведения бизнеса требуют внедрения принципиально новых программ продвижения компании на рынке.

В связи с этим, актуальность данной темы очевидна: для того, чтобы предприятия могло выжить в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать положение на рынке, как своего предприятия, так и существующих потенциальных конкурентов, что бы в дальнейшем предвидеть уровень спроса на свою продукцию.

Существует несколько определений понятия «продвижение». Рассмотрим несколько из них: (см таблица 1)

Таблица 1

Подходы к определению «продвижение»

Автор	Год	Определение
Гольдштейн Г.Я. Катаев А.В	1999	Продвижение - любая форма сообщений, используемых фирмой для информации, убеждения или напоминания людям о своих товарах, услугах, образах, идеях, общественной деятельности и их влияния на общество.
Зернова Т.В	2007	Продвижения услуг – это алгоритм информационных и побуждающих действий, осуществляемых производителями и дистрибьюторами, эффект которых направлен на стимулирование продаж.
Моргось Н.Б	2010	Продвижение - элемент маркетинговой структуры, который обеспечивает связь ключевых маркетинговых посланий с целевыми аудиториями.
Соловьев Н.	2014	Продвижение – это план действий по стратегическому развитию бренда, который включает в себя перечень каналов и инструментов коммуникаций, с помощью которых преимущество

		бренда будет донесено до потребителя».

Таким образом, можно сформировать общее определение «продвижения» - совокупность самых разных мер, усилий, действий, предпринимаемых производителями, продавцами товара, посредниками в целях повышения спроса, увеличения сбыта, расширения рыночной доли товара.

Итак, спрос - это один из главных критериев эффективной работы предприятия.

Для решения проблемы низкого спроса на продукцию предприятия необходимо провести маркетинговое исследование, что позволит выявить проблему низкого спроса на выпускаемую продукцию[4 с.154].

В качестве основного метода исследования было выбрано анкетирование. Разработана анкета, которая состоит из 25 вопросов и разделена на 3 раздела[6 с. 137]:

1. Оценка отношения потребителей к предприятию
2. Исследование основных инструментов продвижения товаров предприятия «Меркурий».
3. Паспортичка

Выборка исследования определялась следующим образом, для начала определена генеральная совокупность, которая равна количеству жителей г. Пензы на данный момент. [1 с. 87] В городе Пензы проживает 522 823 чел. Из них численность трудоспособного населения составляет – 58,5%. По возрасту от 18 до 54 - 287 097, Таким образом, генеральная совокупность равна = 287 097. А выборка=165 человек. [2] Выборка рассчитывалась по формуле 1: Ошибка выборки =5%. Доверительная вероятность составляет 95%.

$$n = \frac{s^2 z^2}{e^2} = \frac{100^2\ 1{,}96^2}{10^2} = 165, \qquad (1)$$

где n — объем выборки;

s — среднеквадратическое отклонение равно 100;

Z — нормированное отклонение, определяемое исходя из выбранного уровня доверительности (таблица 2);

e — допустимая ошибка (уровень точности).

В исследование приняло участие 165 человек из них 67% женщин и 33% женщин. Возраст респондентов в основном 20-25 лет (35%) и 26-35 лет (45%). 46- 55 лет (10%). Семейное положение в основном все респонденты замужем (женаты). Доход от 15-30 тыс. руб. (57%). Образование высшее.

В результате данного исследования удалось выяснить следующее:

- потребители знают о компании ООО «Меркурий»;

Рисунок 1 – Оценка узнаваемости о компании ООО «Меркурий», в %.

- наивысшею оценку, получили такие характеристики, надежность компании и качество;
- качество товара компании ООО «Меркурий» респонденты оценили как высокое;
- больше всего в продукции компании респондентов привлекает вкус товара, а не устраивает цена товара;
- ООО «Меркурий» ассоциируется у потребителей, с надежностью, и с тем, что в компании вкусные напитки;
- респонденты слышали рекламу компании ООО «Меркурий» и данная реклама вызывает положительные эмоции у респондентов;
- уровень удовлетворенности от покупок товара компании ООО «Меркурий» у респондентов - средний;
- практически все респонденты покупают газированные и негазированные напитки, в основном они предпочитают лимонады и минеральные воду Кубай и Пилигрим
- потребители покупают продукцию компании, но не чаще чем раз в месяц или раз в 2 недели. В основном они покупают газированные напитки и газированную воду
- на покупку потребителя при выборе безалкогольных напитков влияет цена и вкусовые характеристики;
- дизайн товара именно продукции ООО «Меркурий» оценивают как, современная упаковка, привлекает внимание.

Рисунок 3 – Характеристика дизайна упаковки ООО «Меркурий», в %.

Кроме того, в результате проведенного исследования разработана программа по повышению спроса на товар[5 с. 90]:

1. Увеличить объемы продаж по некоторым группам товаров.
2. создание системы накопительных скидок;
3. внедрение программы «Супер бонус»;
4. выпуск каталогов, которые рассказывают о продукции;
5. организация клуба постоянных клиентов.

Программа по продвижения ООО «Меркурий» будет включать в себя несколько этапов(табл. 2)[3 с. 109]:

Таблица 2

Программа по продвижения ООО «Меркурий»

№	Мероприятие	Краткое описание	Сроки реализации
1.	Рекламное продвижение ООО Меркурий	Биллборд, призматрон, транзитная реклама, реклама на телевидении, и радио реклама);	3 месяца
2.	Стимулирование сбыта	Раздача бесплатных купонов;	3-5 месяцев
3.	Организация PR-мероприятий	Спонсорство и организация соревнований между семьями с детьми).	5 месяцев

Таким образом, разработанная система мероприятий для ООО «Меркурий» является привлекательной и с финансовой, и с маркетинговой точки зрения, позволит предприятию выйти из кризиса и улучшить все показатели финансовой деятельности.

Использованные источники:

1. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 320 с.
2. Демографическая ситуация в Пензенской области за 12 месяцев 2014 года // http://miac.penza.net/node/1057

3. Маркетинговое исследование: пошаговый процесс / Дашкевич Р.А. – Минск, 2010. – 225 с.
4. Малышев А.А. Востребованность в экопродукции населением Пензенской области // Современные научные исследования и инновации – 2015 - № 4-3 - с. 162-167
5. Малышев А.А Разработка рекомендаций по развитию эколого-социального маркетинга на примере Пензенской области // Маркетинг в России и за рубежом – 2013 - № 2 - с. 87-95
6. Малышев А.А. Методологические подходы к исследованию факторов устойчивости эколого-экономической системы // Известия высших учебных заведений – 2013 - № 1 - с. 136-145

Маркина А.Н.
студент 3 курса магистратуры
Рязанский государственный радиотехнический университет
Россия, г. Рязань

АЛГОРИТМ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ СОТРУДНИКОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Статья посвящена вопросам профессиональной адаптации производственного персонала. В ней рассматриваются основные мероприятия, необходимые при адаптации новых сотрудников. Основным моментом данной работы является разработанный алгоритм профессиональной адаптации, доступный для применения на любых предприятиях.

Ключевые слова: профессиональная адаптация, организация процесса адаптации, наставничество, вновь принятый сотрудник, последовательность адаптационных мероприятий.

Для каждого вида адаптации существуют свои методы ее реализации. В связи с тем, что профессиональная адаптация присуща как первичной, так и вторичной адаптации, а при вторичной даже выходит на первый план, хотелось бы уделить ей особое внимание.

Стоит отметить, что профессиональная адаптация не имеет конечного момента завершения, это объясняется тем, что развитие производственных систем не стоит на месте - на современных предприятиях происходят постоянные процессы техперевооружения, оснащения новыми программами, системами, использованием новых методик и т.д. Все это приводит к тому, что сотрудникам приходится постоянно адаптироваться к новым требованиям, новым профессиональным задачам, которые требуют от них дополнительных знаний и умений.

В учебной литературе, интернет-источниках, методических пособиях представлен широкий спектр мероприятий, направленных на организацию процесса адаптации в целом. Они изобилуют всевозможными методами и

приемами, и чаще всего эти мероприятия представлены отдельно, не связанно между собой. В данной работе я хотела бы акцентировать внимание, на мероприятиях, направленных на реализацию именно профессиональной адаптации сотрудников, и предложить алгоритм организации данного процесса для крупных предприятий, в котором будет наглядно представлена очередность наиболее значимых мероприятий адаптации.

Предлагаемый мною алгоритм представлен в таблице №1 и может быть применен для любой категории сотрудников.

Таблица №1 – Алгоритм организации профессиональной адаптации сотрудников.

№ п.п.	Наименование этапа	Содержание	Примечание
1	Разработка нормативных документов	Перед началом адаптации, до выхода нового сотрудника на работу, должны быть разработаны все необходимые локально-нормативные документы: положения, общая программа адаптации, программа адаптации на конкретной должности,	Данные документы и материалы, как правило, разрабатываются при организации процесса адаптации в целом, и носят общеобязательный характер. Т.к. эти документы предназначены не для
		памятка новому сотруднику, раздаточные материалы и т.д.	конкретного сотрудника, их разрабатывают один раз, и при необходимости редактируют.
2	Выявление имеющихся знаний и умений	До начала адаптации необходимо выявить уровень знаний и умений сотрудника в его будущей сфере деятельности.	Существуют разные способы определения уровня знаний: - собеседование с руководителем, где в устной форме определяется уровень
			знаний; - тестирование (анкета составляется совместно с руководителем отдела и ведущими специалистами); - выполнение конкретного задания в соответствии с должностными

			обязанностями и др.
3	Определение метода профессиональной адаптации	В зависимости от того на каком уровне знаний и умений находится сотрудник выбирается наиболее оптимальный метод профессиональной адаптации.	Возможно, наставник не обладает всей необходимой информацией или сотруднику необходимо обучиться работе в определенной программе и т.д. В этом случае, может быть принято решение о направлении сотрудника на семинары, курсы повышения квалификации и т.д.
4	Выбор и закрепление наставника	Наставник назначается руководителем подразделения из числа наиболее квалифицированных и опытных сотрудников и официально закрепляется за новым работником.	Назначение наставника осуществляется изданием приказа по предприятию или распоряжением по подразделению
5	Реализация запланированных мероприятий	В соответствии с программой адаптации в указанные сроки должны быть проведены все указанные в ней мероприятия.	
6	Отчетность	- дневник адаптируемого; - отзыв наставника; - отзыв руководителя.	В дневнике должны быть представлены отметки о прохождение всех этапов адаптации, в соответствии с программой,

			подтвержденные наставником или иными ответственными лицами. По окончании адаптации наставник и руководитель предоставляют отзыв на сотрудника, где отмечают профессиональный уровень. адаптируемого, полученные знания, умения, дают характеристику его возможностям в данной сфере деятельности
8	Экзамен, по результатам которого принимаются решения о дальнейших действиях.	Экзамен принимает комиссия, в состав которой входят: - руководитель подразделения, - наставник, - представитель отдела, ответственного за адаптацию, - представитель отдела кадров.	По результатам экзамена могут быть даны рекомендации о продлении срока адаптации, наставничества, составлен план мероприятий, необходимых для реализации новым сотрудником и т.д.

Указанные в представленном выше алгоритме мероприятия, должны проводиться в период испытательного срока сотрудника.

Предложенный алгоритм процесса профессиональной адаптации может использоваться как сотрудниками кадровой службы, так и руководителями подразделений. Он применим как при первичной, так и при вторичной адаптации для любой категории сотрудников и служит основой для организации процесса адаптации сотрудника.

Использованные источники:
1. Зайцева Т.В. Управление персоналом: Учебник / Т.В. Зайцева, А.Т. Зуб. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с.
2. Кибанов А. Я. Как уменьшить стартовые издержки? Об управлении трудовой адаптацией / А. Я. Кибанов // Кадровик. – 2014. – № 2. – С. 4-18.
3. Митрофанова Е.А. Управление персоналом: Теория и практика. Компетентностный подход в управлении персоналом: Учебно-практическое пособие / Е.А. Митрофанова. - М.: Проспект, 2013. - 72 с.

Матвеева О.Д.
магистрант 1 курса
факультет «гостиничной, ресторанной, туристической и спортивной индрустрии»
РЭУ им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Москва

ОЦЕНКА И КОНТРОЛЬ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА НА ГОСТИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы оценки и контроля персонала, их важность и необходимость в эффективном развитии гостиничного предприятия. Важность оценки и контроля персонала обуславливается высокой степенью зависимости качества гостиничных услуг от человеческого фактора.

Abstract. The article is devoted to the evaluation and control of personnel, its role and importance in the efficient functioning of a hotel. The control of personnel is important as the service quality depends on the human aspect.

Ключевые слова: персонал, оценка и контроль персонала, гостиничные услуги.

Keywords: personnel, the evaluation and control of personnel, lodging services.

В гостиничном бизнесе кадровый потенциал играет ключевую роль в поддержании и улучшении качества предоставляемых услуг. От знаний, квалификации и опыта персонала зависит, в какой степени и как качественно будут удовлетворены потребности и запросы гостей. С повышением конкуренции на рынке гостиничные предприятия становятся более заинтересованными в квалифицированных специалистах, а также в долгосрочном использовании человеческих ресурсов. Поэтому вопрос контроля работы персонала в сфере услуг и в гостиничном бизнесе в частности можно считать актуальным.

Объектом исследования является персонал гостиницы. Предметом исследования – оценка и контроль персонала гостиницы.

Цель работы: научно обосновать значимость оценки и контроля работы персонала.

Исходя из поставленной цели, можно поставить следующие задачи

исследования:

1) определить роль кадровой службы в управлении персоналом на гостиничном предприятии;

2) рассмотреть понятие оценки персонала;

3) рассмотреть способы повышения результативности трудового потенциала;

4) изучить роль кадровой службы в проведении оценки и контроля персонала.

Управление персоналом можно определить как управление компетенцией гостиничного предприятия с реализацией на практике ее приобретения, стимулирования и развития в настоящем и будущем.88

В реализации контроля персонала важную роль занимает кадровая служба. Так как контроль подразумевает не просто контролирование результатов деятельности, но само управление персоналом, стоит рассмотреть основные функции работы кадровой службы на гостиничном предприятии. Оценка и контроль работы имеют место в каждой из следующих функций.

1. Формирование кадрового потенциала. Контроль начинается с качественного подбора, отбора и найма персонала. Для более точной оценки кандидатов разрабатываются различные анкеты и тесты, формируется список вопросов для интервью, а также разрабатываются требования к должности и классификаторы процессий. Отдел кадров должен определять, сколько специалистов и в какое время потребуется гостинице и какими качествами они должны обладать, чтобы не только поддерживать и улучшать качество предоставляемых услуг, но и повысить конкурентоспособность предприятия.

2. Адаптация персонала. Отделом кадров разрабатываются различные материалы о деятельности гостиницы, которые предоставляются новым сотрудникам для изучения в первые дни работы. Несмотря на то что основная часть процесса адаптации проходит на рабочем месте от отделе нового сотрудника, контроль за получением и усваиванием информации проводит всё же кадровая служба.

2. Использование кадрового потенциала. Для эффективного использования и управления человеческими ресурсами разрабатывается штатное расписание, положения о персонале и мотивации персонала.

3. Развитие кадрового потенциала. На предприятиях создаются специальные планы повешения квалификации и переподготовки компании, во многих гостиницах проводят специальные курсы по иностранным языкам. А также в определенные рубежные периоды проводят тестирование на усваивание полученной информации о гостинице и занимаемой должности.

4. Мотивация и стимулирование персонала. Основой качественной

[88] Титиевская Е.М., Никольская Е.Ю. «Специфика формирования и оценки кадрового потенциала гостиничного предприятия»

работы персонала является осознание им цели работы, важности своей должности, а также желание исполнять свои обязанности. Эффективная система мотивации и стимулирования персонала способна снизить уровень текучести кадров, а также процент неявок на работу по неуважительным причинам.

Реализуя данные функции, кадровая служба стремится к выполнению важнейшей задачи руководства персоналом – достижению наивысшей результативности работников. Для повышения результативности используются следующие методы:

- улучшаются условия работы персонала;
- совершенствуется система адаптации персонала;
- работники вовлекаются в процесс принятия решений и обсуждения проблем;
- применяется гибкая система вознаграждений;
- создается справедливая система оценки работы персонала, при которой учитывается не только индивидуальная работа, но и вклад каждого в коллективный результат.

Целью оценки персонала является изучение степени подготовленности работника к выполнению именно того вида деятельности, которым он занимается, а также выявление уровня его потенциальных возможностей для определения перспектив профессионального и должностного роста. 89

Для повышения результативности трудового потенциала компании кадровой службе приходится прибегать к совершенствованию системы оценки работы персонала. Для начала необходимо разработать систему единых стандартов поведения на рабочем месте, способствующую установлению благоприятного климата в организации, а также достижению взаимопонимания между сотрудниками различных отделов. Также, необходимо разработать систему стандартов качества выполняемых работ и системы вознаграждения за те или иные достижения. Каждый сотрудник должен понимать, что является конечной целью его работы, как он должен выполнять поставленные перед ним задачи и какое вознаграждение он получит за успешное решение всех поставленных перед ним задач.

Более того, кадровая служба должна определить критерии оценки работы сотрудников, а также промежутки проведения контроля. Необходимо следить за успешной адаптацией сотрудников, для этого служба персонала может разрабатывать специальные анкеты и тестовые бланки, одинаковые для всех сотрудников или различающиеся по отделам, которые включают основные знания и навыки, требующиеся от сотрудников. Такие тестирования и анкетирования могут проводиться через неделю, месяц, три месяца или другие периоды после начала работы нового сотрудника. Также, необходимо проводить такие оценочные исследования среди уже

[89] Павлова М., Никольская Е.Ю. “Особенности системы управления персоналом индустрии гостеприимства»

работающих сотрудников для определения их эффективности работы, а также потенциала для карьерного роста.

С помощью оценки персонала возможна проверка выполнения должностных обязанностей сотрудниками, а также выявление сильных сторон сотрудников на отдельных участках работы, что при грамотной организации труда может привести к росту производительности. Также, оценка персонала помогает руководителям проводить процедуры внутренней реорганизации. Таким образом, оценка персонала может считаться одним из важнейших инструментов при разработке и реализации эффективной системы управления кадрами и всем гостиничным предприятием.

Использованные источники:

1. Ковалева Н.И. Никольская Е.Ю. Повышение качества гостиничных услуг на предприятиях индустрии гостеприимства, Научный Вестник МГИИТ, 2015, No3, С. 6-14
2. Никольская Е.Ю. Стратегическое управление персоналом в индустрии гостеприимства. Сборник статей международной научно-практической конференции. 2016, с.135-139
3. Никольская Е.Ю. Андросова А.А. Особенности мовременных методов управления персоналом на гостиничных предприятиях. Сборник материалов международного научного е-симпозиума. под редакцией М.Д. Эльдиева. 2015, с. 60-70.
4. Павлова М., Никольская Е.Ю. Особенности системы управления персоналом в индустрии гостеприимства. Журнал «Аэтерна» (Уфа), 2016, с. 174-182.
5. Титиевская Е.М., Никольская Е.Ю. Специфика формирования и оценки кадрового потенциала гостиничного предприятия. Вестник самарского государственного экономического университета, 2016, с 106-111.

Митина И.А., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» (ДГТУ)
Митин Н.С.
студент 5 курса
учетно – экономический факультет
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
Россия, г. Ростов – на - Дону

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ МАКРОУРОВНЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются существующие варианты инновационного развития национальной экономики на среднесрочный период и характеризуются условия возможной их реализации.

Ключевые слова: инновационное развитие; стратегические направления инновационного развития; целевые индикаторы инновационного развития; варианты инновационного развития национальной экономики.

Существующие в настоящее время приоритеты инновационного развития национальной экономики требуют системного подхода к их осуществлению, возможного в рамках реализации на практике Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. Данная Стратегия разработана на основе положений Концепции долгосрочного социально-экономического развития страны на тот же период в соответствии с Федеральным законом «О науке и государственной научно-технической политике».

Стратегия задает ориентиры развития субъектам инновационной деятельности, а также ориентиры финансирования сектора фундаментальной и прикладной науки и поддержки коммерциализации разработок.

Следует отметить, что в настоящее время ключевой проблемой развития национальной экономики является в целом низкий спрос на инновации, а также его неэффективная структура - избыточный перекос в сторону закупки готового оборудования за рубежом в ущерб внедрению собственных новых разработок. Ни частный, ни государственный сектор не проявляют достаточной заинтересованности во внедрении инноваций. Как следствие, уровень инновационной активности предприятий значительно уступает показателям стран - лидеров в этой сфере.

Стратегия корректирует наиболее существенные недостатки проводимой ранее государственной инновационной политики и смещает акценты с наращивания общих объемов поддержки по всем составляющим национальной инновационной системы на решение критических для инновационного развития проблем.

В данной связи основными задачами Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, являются:

- развитие кадрового потенциала в сфере науки, образования, технологий и инноваций;
- повышение инновационной активности бизнеса и ускорение появления новых инновационных компаний;
- максимально широкое внедрение в деятельность органов государственного управления современных инновационных технологий;
- формирование сбалансированного и устойчиво развивающегося

сектора исследований и разработок;

- обеспечение открытости национальной инновационной системы и экономики;

- интеграции России в мировые процессы создания и использования нововведений;

- активизация деятельности по реализации инновационной политики, осуществляемой органами государственной власти субъектов Российской Федерации и муниципальными образованиями.

Реализация Стратегии основывается на следующих принципах:

- тесное взаимодействие государства, бизнеса и науки как при определении приоритетных направлений технологического развития, так и в процессе их реализации;

- обеспечение инвестиционной и кадровой привлекательности инновационной активности;

- прозрачность расходования средств на поддержку инновационной деятельности;

- стимулирование конкуренции как ключевой мотивации для инновационного поведения (в том числе в секторе исследований и разработок).

Таблица 1 - Целевые индикаторы реализации Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года

Наименование показателя	Единицы измерения	Период времени		
		2010	2016	2020

1. Доля организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем количестве организаций	процентов -/-	9,4 0,25	20,0 1,1	40,0 2,0
2. Доля экспорта российских высокотехнологичных товаров в общем мировом объеме экспорта высокотехнологичных товаров	% ВВП	12,7	15,2	17,0
3. Валовая добавленная стоимость инновационного сектора	процентов	4,9	15,4	25,0
4. Доля инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг организаций промышленного производства	% ВВП процентов	1,3 2,08	1,9 2,5	3,0 3,0
5.Внутренние затраты на исследования и разработки	единиц	2,4	3,4	4,0
6. Доля России в общемировом количестве публикаций в научных журналах, индексируемых в базе данных «Сеть науки» (WEB of Science)	-/-	1	2	4
7. Число цитирований в расчете на 1 публикацию российских исследователей в научных журналах, индексируемых в базе данных «Сеть науки» (WEB of Science)	-/-	63	более 1000	более 2500
8. Количество вузов, входящих в число 200 ведущих университетов согласно Мировому рейтингу университетов (Quacquarelli Symonds World University Rankings)	процентов	15	не менее 20	не менее 25
9. Количество триадных патентных семей (патентов, ежегодно регистрируемых российскими физическими и юридическими лицами в патентных ведомствах EPO, USPTO и JPO)				
10. Доля средств, получаемых за счет выполнения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, в структуре средств, поступающих в ведущие российские университеты за счет всех источников				

Целевые индикаторы реализации Стратегии инновационного развития Российской федерации на период до 2020 года представлены в таблице 1.

Сложившиеся тенденции технологического развития в российской экономике, а также риски и возможности роста позволяют выделить 3 возможных варианта инновационного развития (рисунок 1).

Возможные варианты инновационного развития национальной экономики

Рисунок 1 – Существующие варианты инновационного развития национальной экономики на период до 2020 года

Вариант инерционного, ориентированного на импорт, технологического развития предполагает:

- отсутствие масштабных усилий, нацеленных на инновационное развитие;
- фокусирование политики в основном на поддержании макроэкономической стабильности;
- наличие низких параметров бюджетных расходов на науку, инновации и инвестиции в развитие человеческого капитала.

Инновационная политика в данном случае проводится в основном через общие меры по развитию институтов, формированию благоприятного делового климата, а также через меры организационного содействия, не требующие значительных расходов. Этот вариант с большой вероятностью приведет к дальнейшему ослаблению национальной инновационной системы и усилению зависимости экономики от иностранных технологий. Результаты реализации такого варианта не соответствуют целям и ориентирам развития российской экономики на долгосрочную перспективу и обрекает Россию на технологическое отставание от ведущих стран Запада, а в перспективе - на проигрыш в конкуренции новым индустриальным странам.

Вариант догоняющего развития и локальной технологической конкурентоспособности ориентирован на перевооружение экономики на основе импортных технологий, а также на локальное стимулирование развития российских разработок. Спрос на отечественные технологии создается не только потребностями обеспечения интересов национальной безопасности и обороны, но и развитием энергосырьевого сектора. Сектор фундаментальной и прикладной науки сегментируется и концентрируется вокруг тех направлений, которые имеют коммерческое применение.

Вариант догоняющего развития хорошо известен на примере Японии,

Южной Кореи, Малайзии, Сингапура и Китая, и в его основе лежит максимальное использование доступных на мировом рынке технологий, которые закупаются либо привлекаются в страну вместе с иностранным капиталом. Как правило, импортируемые технологии не являются самыми передовыми в мире.

При использовании данного варианта в российских условиях имеют место следующие риски:

- необходимость жестко конкурировать с производителями аналогичной продукции, использующими такую же либо более совершенную технологию, что обеспечивается только при кардинальном росте производительности труда в российской экономике;
- наиболее эффективное развитие производства происходит в рамках процесса привлечения прямых иностранных инвестиций, что требует серьезных усилий по улучшению инвестиционного климата;
- зависимость экономики от импорта техники и технологий тормозит развитие собственных разработок.

Вариант достижения лидерства в ведущих научно-технических секторах и фундаментальных исследованиях соответствует долгосрочным целям и задачам развития национальной экономики по инновационному типу и характеризуется:

- существенными усилиями государства по модернизации сектора исследований и разработок;
- концентрацией усилий на наиболее перспективных научно-технологических направлениях, которые позволяют улучшить позиции России на мировом рынке высокотехнологичной продукции и услуг;
- резким увеличением спроса на новые научные и инженерные кадры;
- формированием развитой национальной инновационной системы;
- восстановление лидирующих позиций российской фундаментальной науки.

Одновременно указанный вариант является более затратным, поскольку предполагает масштабное государственное финансирование научных исследований и разработок прежде всего фундаментального характера, содействие скорейшей коммерциализации результатов научных исследований и разработок, активный поиск и формирование новых рынков, ниш и сегментов в рамках существующих рынков и, наконец, поддержку выхода на них российских компаний.

Для этого варианта характерны существенные инновационные риски, связанные с принципиальной новизной решений, в том числе велика вероятность того, что наиболее перспективные инновации будут раньше и (или) в большей степени использованы в других странах.

Однако, следует отметить, что для страны с диверсифицированной отраслевой структурой выбор варианта политики технологической модернизации не может быть универсальным для всех отраслей и секторов

экономики, а поэтому для Российской Федерации в современных условиях оптимальным является вариант развития с элементами лидерства в некоторых сегментах экономики, в которых имеются, или могут быть быстро созданы, конкурентные преимущества, но с реализацией догоняющего варианта в большинстве других секторов экономики.

Реализация именно такого варианта является предпочтительной в рамках Стратегии инновационного развития национальной экономики.

Итак, сегодня в России приоритетной задачей инновационного развития является не только ликвидация существующего отставания от научно – технического прогресса наиболее развитых в экономическом отношении стран, но и создание необходимых условий для того, чтобы «оседлать» новую инновационную волну.

Использованные источники:

1. Актуальные проблемы и перспективы развития финансово – кредитной системы Российской Федерации: коллективная монография; Исаев А.К., Абазиева К.Г., Гончарова С.Н., Евдокимова И.И., Землякова Н.С., Коростиева Н.Г., Кузьминов А.Н.. Куликов С.А., Макеев В.А., Масленникова Л.П., Митина И.А., Петренко А.С., Погосян Р.Р., Просандеев В.А., Саенко Е, А., Стратан Д.И., Тикиджьян Р.Г., Тутова О.Н., Шамкина Е.В., Шевкунов Н.О. и др. – Ростов н/Д, 2015. – 293 с.

2.Иванов Г.И., Просандеев В.А. Разработка направлений эффективного взаимодействия государства, кредитных институтов и промышленного капитала. Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика.2014.Т.1.№4. С.371-375.

3.Митина И.А. Инновационная экономика: региональный формат. Лекционный материал / Saarbrucken, 2016.

3.Митина И.А. Региональные аспекты инновационной политики // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), - 2002, - №2 (15) – С.7-10.

4.Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года // www.consultant.ru

Михно Е.С.
студент гр. БЭс-143 3 курс
Овчинникова И.В.
научный руководитель
СПД

Россия, г. Кемерово

ЗНАЧЕНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: данная статья посвящена значению бухгалтерского учета в системе управления организации

Ключевые слова: бухгалтерский учет, управленческий учет, финансовый учет, система управления организацией

С 1 января 2013 г. вступил в силу Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ, согласно которому бухгалтерский учет представляет собой формирование документированной систематизированной информации об объектах бухгалтерского учета (факты хозяйственной жизни, активы, обязательства, источники финансирования его деятельности, доходы, расходы и иные объекты) и составление на ее основе бухгалтерской (финансовой) отчетности.[1]

Бухгалтерский учет занимает центральное место в системе управления. В связи с этим к нему предъявлены определённые требования (достоверность, своевременность, полнота, точность, непротиворечивость и т.д.), соблюдение которых влияет на принятие рациональных, своевременных и эффективных управленческих решений.

Ни одна запись в бухгалтерском учёте не производиться без точного оформления документа. Так же бухгалтерский учет не допускает выборочности ни во времени, ни в производстве. Данные бухгалтерского учета используются для контроля и наблюдения за хозяйственной деятельностью предприятия. Хозяйственная деятельность предприятия, в свою очередь, направлена на осуществления производства, распределения, обмена и потребления материальных благ, которые необходимы обществу. Информация о прибыли предприятия определяется путем сопоставления в системе бухучета доходов и расходов предприятия. При других видах учета эту информацию получить невозможно.

В настоящее время действует четырехуровневая система регулирования бухгалтерского учета и отчетности:

1. Законодательные акты, указы Президента РФ и постановления правительства, регламентирующие прямо или косвенно организацию и ведение бухгалтерского учета в организации.

К первому уровню системы следует отнести Гражданский кодекс РФ, Трудовой кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ и ФЗ № 208 «Об акционерных обществах»;

2. Стандарты (положения) по бухгалтерскому учету и отчетности.

Второй уровень системы нормативного регулирования бухгалтерского учета представлен учетными стандартами и Планом счетов;

3. Методические рекомендации (указания), инструкции, комментарии, письма Министерства финансов РФ и других ведомств.

Основными нормативными документами третьего уровня являются

методические указания по инвентаризации имущества и финансовых обязательств, учёту основных средств, специального инструмента, специальных приспособлений, специального оборудования и специальной одежды, а также материально-производственных запасов;

4. Рабочие документы по бухгалтерскому учету самой организации.

Управлять хозяйственной деятельностью предприятия можно только при наличии информации о количестве и качестве совершающихся на предприятии экономических процессов. Первичные данные о фактах хозяйственной деятельности отражаются в бухгалтерском учете – это способствует систематизации разобщенных данных в обобщенную характеристику определенных явлений хозяйственной деятельности предприятия, а также формированию экономических показателей. Бухгалтерский учёт является системным, так как в нем отражается каждая выполненная хозяйственная операция в натуральном, трудовом и денежном выражениях. Экономические процессы обобщаются в бухгалтерском учете как движение стоимости. Это позволяет получить информацию о вновь созданной стоимости, и распределений и перераспределений. [2]

Бухгалтерский учет занимает одну из главных ролей в оценке объектов учета и определении их себестоимости. В отличие от других видов учета, бухгалтерский учет является системным, так как в нем отражается каждая выполненная хозяйственная операция, в натуральных, трудовых и денежных выражениях.

Существуют внутренние и внешние пользователи данных бухгалтерского учета. Ко внутренним относятся настоящие владельцы фирмы (уровень прибыли) и работники предприятия (ЗП), к внешним – будущие владельцы (уровень прибыли), кредиторы (платежеспособность), клиенты и покупатели (цены), государственные службы (доходы и уровень процентных отчислений) и общественность (экология). [2]

Основные задачи бухгалтерского учета:

- Формирование полной и достоверной информации о деятельности организации и её имущественном положении, необходимой как внутренним, так и внешним пользователям бухгалтерской отчетности;
- Обеспечение информацией, необходимой внутренним и внешним пользователям бухгалтерской отчетности для контроля за соблюдением законодательства РФ при осуществлении организацией хозяйственных операций и их целесообразностью, наличием и движением имущества и обязательств, использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов в соответствии с утвержденными сметами и нормативами;
- Предотвращение отрицательных результатов хозяйственной деятельности организации и выявление внутрихозяйственных резервов, обеспечения ее финансовой устойчивости. [4]

Бухгалтерский учет представляет собой систему, которая измеряет,

обрабатывает и передает информацию для принятия решений. Различают управленческий, налоговый и финансовый учет.

Управленческий учет предназначен для удовлетворения информационных потребностей внутренних пользователей – управленческого персонала организации и принятия оперативных и прогнозных управленческих. Налоговый учет ведется параллельно с финансовым и необходим для учета в целях налогообложения. [3]

Финансовый учет предоставляет учетную информацию о результатах деятельности организации ее внешним пользователям: акционерам, партнерам, кредиторам, налоговым, статистическим органам, финансирующим банкам и т. п. С этих позиций данные финансового учета не представляют коммерческой тайны, поскольку в нем отражаются наиболее общие показатели деятельности организации. [4]

Бухгалтерский учет должны вести все организации, находящиеся на территории РФ, а также филиалы и представительства иностранных организаций, если иное не предусмотрено международными договорами Российской Федерации.

В системе управления бух.учет выполняет ряд основных функций: контрольную, информационную, аналитическую, обеспечение сохранности собственности и обратной связи.

Таким образом, можно сделать вывод, что бухгалтерский учет является интегрированной информационной системой, обеспечивающей сбор, изменение, систематизацию, анализ и передачу данных для принятия управленческим подразделением операционных и стратегических решений. Эффективная организация бухгалтерского учета и обеспечение контроля за ним позволит выявить проблемы и своевременно принять меры для их нейтрализации.

Использованные источники:

1. Статья 1 Федерального закона от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 04.11.2014) "О бухгалтерском учете" – Режим доступа: http://www.zakonrf.info/zakon-o-buhuchete/
2. Теория бухгалтерского учета - [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://eclib.net/59/5.html
3. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет. Кондраков Н.П. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.alleng.ru/d/econ-fin/econ-fin248.htm
4. Овчинникова, Ирина Васильевна. Бухгалтерский финансовый учет: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 38.03.01 «Экономика», профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / И. В. Овчинникова, Е. И. Левина; ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева», Каф. упр. учета и анализа. Кемерово, 2016. 424 с.

Морозов Н.В.
студент гр. БЭс-143, 3 курс
Овчинникова И.В.
научный руководитель, старший преподаватель
Россия, г. Кемерово

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ

Аннотация: данная статья посвящена бухгалтерскому учету автотранспортных средств

Ключевые слова: Бухгалтерский учет, автотранспортные средства, стоимость, затраты, расходы.

Автомобиль для российских компаний уже давно не роскошь, а средство передвижения и перевозки грузов. Во многих организациях автомобильные перевозки производятся силами собственного транспорта. Его количество зависит от рода деятельности данной организации и определяется производственной необходимостью.

Владение автомобилями для компаний сопряжено с целым рядом дополнительных операций. При покупке авто фирма должна поставить его на учет, застраховать и своевременно пройти техосмотр. В течение всего срока использования помимо техосмотра и страховки возникают и другие вопросы: парковка, замена или ремонт запчастей, дорожно-транспортные происшествия. Во избежание проблем с государственными ревизорами приобретение, пользование и выбытие транспортных средств должны быть корректно и своевременно отражены как в бухгалтерском, так и в налоговом учете. Некоторые компании должны также иметь лицензию на пользование транспортными средствами (Федеральный закон N 128-ФЗ). [1]

Большинство государственных (муниципальных) учреждений использует в своей деятельности автотранспортные средства. Существуют различные способы поступления данных основных средств в учреждения. Самый распространенный вариант появления автотранспортных средств в учреждении - их приобретение.

Выделение различных типов государственных (муниципальных) учреждений и соответственно применение различных подходов к финансовому обеспечению их деятельности приводит к наличию особенностей в порядке отражения операций по приобретению автотранспортных средств у различных типов государственных (муниципальных) учреждений. В первую очередь это касается вида финансового обеспечения, за счет которого будут приобретаться автотранспортные средства.

При приобретении автотранспортных средств учреждение обязано осуществить ряд сопутствующих данной операции расходов. В первую очередь это расходы, связанные с обязанностью владельцев транспортных средств по страхованию гражданской ответственности (ОСАГО). Данная обязанность вытекает из ст. 4 Закона от 25 апреля 2002 г. N 40-ФЗ.

Следует отметить, что порядок учета страховых премий изменился вследствие принятия новых нормативных документов, регламентирующих учет в государственных (муниципальных) учреждениях. Страховая премия уплачивается за весь срок страхования единовременно при заключении договора, а срок действия договора - один год, следовательно, сумма страховой премии должна признаваться расходом будущих периодов и равномерно в течение всего срока страхования относиться на расходы отчетного периода. [2]

Первоначальная стоимость автомобиля складывается из всей совокупности затрат на приобретение (п. 8 ПБУ 6/01). Такими затратами, например, могут быть:

- сумма, уплаченная в соответствии с договором продавцу;
- сумма, уплаченная за доставку автомобиля в организацию;
- таможенные пошлины;
- вознаграждения посредникам;
- регистрационные сборы и другие расходы, связанные с регистрацией в ГАИ;
- другие затраты, непосредственно связанные с приобретением автомобиля.

Все расходы на приобретение автомобиля учитываются на счете 08 «Вложения во внеоборотные активы». Проводки, связанные с приобретением автомобиля будут такими: Дебет 08 Кредит 60 – учтены затраты, непосредственно связанные с приобретением автомобиля. Затем, когда предприятие вводит автомобиль в эксплуатацию, эти расходы списываются в дебет счета 01»Основные средства». В бухгалтерском учете эта операция отражается следующим образом: Дебет 01 Кредит 08 – автомобиль введен в эксплуатацию. [5]

Принятие автомобиля к бухгалтерскому учету осуществляется на основании утвержденного руководителем акта приемки-передачи основных средств, составленного по форме N ОС-1. [3]

Если автотранспортное средство приобретается не для производственных нужд предприятия, а для целей организации бесплатных перевозок сотрудников в свой санаторий-профилакторий, то возникает ситуация, при которой приобретаемый автомобиль как не способный реально приносить впоследствии экономические выгоды в виде поступлений в кассу предприятия оплаты за проезд от сотрудников не может классифицироваться в качестве основного средства. В итоге расходы, связанные с приобретением такого объекта, будут признаны в соответствии с п. 5 ст. 270 НК РФ как расходы по приобретению или созданию амортизируемого имущества, не уменьшающие налоговой прибыли, поэтому невозможен и налоговый вычет по НДС по такому автотранспортному средству. [4]

После приобретения автотранспортных средств государственные

(муниципальные) учреждения осуществляют расходы, связанные с их обслуживанием. Проблемы, связанные с отражением в учете расходов по обслуживанию автотранспортных средств, в наименьшей степени возникнут в казенных учреждениях, поэтому следует подробнее остановиться на проблемах, которые могут возникнуть у бюджетных или автономных учреждений. В данной ситуации следует обратиться к такому документу, как Положение о техническом обслуживании и ремонте подвижного состава автомобильного транспорта, утвержденное Минавтотрансом РСФСР 20 сентября 1984 г. В данном документе представлены критерии, на основании которых возможно осуществить классификацию работ, связанных с техническим обслуживанием и текущим ремонтом автотранспортных средств (см. таблицу 1).

Таблица 1

Термин	Критерии
Техническое обслуживание	Техническим обслуживанием является комплекс операций по: - поддержанию подвижного состава в работоспособном состоянии и надлежащем внешнем виде; - обеспечению надежности и экономичности работы, безопасности движения, защите окружающей среды; - уменьшению интенсивности ухудшения параметров технического состояния; - предупреждению отказов и неисправностей, а также выявлению их с целью своевременного устранения.
Текущий ремонт	Текущий ремонт предназначен для обеспечения работоспособного состояния подвижного состава с восстановлением заменой отдельных его агрегатов, узлов и деталей (кроме базовых), достигших предельно допустимого состояния

[2]

Использованные источники:

1. Бухгалтерский и налоговый учет автотранспорта – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://bookre.org/reader?file=358999
2. Учет автотранспортных средств – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://alt-x-narod.ru/budjet/0212sat.htm
3. Учет автотранспортных средств – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.zonazakona.ru/articles/index.php?a=33
4. Бухгалтерский учет – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.plam.ru/bislit/uchet_avtotransporta_i_zatrat_na_ego_soderzhanie_na_predprijatii/p4.php

5. Овчинникова И.В., Левина Е.И. БУХГАЛТЕРСКИЙ ФИНАНСОВЫЙ УЧЕТ. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 "Экономика", профиль "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / Кемерово, 2016.

Мурашкина К.В.
магистрант 2 курса
экономический факультет
Новосибирский Государственный
Университет Экономики и Управления
Россия, г. Новосибирск

МОШЕННИЧЕСТВО В ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИЙ СТРАХОВОГО СЕКТОРА

Статья посвящена современному состоянию рынка страхования. На основе анализа отчетности страховых организаций определены факты наличия мошенничества в составлении финансовой отчетности. Оценена платежеспособность компаний.

Ключевые слова: финансовая отчетность, мошенничество, искажение, страхование.

Искажение финансовой отчетности на сегодняшний день является весьма актуальной проблемой, которая влечет за собой риски для акционеров, партнеров, кредитных организаций и других пользователей отчетности. На сегодняшний день по ряду причин (несовершенство системы бухгалтерского учета, недоработки законодательной базы, халатность аудиторов и т.д.) искажения данных бухгалтерской отчетности во благо третьих лиц в большинстве случае остаются незамеченными и безнаказанными. Фальсификацией баланса является противоречащие законодательству умышленное искажение экономической информации в учете и отчетности. Рассмотрим данную проблему на примере компаний страхового сектора. Опишем состояние страхового рынка за последние четыре года.

В едином государственном реестре субъектов страхового дела на 31 декабря 2015 года зарегистрированы 344 страховщика, из них 334 страховые организации и 10 обществ взаимного страхования, на 31 декабря 2014 года зарегистрированы 416 страховщиков, что меньше показателя 2013 и 2012 годов. Общие сведения о страховых премиях и выплатах за 2012-2015 гг крупнейших страховщиков представлены в таблице 1 [22].

Таблица 1 - Общие сведения о страховых премиях и выплатах за 2012-2015

гг.

Виды страхования	Страховые премии, млрд руб.				Выплаты, млрд. руб.			
	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012
Страхование жизни	129,71	108,53	84,89	52,89	23,69	14,23	12,33	13,34
Личное страхование	209,85	219,58	208,73	184,39	114,45	110,49	103,14	93
Страхование имущества	374,73	420,4	393,82	376,5	203,68	224,51	201,73	181,74
Страхование ГО	41,04	37,85	29,74	29,92	9,52	10,3	7,14	5,36
Страхование рисков	22,26	2,3	21,95	19,92	16,13	3,54	1,66	2,09
Итого по добровольным видам	777,59	808,92	739,13	663,49	367,47	363,07	326	295,56
ОСАГО	218,69	150,92	134,25	121,71	123,57	90,31	77,37	65,02
Обязательное страхование	27,54	27,93	31,48	28,78	18,18	18,89	17,4	12
Итого по обязательным видам	246,23	178,85	165,73	150,39	141,75	109,2	94,77	76,99
Итого по всем видам	1023,82	987,77	904,86	814,46	509,22	472,27	420,77	372,69

Общая сумма страховых премий и выплат по всем видам страхования за 2015 год составила соответственно 1 023,82 и 509,22 млрд руб. (103,3 % и 107,1 % по сравнению с 2014 годом). Общая сумма страховых премий и выплат по всем видам страхования за 2014 год составила соответственно 987,77 и 472,27 млрд руб. (108,5 % и 111,4 % по сравнению с 2013 годом). Общая сумма страховых премий и выплат по всем видам страхования за 2013 год составила соответственно 904,86 и 420,77 млрд руб. (111,1 % и 112, 9 % по сравнению с 2012 годом). Общая сумма страховых премий и выплат по всем видам страхования за 2012 год составила соответственно 812,47 и 370,78 млрд руб. (121,5 % и 121, 4 % по сравнению с 2011 годом).

Рынок страхового дела отличается ростом сумм страховых премий и сумм выплат, несмотря на постоянное уменьшение количества страховых организаций, действующих на страховом рынке. Для анализа взята выборка из двенадцати наиболее популярных страховых компаний. В таблицах 2, 3, 4 приведены основные показатели выбранных организаций [22,24].

Таблица 2 – Сумма выплат по страховым случаям за 2012-2015 гг., тыс. руб.

Страховая компания	2015	2014	2013	2012
Росгосстрах	83 435 839	55 061 376	47 123 389	41 643 455
Альфастрахование	27 930 673	24 799 484	19 471 037	14 876 954
Согласие	23 613 700	26 999 543	25 792 271	19 530 580

Югория	4 678 943	4 353 335	5 509 004	6 085 986
Метлайф	3 838 866	2 948 763	2 452 879	2 172 256
Согаз	63 913 169	42 172 807	38 792 760	29 833 322
Ресо-гарантия	40 167 654	38 295 803	33 623 939	28 299 237
Ингосстрах	41 192 946	48 396 353	45 130 234	43 808 218
ВТБ Страхование	15 887 150	14 581 915	11 829 005	7 498 505
ВСК	21 125 516	20 820 306	18 121 599	17 098 549
Группа Ренессанс Страхование	13 032 376	13 796 362	13 106 020	13 157 980
ЖАСО	10 951 678	9 947 723	9 143 919	8 201 684

Согласно таблице 2 и рисунку 1 можно сделать вывод, что сумма выплат по страховым случаям с течением времени возрастает. Лишь три компании продемонстрировали незначительное снижение выплат клиентам. Стоит отметить резкий скачок в 2015 году в выплатах компаний Согаз и Россгострах, в сравнении с небольшим увеличением принятых страховых премий [15].

Рисунок 1 - Сумма выплат по страховым случаям за 2012-2015 гг., млрд. руб.

Лидерами рынка по сумме выплат по страховым случаям являются компании Росгосстрах и Согаз. Далее следует компании Ингосстрах и Ресо-гарантия. Компании ВСК, Группа Ренессанс Страхование, Жасо Альфастрахование и Согласие находятся примерно на одном уровне по сумме выплат. Компании Югория и Метлайф замыкают представленный список своим скромным уровнем выплат по страховым случаям. Компании

Югория и Ингосстрах имеют весьма нестабильный уровень выплат из года в год. Остальные десять компаний отличаются стабильным ростом суммы выплат по страховым случаям за последние четыре года.

Таблица 3 – Суммы страховых премий за 2012-2015 гг.,тыс.р.

Страховая компания	2015	2014	2013	2012
Росгосстрах	148 861 999	129 866 349	99 793 408	97 430 925
Альфастрахование	54 008 103	47 779 953	40 704 204	34 159 505
Согласие	30 756 381	33 856 521	41 774 713	33 810 972
Югория	6 484 349	6 210 060	4 779 543	8 298 014
Метлайф	6 672 231	8 818 509	7 127 812	6 982 126
Согаз	123 216 958	105 229 870	84 773 198	75 994 356
Ресо-гарантия	77 875 308	65 252 234	57 441 194	51 828 066
Ингосстрах	73 573 028	65 774 492	66 619 233	67 806 253
ВТБ Страхование	47 505 220	36 630 989	30 755 929	22 787 164
ВСК	48 084 859	37 680 235	37 814 015	33 579 261
Группа Ренессанс Страхование	20 807 920	19 460 857	18 895 624	18 037 339
ЖАСО	12 983 571	13 024 265	12 233 736	11 796 010

Таблица 3 и рисунок 2 демонстрируют тенденцию роста страховых премий. Лишь компания Согласие на протяжении трех лет демонстрирует падение принятых страховых премий от клиентов.

Рисунок 2 - Суммы страховых премий за 2012-2015 гг., млрд.р.

Компании Росгосстрах и Согаз имеют наибольшую сумму принятых страховых премий от клиентов с устойчивой тенденцией к росту. Ингосстрах показывал падение на протяжении трех лет, однако в 2015 году сумма собранных премий возросла [19].

Количество заключенных договоров в большинстве своем падает

(табл.4, рис.3).

Таблица 4 – Количество заключенных договоров в 2012-2015 гг., ед.

Страховая компания	2015	2014	2013	2012
Росгосстрах	30 604 558	34 509 216	26 372 807	26 835 351
Альфастрахование	11 599 851	11 821 395	8 824 658	4 839 013
Согласие	2 308 658	3 622 219	4 098 206	2 983 968
Югория	1 057 256	1 213 020	935 268	1 122 163
Метлайф	497 328	213 840	198 213	153 218
Согаз	3 003 132	2 503 010	1 709 921	1 025 980
Ресо-гарантия	7 931 284	8 403 195	6 951 525	6 460 235
Ингосстрах	5 475 731	5 462 374	6 094 043	6 791 718
ВТБ Страхование	6 317 027	2 779 236	1 296 753	539 274
ВСК	7 230 307	5 885 735	5 630 667	4 735 251
Группа Ренессанс Страхование	3 435 873	3 940 478	3 723 588	2 004 421
ЖАСО	8 199 628	8 272 333	7 470 142	11 746 517

Клиенты заключают меньше договоров. Рост количества заключенных договоров демонстрируют компании Согаз, ВТБ Страхование и ВСК. Компания Альфастрахование после трехлетнего роста перешла на снижение. В 2015 году резко упало количество заключенных договоров и в компании Росгосстрах [24].

Рисунок 3 - Количество заключенных договоров в 2012-2015 гг., ед.

В условиях турбулентности можно судить о надежности, устойчивости страховой организации только на основе достоверной отчетности. К сожалению, многие компании прибегают к искусственному «улучшению» своего финансового положения в разнообразных целях: завышение рыночной стоимости компании, получения кредита и т.д.

На практике применение экспертом привычных аналитических процедур (горизонтальный и вертикальный анализ, расчет финансовых коэффициентов и т.п.) не всегда позволяет выявить недобросовестное составление отчетности [11]. Ниже приведены методики, на основании которых был проведен анализ двенадцати компаний на предмет

манипуляций с финансовой отчетностью.

Профессор Мессод Бениш разработал индикаторы мошенничества или «Карту нормативных отклонений финансовых индикаторов». Данный метод включает расчет следующих показателей:

- темп роста выручки;
- темп снижения доли маржинального дохода в выручке;
- темп роста доли расходов в выручке от продаж;
- темп роста качества активов;
- темп роста оборачиваемости дебиторской задолженности;
- темп роста финансового рычага;
- темп изменения коэффициента общей ликвидности;
- темп изменения оборачиваемости материальных запасов в днях [2].

На основе анализа данных баланса и отчета о финансовых результатах рассчитывается сводный индекс M-score (модель «Бениша»), который включает восемь показателей. Рассчитанные показатели корректируются на свой вес, указанный в модели. Сами индексы в модели имеют прикладное значение и могут указывать на области потенциальных манипуляций. Для них рассчитаны «нормативные» значения. Также рассчитывается пятифакторная модель Марии Л. Роксас [7].

С использованием данных отчета о движении денежных средств также возможно выявить мошенничество в финансовой отчетности. Чистая прибыль, отраженная в финансовой отчетности, и сальдо денежных потоков от текущих операций должны быть тесно взаимосвязаны. Несоответствие «поведения» денежных потоков «поведению» финансового результата является достаточно надежным признаком наличия манипуляций с прибылью. В качестве показателя, демонстрирующего взаимосвязь чистой прибыль и сальдо денежного потока от текущих операций, может использоваться коэффициент денежных средств, полученных от текущей деятельности [15].

Для того, чтобы учесть специфику страховой деятельности необходимо рассчитать нефинансовый показатель. Метод основан на соотнесении отчетных данных о росте выручки организации с нефинансовыми показателями, прямо влияющими на рост его выручки. Для описанного метода в качестве нефинансового показателя было взято количество заключенных договоров страхования [9].

По итогам анализа все выбранные компании можно разделить на две группы. К группе компаний, манипулирующих финансовой отчетностью, можно отнести:

- Росгосстрах;
- Альфастрахование;
- Метлайф;
- Согаз;
- Ресо-Гарантия;

- Ингосстрах;
- ВСК;
- ЖАСО.

Не манипулируют финансовой отчетностью страховые организации:
- Согласие;
- Югория;
- ВТБ Страхование;
- Группа Ренессанс Страхование.

Действующая в настоящее время методика оценки платежеспособности страховой организации сводится к сопоставлению фактического размера маржи платежеспособности с ее нормативным значением. В таблице 5 представлено отклонение между фактическим размером маржи платежеспособности от нормативного по страхованию жизни и по страхованию иному, чем страхование жизни для группы компаний, манипулирующих финансовой отчетностью [24].

Таблица 5 – Отклонение между фактическим и нормативным значением маржи для манипулирующих компаний, тыс.р.

Метлайф	На 31 декабря 2015 г.	-605130,71
	На 31 декабря 2014 г.	-476394,15
	На 31 декабря 2013 г.	-372141,13
	На 31 декабря 2012 г.	-143644,48
Росгосстрах	На 31 декабря 2015 г.	- 8876639,7
	На 31 декабря 2014 г.	- 51438,47
	На 31 декабря 2013 г.	- 3997245,86
	На 31 декабря 2012 г.	- 3593164,12
Согаз	На 31 декабря 2015 г.	-3327196,2
	На 31 декабря 2014 г.	- 278746,64
	На 31 декабря 2013 г.	- 1883272,84
	На 31 декабря 2012 г.	3053328
РЕСО-Гарантия	На 31 декабря 2015 г.	217193,56
	На 31 декабря 2014 г.	-5374592,7
	На 31 декабря 2013 г.	-4175021,1
	На 31 декабря 2012 г.	-3329096,5
Ингосстрах	На 31 декабря 2015 г.	8955300,72
	На 31 декабря 2014 г.	10354030,3
	На 31 декабря 2013 г.	-4632775,4
	На 31 декабря 2012 г.	-1962904
ЖАСО	На 31 декабря 2015 г.	- 505622,643
	На 31 декабря 2014 г.	- 108860,463
	На 31 декабря 2013 г.	- 229816,313
	На 31 декабря 2012 г.	316930,968
ВСК	На 31 декабря 2015 г.	- 851,07
	На 31 декабря 2014 г.	- 1468,64
	На 31 декабря 2013 г.	- 252,09
	На 31 декабря 2012 г.	306,13

Альфастрахование	На 31 декабря 2015 г.	-3677505,5
	На 31 декабря 2014 г.	-2764412,2
	На 31 декабря 2013 г.	-1537878,2
	На 31 декабря 2012 г.	-476159,08

В таблице 6 представлено отклонение между фактическим размером маржи платежеспособности от нормативного по страхованию жизни и по страхованию иному, чем страхование жизни для группы компаний, не манипулирующих финансовой отчетностью [24].

Таблица 6 – Отклонение между фактическим и нормативным значением маржи для не манипулирующих компаний, тыс.р.

Согласие	На 31 декабря 2015 г.	3566500,28
	На 31 декабря 2014 г.	5828512,04
	На 31 декабря 2013 г.	2787418,4
	На 31 декабря 2012 г.	3902121,8
Югория	На 31 декабря 2015 г.	6829139,15
	На 31 декабря 2014 г.	7049569,42
	На 31 декабря 2013 г.	7350504,51
	На 31 декабря 2012 г.	2212706,68
ВТБ	На 31 декабря 2015 г.	2380267
	На 31 декабря 2014 г.	-599897,04
	На 31 декабря 2013 г.	417488,56
	На 31 декабря 2012 г.	2147839,8
Ренессанс	На 31 декабря 2015 г.	1696647,6
	На 31 декабря 2014 г.	1587418,9
	На 31 декабря 2013 г.	-1187780
	На 31 декабря 2012 г.	-1037872,3

Если фактическое значение маржи платежеспособности превышает нормативное, то страховая организация является платежеспособной, в противном случае контроль за финансовым оздоровлением страховщика будут осуществлять органы надзора за страховой деятельностью. Таким образом, у компаний, манипулирующих финансовой отчетностью, в большинстве своем нормативное значение маржи платежеспособности превышает фактическое значение маржи. Напротив же, компании, не манипулирующие отчетностью, демонстрируют положительную разницу между фактическим и нормативным значениями маржи платежеспособности.

Использованные источники:

1. Абасов М.М. Проблемы борьбы с мошенничеством в сфере страхования // Полицейская деятельность. 2011. № 6. С. 42-45.
2. Алексеев М.А. О проблемах применения показателя манипулирования к финансовой отчетности российских предприятий. Вестник НГУЭУ, 2016. №1, с. 92-102.

3. Алексеев М.А. Опыты оценки отчетности российских предприятий с помощью индекса манипулирования. Современные финансовые отношения: проблемы и перспективы развития. Изд-во СГУПСа, 2015.
4. Бидова Б.Б., Айсханова Е.С. Мошенничество в сфере страхования: уголовно-правовые аспекты // Монография, Кисловодск, 2016.
5. Бычкова С.В.. Сущность мошеннических действий и роль аудита в их выявлении // Аудитор. – 2013. – №1.
6. Григорьева, Т. И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз : учеб. для магистров / Т. И. Григорьева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2012.
7. Гританс Я. М. Система внутреннего контроля: как эффективно бороться с корпоративным мошенничеством. – М.: Инфотропик Медиа, 2014.
8. Иевенко С. Ключевые аспекты страхового мошенничества в России // Современные страховые технологии, 2012.
9. Ильин И.В. Криминологический анализ политических причин мошенничества, совершаемого в экономической сфере // Следователь. – 2014.
10. Кочеткова В.С, Баглай Ю.В. Мошенничество в сфере страхования// Современная наука, 2016. с.236-238.
11. Маркарьян А.С. Виды мошенничества в страховой сфере // Наука и образование. 2016. №5.
12. Мурашкина К.В. Мошенничество в финансовой отчетности // Электронное научно-практическое периодическое издание «Экономика и социум», 2016, № 7 (июль).
13. Немцева Ю.В. Теоретические аспекты формирования риск-профиля страховой организации // Экономика и предпринимательство. 2015. №5-2 (58-2). С.715-719.
14. Немцева Ю.В., Матвеев А.Л. Рискоориентированный подход к управлению инвестиционной деятельностью страховой организации // Российское предпринимательство. 2015. Т.16. №8. С.1129-1144.
15. Пестерева О.Л. Современные тенденции страхового мошенничества // Актуальные вопросы развития национальной экономики. 2015.
16. Салекин М.С. Особенности квалификации мошенничества // Правопорядок в России: проблемы совершенствования: сборник статей. – М.: Моск. ун-т МВД России, 2014
17. Селяков Н.А. Мошенничество в сфере страхования: уголовно-правовой аспект // Мир юридической науки. 2015. №12.
18. Сотникова Л.В. Мошенничество с финансовой отчетностью: выявление и предупреждение. Монография. — М.: Бухгалтерский учет, 2011. — 208 с.
19. Спиваков В.Р. Страховое мошенничество // Взаимодействие науки и общества. 2016.
20. Филиппова Т.А. Страхование в России и за рубежом // Наука и экономика. 2012. №5.

21. Чебанова Н.С. Николенко Н.И. Анализ преступлений в сфере страхования // Апробация. 2015. №10.
22. URL: http://www.pwc.ru Российский обзор экономических преступлений (дата обращения 28.08.2016)
23. http://www.cbr.ru Сайт Центрального Банка Российской Федерации (дата обращения 11.09.2016)
24. http://www.autoins.ru Российский союз автостраховщиков (дата обращения 05.08.2016)
25. http://www.skrin.ru Система раскрытия информации (дата обращения 15.07.2016)
26. http://www.ugsk.ru Страховая компания «Югория» (дата обращения 11.06.2016)

Мурлаева Е.В.
студент 4 курса
направление подготовки «Экономика»
профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Мордовский гуманитарный институт
Леонов Д.П.
студент 4 курса
направление подготовки «Менеджмент»
Шукшина Ю.А., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра менеджмента и экономики образования
ФГБОУ ВО «МГПИ имени М.Е. Евсевьева»
Россия, г. Саранск

АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТД «ОБРОЧЕНСКИЙ»)

Статья посвящена анализу финансовых результатов, их структуре, динамике и факторному анализу прибыли от продаж на основе данных отчета о финансовых результатах.

Ключевые слова: отчет о финансовых результатах, золотое правило экономики, прибыль, финансовый результат, факторный анализ.

Murlaeva E.V
4th year student of direction of preparation "Economy"
profile "Accounting, analysis and audit" Mordovia Humanitarian Institute
Russia, Saransk
Leonov D.P.
4th year student of direction of training "Management"
Federal state budgetary educational institution of higher education
«Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva» Saransk

Scientific adviser:
Shukshina Yu, Ph.D.
Associate Professor, Department of Management and Economics of Education,
Federal state budgetary educational institution of higher education «Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva» Saransk

ANALYSIS OF FINANCIAL RESULTS (BY THE EXAMPLE LLC TRADING HOUSE "OBROCHENSKY")

This article analyzes the financial performance of the structure, dynamics and factor analysis of profit on sales on the basis of the financial results of the report data.

Keywords: income statement, the golden rule of economics, profit, financial result, factor analysis.

Одним из главных субъектов рыночной экономики является экономический субъект (предприятие или организация), важнейшей характеристикой деятельности которого является финансовое состояние. Информационной базой для анализа финансового состояния служит бухгалтерская (финансовая) отчётность. Традиционными приемами анализа финансовой отчетности являются горизонтальный (временной) и вертикальный (структурный) анализ, при этом широко применяются трендовый анализ, коэффициентный анализ или анализ относительных показателей, сравнительный или пространственный анализ и, наконец, факторный анализ. [2]

Показатели прибыли являются важнейшими в системе оценки результативности деятельности предприятия, степени ее надежности и финансового благополучия. Прибыль является конечным финансовым результатом деятельности фирмы. Это показатель, который наиболее полно отражает эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Поэтому одна из важнейших составных частей анализа финансового состояния фирмы — анализ финансовых результатов ее деятельности.

Аналитические возможности бухгалтерской (финансовой) отчетности позволяют сформулировать рекомендации по улучшению финансового состояния экономического субъекта благодаря четко определенным целям достижения устойчивости финансового положения на основе оптимизации структуры бухгалтерского баланса, платежеспособности и эффективности деятельности. [1]

Анализ финансовых результатов ООО «ТД «Оброченский» представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ структуры и динамики показателей отчета о финансовых результатах

Показатель	Сумма, тыс. руб.				Абсолютное отклонение, тыс. руб.		Темп роста, %		
	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2014г. к 2013г.	2015г. к 2014г.	2014г. к 2013г.	2015г. к 2014г.	2013 г. к 2012 г.
Выручка	32053	33747	32887	31467	-860	-1420	0,97	96%	105%
Прибыль (убыток) от продаж	2395	2681	1426	2571	-1255	1145	0,53	180%	112%
Прибыль (убыток) до налого-обложе-ния	1686	2171	1044	2287	-1127	1243	48,09%	219,06%	128%
Чистая прибыль (убыток)	1686	2171	1044	2287	-1127	1243	48,09%	219,06%	128%

Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ и услуг на ООО Торговый дом «Оброченский» в период с 2013 по 2015 гг. имела тенденцию к снижению (рис. 1) в совокупности с 33747 тыс. руб. в 2013г. до 31467 тыс. руб. в 2015 г. (в 2014 г. снижение на 860 тыс. руб. по сравнению с 2013 г., в 2015 г. на 1420 тыс. руб.). В то же время в 2013-2015 гг. снижалась себестоимость проданных товаров, работ, услуг. В 2013 г. она составила 27788 тыс. р., в 2014 г. – 26474 тыс. руб., в 2015 г. – 25009 тыс. руб. Однако валовая прибыль предприятия имела тенденцию к увеличению. В 2014 г. произошло увеличение валовой прибыли на 454 тыс. руб., однако в 2015 г. темп роста ее упал на 6,92% и она увеличилась всего лишь на 45 тыс. руб. Это вызвано, в первую очередь, со снижением выручки и со незначительным снижением коммерческих расходов и себестоимости продаж. В 2014 г. коммерческие расходы составляли 4987 тыс. р., что на 1709 тыс. р. больше, чем в 2013 г., в 2015 г. произошло их снижение на 1600 тыс. руб.

На рисунке 1 представлена динамика показателей прибыли.

Рисунок 1 – Динамика показателей прибыли ООО Торговый дом «Оброченский»

Прибыль до налогообложения в 2014 г. уменьшилась на 1127 тыс.руб., но в 2015 г ее значение увеличилось на 1243 тыс.руб. и достигло 2287 тыс.руб. В общей сумме расходов наибольший удельный вес занимает себестоимость проданных товаров. При этом доля себестоимости снижалась в 2014 г. на – 5,30% и составила 84,15%. Однако в 2015 г. ее удельный вес снова увеличился и принял значение 88,07%. Остальную часть расходов занимают коммерческие расходы. В 2013 г. на их долю приходилось 10,55%, в 2014 г. 15,85%, а в 2015 г. 11,93%.

Одна из основных задач анализа отчета о финансовых результатах состоит в том, чтобы объяснить причины изменения финансового результата. Поэтому далее проведем факторный анализ прибыли от продаж за 2014 год по данным таблицы 2.

Факторами, влияющими на величину прибыли являются:

1. Изменение объема продаж.

Таблица 2 – Исходные данные для факторного анализа прибыли от продаж

Слагаемые прибыли от реализации продукции	2014 г.	2015 г.	Абсолютное отклонение, тыс.руб.	Относительное отклонение, %
Выручка от продажи продукции	32887	31467	-1420,00	95,68%
Затраты, в том числе	31461	28396	-3065,00	90,26%
С/с реализованной продукции	26474	25009	-1465,00	94,47%
Коммерческие расходы	4987	3387	-1600,00	67,92%
Прибыль (убыток) от продаж	1426	2571	1145,00	180,29%
Индекс изменения цен	1,114	1,129	0,01	101,35%
Объем реализации в сопоставимых ценах	29522	27872	-1649,98	94,41%

Объем реализации за отчетный период в ценах базисного периода составил 27872 тыс.руб. С учетом этого изменение объема продаж за анализируемый период составило 94,41% т.е. произошло снижение объема реализованной продукции на 5,59%. За счет снижения объема продажи прибыль от продажи продукции, работ, услуг снизилась:

1426* (-0,0559)=- 79,71тыс.руб.

2. Изменение ассортимента реализованной продукции.

Прибыль отчетного периода, исходя из себестоимости и цен базисного периода, можно определить следующим образом:

– выручка от продажи отчетного периода в ценах базисного периода 27872 тыс. руб.;

– фактически реализованная продукция, рассчитанная по базисной себестоимости (26474*0,9441)=24994,1 тыс. руб.

– коммерческие расходы базисного периода 4987 тыс. руб.;

– управленческие расходы базисного периода 0 тыс. руб.;

– прибыль отчетного периода, рассчитанная по базисной себестоимости и базисным ценам (27872-24994,1 -4987-0)=-2109,1 тыс. руб.

Таким образом, влияние сдвигов в структуре ассортимента на величину прибыли от продаж равно: -2109,1 -(1426*0,9441)=-3455,39 тыс. руб.

3. Изменение себестоимости. 25009- (26474*0,9441)=14,897 тыс. руб.

Себестоимость реализованной продукции повысилась, следовательно, прибыль от продажи увеличилась на ту же сумму.

4. Изменение коммерческих расходов.

За счет снижения коммерческих расходов прибыль увеличилась на 1600 тыс. руб. (3387-4987).

5. Изменение цен. 31467-27872=3595 тыс. руб.

Подводя итог, посчитаем общее влияние всех перечисленных факторов:

– изменение объема продаж: -79,71тыс.руб.;

– изменение структуры ассортимента реализованной продукции: -3455,39 тыс.руб.;

– изменение себестоимости: +14,897 тыс. руб.;

– изменение величины коммерческих расходов: +1600 тыс. руб.

– общее влияние факторов: -1920,203 тыс. руб.

По данным анализа отчета о финансовых результатах можно сделать вывод, что в 2015 г. произошло некоторое улучшение финансового состояния предприятия по сравнению с 2014 г. Наблюдается снижение выручки и увеличение валовой прибыли, за счёт чего не выполняется «золотое правило экономики». Наблюдается также увеличение некоторых показателей оборачиваемости и устойчивости экономического роста, и повышение показателей рентабельности. В целом по предприятию можно

охарактеризовать текущую основную производственную деятельность как эффективную. Степень прибыльности деятельности ООО Торговый дом «Оброченский» повысилась.

Таким образом, важным условием существования практически любого предприятия, фирмы, компании является извлечение прибыли от деятельности экономического субъекта и для этих целей следует проводить анализ финансовых результатов. [3]. Любой экономический субъект стремится к тому, чтобы его финансовое состояние являлось стабильными и устойчивым. Естественно оно зависит от результатов его деятельности по всем ключевым направлениям, в том числе по производственному, инвестиционному и финансовому направлениям. [4]

Использованные источники:

1. Шукшина Ю.А. Аналитические возможности бухгалтерской (финансовой) отчетности экономического субъекта Nauka-Rastudent.ru. 2014. № 12-1 (12). С. 28. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=22779029 (дата обращения: 20.10.2016)

2. Шукшина Ю.А. Методика анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности как одна из предпосылок укрепления финансового состояния экономических субъектов региона / В сборнике: Культурологический подход в экономико-правовом развитии региона XIV Макаркинские научные чтения. Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Мордовский гуманитарный институт". 2014. С. 673-680. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=21964811 (дата обращения: 20.10.2016)

3. Шукшина Ю.А., Гришина К.А. Анализ финансовых результатов (на материалах ООО «Ганимед СБ») // Мир науки и образования. 2016. № 2 (6). С. 6. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=26691548 (дата обращения: 20.10.2016)

4. Шукшина Ю.А., Гришина К.А. Значение анализа финансового состояния в системе управления экономическим субъектом / В сборнике: Инновационные тенденции, социально-экономические и правовые проблемы взаимодействия в международном пространстве материалы Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Н. И. Лушенкова. 2016. С. 165-170 URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=26281171 (дата обращения: 20.10.2016)

Мурлаева Е.В.
студент 4 курса
направление подготовки «Экономика»
профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Мордовский гуманитарный институт
Леонов Д.П.
студент 4 курса
направление подготовки «Менеджмент»
Шукшина Ю.А., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра менеджмента и экономики образования
ФГБОУ ВО «МГПИ имени М.Е. Евсевьева»
Россия, г. Саранск

АНАЛИЗ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТД «ОБРОЧЕНСКИЙ»)

Статья посвящена анализу деловой активности на основе расчета показателей оборачиваемости и рентабельности по данным отчета о финансовых результатах.

Ключевые слова: отчет о финансовых результатах, коэффициенты деловой активности, оборачиваемость, рентабельность.

Murlaeva E.V
4th year student of direction of preparation "Economy"
profile "Accounting, analysis and audit" Mordovia Humanitarian Institute
Russia, Saransk
Leonov D.P.
4th year student of direction of training "Management"
Federal state budgetary educational institution of higher education «Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva» Saransk
Scientific adviser:
Shukshina Yu, Ph.D.
Associate Professor, Department of Management and Economics of Education,
Federal state budgetary educational institution of higher education «Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva» Saransk

ANALYSIS OF BUSINESS ACTIVITY
(BY THE EXAMPLE LLC TRADING HOUSE "OBROCHENSKY")

This article analyzes the business activity based on the calculation of turnover and profitability according to the statement of income.

Keywords: Report on financial results, business activity ratios, turnover, profitability.

В современных условиях важнейшим элементом управления экономическим субъектом выступает системный анализ его финансового состояния. [3]

Информационной базой для анализа финансового состояния служит бухгалтерская (финансовая) отчётность. Анализ эффективности деятельности проводится в основном по данным отчета о финансовых результатах. [1] Анализ финансовых результатов (анализ эффективности деятельности) экономического субъекта целесообразнее проводить по таким направлениям, как оценка основных финансовых результатов деятельности; анализ рентабельности; расчет показателей деловой активности (оборачиваемости); факторный анализ рентабельности собственного капитала. [2]

Финансовое положение предприятия обуславливается в немалой степени его деловой активностью. Анализ деловой активности позволяет охарактеризовать результаты и эффективность текущей основной производственной деятельности. К показателям, характеризующим деловую активность, мы относим коэффициенты оборачиваемости и рентабельности.

В критерии деловой активности предприятия включаются показатели, отражающие качественные и количественные стороны развития его деятельности: объем реализации продукции и услуг, широта рынков сбыта продукции, прибыль, величина чистых активов. В мировой практике с этой целью используется «золотое правило экономики предприятия», в соответствии с которым рассматриваются следующие величины: Темп роста налогооблагаемой прибыли (Тп) должен быть выше роста выручки (Тв), который, в свою очередь, должен превосходить увеличение стоимости активов (Та) предприятия, то есть: Тп>Тв>Та> 100%. Проверим выполнение «золотого правила экономики» на ООО Торговый дом «Оброченский»:

2014 г.: 48,09%<97,45%<109,09%> 100%

2015 г.: 219,06%>95,68%<119,59>100%

В период с 2014 по 2015 гг. условие не выполняется, что является отрицательным фактором.

В таблице 1 представлен анализ деловой активности предприятия в период 2013-2015 г.г. Анализ данных таблицы 1 позволяет сделать следующие выводы о деловой активности ООО «Торговый дом «Оброченский»:

Значение коэффициента оборачиваемости активов для ООО

«Торговый дом «Оброченский» имеет тенденцию к снижению – в 2013 г. он был равен 3,49, в 2014. – 2,95, а в 2015 г. 2,46 т.е. в течение 2013 г. активы предприятия были вовлечены в оборот 3,49 раза, а в 2014 2,95 раза, в 2015 г. 2,46 раза. Значение коэффициента оборачиваемости текущих активов ООО Торговый дом «Оброченский» с 2013 по 2015 снижалось с 7,36 в 2013 г. до 4,86 в 2015 г. В течение 2013 г. текущие активы были вовлечены в оборот 7,36 раза, в 2015 г. 4,86 раза, т.е. их оборачиваемость замедлилась в 0,69 раза.

Коэффициент оборачиваемости собственного капитала отражает активность использования денежных средств. Данный показатель также имеет тенденцию к снижению. В течение 2013 г. собственный капитал был вовлечен в оборот 3,77 раза, в 2014 г. – 3,12 раз, в 2015 г. – 2,58 раза. Т.е. оборачиваемость замедлилась в 0,68 раза.

Коэффициент оборота основного капитала отражает активность использования основных средств. В 2013 г. он составлял 6,63, в течение 2014 г. основной капитал был вовлечен в оборот 7,13 раза, а в 2015 г. 7,25 раза.

Таблица 1 – Анализ деловой активности

Показатель	Формула расчета	2013 г.	2014 г.	2015 г.
1. Коэффициент оборачиваемости активов (трансформации)	Отношение выручки от реализации к средней стоимости активов	3,49	2,95	2,46
2. Коэффициент оборачиваемости текущих активов	Отношение выручки от реализации к средней стоимости текущих активов	7,36	6,19	4,86
3. Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	Отношение выручки от реализации к средней стоимости собственного капитала	3,77	3,12	2,58
4. Коэффициент оборачиваемости основного капитала	Отношение выручки от реализации к средней стоимости внеоборотных активов	6,63	7,13	7,25
5. Оборач. средств в расч.:				
5.1. в днях	365/оборачиваемость средств в расчетах (в оборотах)	13,29	29,66	44,70
5.2. в оборотах	Отношение выручки от реализации к средней величине дебиторской задолженности	27,46	12,31	8,17
6. Обор. производств. зап.:				
6.1. в днях	365/оборачиваемость производственных запасов (в оборотах)	29,36	29,31	32,99
6.2. в оборотах	Отношение выручки от реализации к средней стоимости запасов и затрат	12,43	12,45	11,06
7. Оборачиваемость кредиторской задолженности (в днях)	Отношение средней величины кредиторской задолженности, умноженной на интервал анализа	7,92	6,88	6,69

	(365), к выручке от реализации			
8. Продолжительность операционного цикла (в днях)	Сумма оборачиваемости средств в расчетах (в днях) и оборачиваемости производственных запасов (в днях)	42,65	58,97	77,69
9. Продолжительность финансового цикла (в днях)	Разность между продолжительностью операционного цикла (в днях) и оборачиваемостью кредиторской задолженности (в днях)	34,73	52,09	71,00
10. Коэффициент погашаемости дебиторской задолженности	Отношение величины средней дебиторской задолженности к величине выручки от продаж	0,04	0,08	0,12
12. Фондоотдача, руб.	Отношение величины выручки от реализации к среднегодовой стоимости основных фондов (средств)	6,63	7,13	7,25

Оборачиваемость средств в расчетах показывает скорость оборота данных средств на предприятии. В течение 2013 г. средства в расчетах ООО Торговый дом «Оброченский» вовлекались в оборот 27,46 раз, причем период оборота составил 13,29 дней. В течение 2014 г. средства в расчетах ООО Торговый дом «Оброченский» вовлекались в оборот уже 12,31 раз, период оборота этих средств данного предприятия составил 29,66 дней. В 2015 г. оборачиваемость снизилась на 4,14 в оборотах, что не является положительным фактором.

Оборачиваемость запасов – показатель, характеризующий скорость потребления или реализации сырья или запасов. С 2013 г. по 2015 г. оборачиваемость запасов изменилась с 12,43 до 11,06 в оборотах и с 29,36 до 32,99 в днях, что является положительным моментом.

Оборачиваемость кредиторской задолженности – показатель, связывающий сумму денег, которую организация должна вернуть кредиторам (в основном, поставщикам) к определенному сроку, и текущую величину закупок либо приобретенных у кредиторов товаров (услуг). В течение 2013-2015 гг. оборачиваемость кредиторской задолженности снизилась с 7,92 в 2013 г. до 6,69 в 2015. Это изменение можно рассматривать как положительную тенденцию.

Продолжительность операционного цикла показывает сколько дней в среднем проходит с момента вложения денежных средств в текущую производственную деятельность до момента возврата их в виде выручки на расчетный счет. В 2015 г. этот показатель составлял 77,69 дней, что на 18,72больше, чем в 2014 г. (58,97 дней). В 2013 г. значение показателя равнялось 42,65 дням. Таким образом, увеличение данного показателя в 2015 г. является отрицательным фактором.

Финансовый цикл начинается с момента оплаты поставщикам

материалов (погашение кредиторской задолженности) и заканчивается в момент получения денег от покупателей за отгруженную продукцию (погашение дебиторской задолженности). В рассматриваемый период мы наблюдаем увеличение данного показателя с 34,73 дней в 2013 г. до 71 дня в 2015 г.

Коэффициент погашаемости дебиторской задолженности на протяжении всего периода растет, что является положительным моментом. Если в 2013 г. он был равен 0,04, то в 2015 г. вырос до 0,12.

Показатель фондоотдачи характеризует количество выручки от реализации, приходящейся на рубль основных фондов. В 2013 г. значение этого показателя на ООО «Торговый дом «Оброченский» было равно 6,63 руб., т.е. на каждый рубль основных фондов приходилось 6,63 руб. выручки от реализации. В 2014 г. произошло увеличение данного показателя (на 0,5 руб.), а в 2015 г. фондоотдача составила 7,25 руб.

Для анализа финансовых результатов деятельности экономического субъекта используются показатели рентабельности, предполагающие соотнесение прибыли с величиной затрат, активов, капитала, используемых для получения данной прибыли. [4] Предприятие считается рентабельным, если доходы от реализации продукции (работ, услуг) покрывают издержки производства (обращения) и, кроме того, образуют сумму прибыли, достаточную для нормального функционирования предприятия. Экономическая сущность рентабельности может быть раскрыта только через характеристику системы показателей. Общий их смысл – определение суммы прибыли с одного рубля вложенного капитала. Анализ рентабельности позволяет оценить способность предприятия приносить доход на вложенный в него (предприятие) капитал. Анализ рентабельности использования вложенного в предпринимательскую деятельность может проводиться с помощью расчета показателей рентабельности собственного капитала (ROE), рентабельности активов (ROA), прибыли на задействованный капитал (ROCE) и рентабельности производственных фондов. [1]

Характеристика рентабельности предприятия нами будет проведена при помощи данных таблицы 2.

Таблица 2 – Анализ показателей рентабельности

Показатель рентабельности	Формула расчета	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Рентабельность продаж, %	Прибыль от продаж/Выручка от продаж *100%	7,94%	4,34%	8,17%
Чистая рентабельность	Чистая прибыль / Выручка от продаж *100%	6,43%	3,17%	7,27%
Рентабельность активов, % (Экономическая рентабельность)	Чистая прибыль/Средняя величина баланса *100%	22,45%	9,35%	17,88%

Рентабельность расходов по обычным видам деятельности (затратоотдача)	Прибыль от продаж/ (Себестоимость продукции + Коммерческие расходы + Управленческие расходы)* 100%	8,63%	4,53%	9,05%
Рентабельность собственного капитала по чистой прибыли	Чистая прибыль / Средняя стоимость собственного капитала *100 %	24,28%	9,90%	18,73%
Общая рентабельность	Прибыль до налогообложения / Выручка от реализации продукции *100%	6,43%	3,17%	7,27%
Валовая рентабельность	Валовая прибыль / Выручка от продажи *100%	17,66%	19,50%	20,52%

Рентабельность продаж характеризует доходность продаж, т.е. на сколько рублей нужно реализовать продукции, чтобы получить 1 руб. прибыли. Рассмотрим динамику данного показателя за 2013-2015 гг. В 2013 г. она достигала 7,94%, в 2014 г. произошло его снижение на 3,61%, и он составил 4,34%, но в 2015 г. он повысился до 8,17%. Это говорит о том, что к 2015 г. предприятие стало приносить больше прибыли от продажи продукции.

Чистая рентабельность ООО «Торговый дом «Оброченский» и рентабельность активов принимают свое наименьшее значение в 2014 г. и достигают значений 3,17% и 9,35% соответственно. В 2015 г. мы наблюдаем увеличение данных показателей до 7,27% и 17,88%. Затратоотдача с 2013 по 2015 г. имела тенденцию к увеличению. В 2013 г. на один рубль затрат приходилось 8,63 р. убытков, в 2014 г. 4,53 р., а в 2015 г. 9,05 р. прибыли. Повышение рентабельности расходов по обычным видам деятельности обеспечивается преимущественно снижением себестоимости продукции.

Рентабельность собственного капитала по чистой прибыли в 2014 г. снизилась на 14,39 % по сравнению с 2013 г. и составила 9,90%, однако в 2015 г. возросла на 8,83% и составила 18,73%. Этот коэффициент является одним из самых важных показателей, используемых в бизнесе, он измеряет общую величину доходов акционеров. Высокое значение данного коэффициента говорит об успехе компании, что ведет к высокому рыночному курсу ее акции и относительной легкости привлечения новых капиталов для ее развития. Таким образом, можно судить об эффективном использовании собственного капитала предприятия.

Общая рентабельность с 2013 г. имеет тенденцию к повышению. С 2013г. по 2015 г. она увеличилась на 0,83% и приняла отрицательное значение 6,43%. Это показывает эффективную работу предприятия.

Валовая рентабельность характеризует доходность продаж по уровню валовой прибыли. Данный показатель с 2013 г. увеличивается. В 2013 г. он достиг 17,66%, в 2014 г. 19,50%, а в 2015 г. 20,52%.

В завершение анализа отчета о финансовых результатах рассмотрим операционный рычаг (операционный леверидж). Данный показатель рассчитывается по формуле (1):

ОР=(темп изменения прибыли от продаж)/(темп изменения выручки от продаж) 1)

Помогает спрогнозировать изменение прибыли при изменении выручки или определить, какая выручка необходима для получения нужной прибыли. Показывает степень чувствительности прибыли к изменению объема продаж. Рассчитаем операционный рычаг на ООО Торговый дом «Оброченский» по формуле (1):

ОР 2013 = 1,06;

ОР 2014 =0,56;

ОР 2015 =1,88.

Таким образом, в 2015 г. при возможном уменьшении выручки от реализации на 1% прибыль от продаж уменьшится на 1,88% и наоборот. Усилия предприятия по наращиванию объема производства в меньшей степени приведут к росту прибыли, но и риск потери прибыли является не слишком значительным.

По данным анализа отчета о финансовых результатах можно сделать вывод, что в 2015 г. произошло некоторое улучшение финансового состояния предприятия по сравнению с 2014 г. Наблюдается увеличение некоторых показателей оборачиваемости и устойчивости экономического роста, и повышение показателей рентабельности. В целом по предприятию можно охарактеризовать текущую основную производственную деятельность как эффективную. Степень прибыльности деятельности ООО Торговый дом «Оброченский» повысилась.

Использованные источники:

1. Шукшина Ю.А. Аналитические возможности бухгалтерской (финансовой) отчетности экономического субъекта Nauka-Rastudent.ru. 2014. № 12-1 (12). С. 28. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=22779029 (дата обращения: 25.10.2016)

2. Шукшина Ю.А. Методика анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности как одна из предпосылок укрепления финансового состояния экономических субъектов региона / В сборнике: Культурологический подход в экономико-правовом развитии региона XIV Макаркинские научные чтения. Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Мордовский гуманитарный институт". 2014. С. 673-680. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=21964811 (дата обращения: 25.10.2016)

3. Шукшина Ю.А., Гришина К.А. Значение анализа финансового состояния в системе управления экономическим субъектом / В

сборнике: Инновационные тенденции, социально-экономические и правовые проблемы взаимодействия в международном пространстве материалы Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Н. И. Лушенкова. 2016. С. 165-170 URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=26281171 (дата обращения: 25.10.2016)
4. Шукшина Ю.А., Гришина К.А. Анализ финансовых результатов (на материалах ООО «Ганимед СБ») // Мир науки и образования. 2016. № 2 (6). С. 6. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=26691548 (дата обращения: 25.10.2016)

Настюшкиной Е.В.
аспирант 3 курса
факультет «Экономический»
ФГБОУ ВПО МГУ им. Н.П. Огарева
Россия, г. Саранск

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В РАБОТЕ НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ

В статье рассматривается переход на новую ступень развития информационных технологий в деятельности налоговых органов. Автоматизация рабочих процессов позволяет значительно упростить работу налоговых органов, в части оптимизации трудоемкости рабочих процессов, внутреннего контроля, открытости работы, комплексного использования информации. А внедрение различных программно-информационных комплексов и технологий способствующих повышению эффективности контрольной работы налоговых органов и всей налоговой системы.

Ключевые слова: Информация, налоговые органы, информатизация, автоматизация, технологии, модернизация, данные, обработка, качество, система

The article deals with the transition to a new stage of development of information technologies in the activities of tax authorities. Automating workflows can greatly simplify the work of the tax authorities, in terms of the complexity of optimizing work processes, internal controls, transparency of work, the integrated use of the information. And the introduction of a variety of software and information systems and technologies enhance the effectiveness of the control of the tax authorities and the whole of the tax system.

Keywords: information, tax authorities, computerization, automation,

technology, modernization, data processing, quality system

В настоящее время информатизация охватила практически все сферы жизнедеятельности человека и является наиболее приоритетным направлением деятельности общества на пути научно-технического прогресса. Функционирование налоговых органов невозможно без применения передовых информационных технологий. Поэтому основным направлением процесса модернизации налоговых органов является их информатизация.

Объемы собираемой информации в налоговых органах с каждым годом возрастают, справиться с данными объемами невозможно без внедрения современных информационных технологий. Насколько эффективно будет происходить процесс оптимизации функций исполнения, обработки информации, организация по ее хранению и доступ ее налогоплательщику будет способствовать качественному налоговому администрированию [1].

Учитывая значение информационных технологий в деятельности налоговых органов, в структуре ФНС России были выделены специализированные подразделения, занимающиеся разработкой ведомственной автоматизированной информационной системы и поддержанием её в актуальном состоянии, которые помогут решить список возникших проблем. Для внедрения новых информационно – телекоммуникационных технологий, координации деятельности налоговых органов в части обеспечения функционирования информационных систем в Центральном аппарате ФНС России было создано Управление информатизации. Непосредственную разработку прикладного программного обеспечения осуществляют научно – исследовательские вычислительные центры (Московский ГНИВЦ и два региональных вычислительных центра (РНИВЦ) – в Нижнем Новгороде и Чебоксарах).

Задачи Управления информатизации:

- Достижение стратегических целей развития органов налоговой службы за счет эффективного управления развития и информационно-
- Совершенствование информационно-технического функционирования налоговых органов, внедрение новых информационных технологий с
- Обеспечение бесперебойного функционирования серверного, компьютерного, сетевого оборудования и информационных систем
- Координация деятельности налоговых органов в части обеспечения функционирования информационных систем.

Рис. 1.1 Структурные задачи Управления информатизации

Для решения задач внедрения информационных технологий непосредственно в региональных и местных налоговых инспекциях организуются специальные подразделения по информатизации, которые занимаются:

– внедрением нового системного программного обеспечения и средств электронно – вычислительной и другой офисной техники;

– эксплуатацией системных и прикладных программных продуктов и средств ЭВТ;

– информационным взаимодействием между уровнями АИС «Налог» и внешними автоматизированными системами;

– оказанием консультационной помощи.

Основным инструментом автоматизации работы ФНС России является автоматизированная информационная система (АИС) «Налог», которая развёрнута во всех регионах России. Объединяет в единое информационное пространство множество информационных систем и нескольких десятков тысяч универсальных рабочих мест. Состоит из информационных ресурсов, компьютерной системы, системы связи и телекоммуникаций, организационно – технических средств. Эта система имеет многоуровневую иерархическую структуру, в ней используются разнородные программно – аппаратные средства разных производителей. АИС «Налог» обеспечивает автоматизированный сбор, учет, обработку, анализ информации и принятие решений в налоговых процессах. Основная задача заключается в обеспечении поддержки принятия решений при выполнении сотрудниками различных функций налогового администрирования [2].

Основной целью является снижение трудоемкости и рационализирование управленческой деятельности налоговых органов, путем применения экономико-математических методов, вычислительной техники и средств связи, упорядочения информационных потоков. Т.е. АИС «Налог» представляет собой информационную модель налоговых органов.

Рис. 1.2 Структура АИС «Налог»

Цели функционирования автоматизированной системы «Налог» можно охарактеризовать следующим образом:

1. повышение эффективности функционирования системы налогообложения за счет оперативности и повышения качества принимаемых решений,
2. совершенствование оперативности работы и повышение производительности труда налоговых инспекторов,
3. обеспечение налоговых инспекций всех уровней полной и своевременной информацией о налоговом законодательстве,
4. получение данных о поступлении налогов и других платежей в бюджет,
5. сокращение объема бумажного документооборота.

Для обеспечения возложенных функций АИС «Налог» осуществляет процесс информационного взаимодействия с налогоплательщиками [3].

АИС «Налог» строится как многоуровневая территориально-распределенная система обработки налоговой информации, включающая в качестве составных частей:

– корпоративные информационные системы типовых узлов федерального – Центральный аппарат, регионального - УФНС и местного уровней – ИФНС, МРИ;

– систему обеспечения информационной безопасности (распределение прав доступа пользователей на сервере, антивирусное обеспечение);

- систему мониторинга и управления (осуществляется в административной части данной системы);

– систему телекоммуникаций (СТК) – сдача налоговой и бухгалтерской отчётности налогоплательщиками через Интернет, телемосты между ФНС и инспекциями.

Для автоматизации налогового администрирования применяются аппаратно – технические и программные средства.

Дл успешной организации налоговых органов в составе средств автоматизации налоговой деятельности используется:

– общее (системное) программное обеспечение;

– специальное (прикладное) программное обеспечение.

Перечень ПО, используемого налоговыми органами ежегодно

обновляется Заместителем руководителя ФНС России. На рис.1.3 представлена классификация программного обеспечения.

Средства обеспечения информационной безопасности (средства шифрования, противовирусная защита)	Системы, обеспечивающие автоматизацию деятельности подразделения как организаций (программный комплекс «Приём – регион»)
Коммуникационные средства (программы и протоколы)	Системы ведения справочников и классификаторов (ПИК «Кладр» – классификатор адресов,СОУН)

Рисунок 1.3 Классификация программного обеспечения налоговых органов

Архитектура АИС «Налог» имеет свои особенности, которые определяются следующим требованиям:

- структура АИС должна соответствовать структуре налоговой системы;
- содержание АИС должно соответствовать предметной области налоговой системы (задачи, документы);
- система обработки информации в АИС реализуется на основе сетевой информационной технологии в налоговых службах;
- единство стандартов, методик проектирования при разработке различного технического и информационного обеспечения [4].

В АИС «Налог» реализовано межуровневое информационное взаимодействие на основе интегрированных распределенных баз данных.

Для использования в повседневной деятельности налоговых органов информационных технологий, необходимо получение информации из всех баз данных. Кроме этого, нужно создать дополнительные базы данных с информацией, которые помогут получать ее с внешних организаций и дальнейшее налаживание связи с ними. Важнейшей задачей информатизации работы налоговой службы является не только возложение на информационные технологии задача контроля, обработки, хранении информации по налогам, но и создание автоматического интерфейса по взаимодействию с другими государственными структурами.

Таким образом, АИС «Налог» можно рассматривать как человекомашинную систему с автоматизированной технологией получения результатной информации, необходимой для информационного обслуживания специалистов – экономистов, работников налоговой и бюджетной сфер, для формирования и исполнения бюджетных показателей, контроля за налоговыми поступлениями, оптимизацией принимаемых управленческих решений. Создание такой системы стало итогом работы по информатизации налоговых органов [5].

Использованные источники:

1. М.В. Мишустин. Для повышения качества налогового администрирования необходима комплексная модернизация налоговой службы // Российский налоговый курьер. 2010. №22. С. 5 – 9.
2. С. Н. Андрющенко. Модернизация налоговых органов: что сделано или результаты за два года // Российский налоговый курьер . 2012. №23. С. 35 – 36.
3. А.О Горбенко, А.В. Мамасуева. Информационные технологии в налогообложении // М.: КУРС: НИЦ ИНФРА - М, 2014. С.60 - 64.
4. М. В. Мишустин. Информационно-технологические основы государственного налогового администрирования в России: моногр. М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2005. С. 54 – 60.

Нейф Н.М., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы и кредит»
Трескова Т.В., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВО Ульяновская ГСХА
Россия, г. Ульяновск

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «СБЕРБАНК»)

В статье рассматривается современное состояние ипотечного кредитования в России. Произошедшие в экономике события 2014-2015 г.г. негативно повлияли на рынки жилья, жилищного строительства и ипотечного кредитования. Адаптация указанных рынков к новым условиям еще не полностью завершена, и возможность дальнейшего падения статистических показателей пока сохраняется. Отсюда вытекает круг проблем развития системы ипотечного кредитования, которые авторы статьи обобщают на примере ПАО «Сбербанк».

Ключевые слова: ипотечное кредитование, договор ипотечного кредитования, кредитор, заемщик, ПАО «Сбербанк».

В 2015 году экономика России адаптировалась к последствиям девальвационного шока и новым условиям доступа на зарубежные финансовые и товарные рынки. Однако рост волатильности цен на нефть и обменного курса в июле-августе 2015 года формирует новый вызов для российской экономики, которая, казалось, уже стала преодолевать

последствия потрясений конца 2014 – начала 2015 годов [1].

По мере стабилизации инфляции и ситуации на финансовых рынках Банк России перешел к смягчению кредитно-денежной политики и к концу 2015 года последовательно снизил ключевую ставку до уровня 11,5% годовых (по сравнению с 17% годовых на начало года). Соответственно, стала снижаться и стоимость фондирования, которая с некоторым запаздыванием отражается и на смягчении условий кредитования.

С другой стороны, возможности банков по наращиванию кредитных портфелей остаются ограниченными. Реализация государственных мер по докапитализации банков и поддержка со стороны Банка России позволили несколько улучшить ситуацию с достаточностью капитала кредитных организаций, а замедление темпов роста объемов кредитования - ситуацию с ликвидностью. Однако проблема с привлечением долгосрочных источников фондирования в текущих условиях сохраняется. По оценкам Банка России, ключевой проблемой для банковского сектора в ближайший год станет реализация кредитных рисков в условиях отрицательной динамики ВВП.

В целом, произошедшие в экономике события негативно повлияли на рынки жилья, жилищного строительства и ипотечного кредитования. Однако, в силу инерционности процессов, адаптация указанных рынков к новым условиям еще не полностью завершена, и возможность дальнейшего падения статистических показателей пока сохраняется [2].

Объемы выдачи ипотеки в 2015 года демонстрировали меньшую глубину падения по сравнению с необеспеченными кредитами физическим лицам. Кроме того, ипотечные кредиты остаются более качественным активом по сравнению с другими потребительскими кредитами по данным Банка России.

Программа субсидирования ипотечных кредитов, лимиты по которой были увеличены с 400 до 700 млрд рублей, будет способствовать не только восстановлению рынка ипотеки, но и снижению средневзвешенных ставок выдачи. Средняя ставка по выданным в 2015 году кредитам составила, по данным Банка России, 13,3%. Напомним, что в 2014 году она составляла 14,7%.

Вызывает настороженность продолжающийся рост ипотечных ссуд, платежи по которым просрочены на 90 и более дней (90+). На 01.07.2015 объем таких ссуд достиг максимального значения за весь период наблюдений (с января 2009 года) – 98,1 млрд рублей (+31% за последние 6 месяцев) [3].

Тем не менее, ипотечные кредиты остаются наиболее качественным активом по сравнению с другими потребительскими кредитами: по данным Банка России, доля ипотечных кредитов без просроченных платежей сохраняется на высоком уровне (94%), а доля ипотечных ссуд со сроком задержки платежей более 90 дней составляет 2,7% по сравнению с 13,9% по иным ссудам населению.

По данным Росреестра, в 2015 году общее количество зарегистрированных прав собственности на основании договоров купли-продажи и договоров долевого участия снизилось по сравнению с 2014 годом на 12%. Основной причиной сокращения количества сделок с жильем стало снижение спроса, в том числе из-за снижения доступности ипотеки: количество сделок с ипотекой сократилось на 24% по сравнению 2014 годом, а без ипотеки – на 7,8%. Как следствие, снизилась и доля сделок с ипотекой - до уровня в 22,9% [3].

Ввиду продолжения влияния внешних факторов на экономику страны не стоит ожидать повторения рекордов 2014 года. Вместе с тем, улучшение ситуации с фондированием и реализация программы субсидирования ипотечных кредитов на новостройки будут способствовать восстановлению рынка ипотеки и жилищного строительства. Снижение реальных доходов населения в условиях высокой закредитованности может привести к трудностям с обслуживанием кредитов и, как следствие, росту вероятности дефолтов по кредитам. Кроме того, росту кредитных рисков способствует и сокращение возможностей заемщиков рефинансировать ранее взятые кредиты.

Кредитный бизнес является одним из основных направлений деятельности ПАО «Сбербанк». В числе основных направлений в кредитных операциях ПАО «Сбербанк» в соответствии со стратегией банка являются кредитование предприятий малого и среднего бизнеса, автокредитование, ипотечное кредитование, а также потребительское кредитование.

Невозврат заемщиком полученных средств остается для ПАО «Сбербанк» одной из основных проблем. Увеличение объема проблемных кредитов становится причиной возникновения целого ряда негативных последствий, среди которых можно выделить следующие:

- падение рентабельности и ликвидности банка;
- потеря репутации банком;
- отток клиентов и потеря квалифицированных работников;
- возникновение дополнительных расходов, связанных с взысканием проблемной задолженности и т.д.

Возможны потенциальные проблемы относительно невозвращения кредита работники банка должны идентифицировать на всех этапах кредитного процесса. Это позволит минимизировать риски, связанные с возникновением проблемной задолженности, а также снизить возможные финансовые потери банка из-за невозврата предоставленных кредитов.

Поэтому в ПАО «Сбербанк» особое внимание должно уделяться непрерывному контролю за выполнением условий кредитного договора заемщиком, погашением тела кредита и процентов за его пользование в четко оговоренные сроки, изменением физического состояния заемщика, наличием и изменением стоимости и качестве обеспечения по кредиту, а также своевременно реагировать на другие изменения, в перспективе могут

привести к возникновения проблемной задолженности.

ПАО «Сбербанк» самостоятельно устанавливает критерии определения проблемной задолженности, методы ее обнаружения и мониторинга, методы работы с заемщиками по взысканию проблемной задолженности. Однако при работе с проблемной задолженностью есть некоторые общие принципы ее выявления и мониторинга, используются большинством отечественных банков.

Относительно трактовки этого термина учеными необходимо констатировать наличие нескольких подходов к определению проблемного кредита. Некоторые из них отождествляют проблемный кредит с просроченной задолженностью, другие отмечают низкой вероятностью погашения кредита по разным причинам.

Итак, проблемным кредитом будем считать кредит, по которому своевременно не проведен один или несколько платежей, или возникли обстоятельства, вызывающие сомнения относительно своевременного и полного возврата предоставленного кредита из-за финансовой неустойчивости заемщика, недостаточную обеспеченность или необеспеченность кредита или других причин, влияющих на возможность невозврата кредита и процентов за пользование заемщиком.

Проблемная задолженность может возникать по разным причинам. Эти причины (факторы) предлагаем условно разделить на несколько групп:
- внешние по банку и контрагентов факторы;
- внутрибанковские факторы;
- факторы, связанные с деятельностью заемщика.

Факторы возникновения проблемной задолженности в ПАО «Сбербанк» перекликаются с факторами кредитных рисков. И это не удивительно, так как проблемная задолженность является основной причиной реализации кредитного риска.

Внешние ПАО «Сбербанк» факторы - это факторы, влияющие на возможность возникновения проблемной задолженности и не поддаются контролю ни со стороны банка, ни со стороны заемщика. К таким факторам относятся: изменения в законодательстве; политическая, экономическая ситуация в стране (уровень безработицы, уровень инфляции); форс-мажорные обстоятельства и т.д.

В группу внутрибанковских факторов возникновения проблемной задолженности относят те факторы, которые непосредственно связаны с кредитной политикой банка.

Особенностью этой группы факторов, в отличие от предыдущей, является возможность влияния и контроля со стороны банковского учреждения. К указанной группе факторов относятся:

-недостаточно продуманная кредитная политика банка;

- квалификационный уровень, отсутствие или недостаточность опыта работы работникам кредитного отдела;

- либеральное отношение к заемщику;

- кредитование связанных с банком лиц (инсайдеров) на льготных условиях и самокредитование;

- недостаточность и неточность информации о заемщике, его кредитоспособности;

- ошибки в оценке обеспечения по кредиту и ненадлежащий мониторинг наличия или изменения качества или стоимости обеспечения;

- ненадлежащий контроль выполнения условий кредитного договора;

- злоупотребление работников кредитного отдела;

- предоставление кредита для погашения другого кредита, инновационных проектов, новых сфер деятельности и т.д.

Практика показывает, что чаще всего проблемная задолженность возникает из-за факторов, которые связанны с деятельностью заемщика, к которым относятся:

- недостаточный уровень управления на предприятии заемщика;

- неожиданные обстоятельства, связанные с обеспечением по кредиту (потеря или ухудшение качества имущества);

-изменение финансового состояния заемщика в сторону ухудшения;

- отсутствие опыта ведения бизнеса;

- снижение качества продукции заемщика;

- морально-этические качества заемщика;

-неэффективность реализации и неокупаемости кредитного проекта и т.д.

Проблемные кредиты обычно не возникают внезапно. О возможности возникновения проблем с погашением предоставленного кредита заемщиком свидетельствует ряд признаков, которые работник банка может вовремя обнаружить и принять меры, направленные на минимизацию потерь банка от невозврата или несвоевременного возврата предоставленного кредита.

Чем раньше будут выявлены факты ухудшения финансового состояния заемщика или других признаков проблемности кредита, тем проще будет путь выхода из нежелательной для всех ситуации.

Среди признаков, указывающих на возможность возникновения проблемной задолженности, выделяют следующие:

- прекращение контактов заемщика с работниками банка;

- представление финансовой отчетности заемщика с задержками;

-выявление фактов предоставления банку недостоверной или фальсифицированной отчетности и других данных;

- ухудшение финансового состояния заемщика (ухудшение показателей финансового состояния, наличие убытков);

- невыполнение обязательств перед другими банками и контрагентами;

- судебные разбирательства, в том числе наличие требований третьих лиц по заемщику в арбитражном процессе, которые могут повлечь взыскание с него денежных сумм или имущества в крупных размерах;

- ухудшение финансового состояния поручителя или гаранта;
- ухудшение состояния развития отрасли;
- изменение качества или стоимости обеспечения;
- безосновательная изменение предмета залога;
- изменение юридического адреса заемщика, места фактического пребывания;
- уменьшение поступлений средств на счета заемщика;
- потеря поставщиков, покупателей и рынков сбыта заемщиком;
- смена руководства заемщика.

Количество календарных дней просрочки погашения долга определяется на отчетную дату, начиная со следующего рабочего дня за днем, когда произошло погашение долга в срок, предусмотренный договором.

Следует отметить, что некоторые страны (в основном развитые) и отдельные международные организации просроченным считают кредит, задержка по выплате которого составляет больше 90 дней.

В Российской Федерации ситуация складывается следующим образом: в законодательстве нашего государства четкого определения проблемного кредита в зависимости от количества дней просрочки нет. Поэтому ПАО «Сбербанк» этот вопрос решает самостоятельно. Но несмотря на сложную экономическую ситуацию в государстве, а также на циклические кризисные явления в банковском секторе, ПАО «Сбербанк» усилил контроль за просроченной задолженностью.

Поэтому просрочки платежа по кредиту даже в несколько дней делает этот кредит проблемным. Хотя нужно отметить, что на первых стадиях просрочки платежа по кредиту работа с заемщиком носит достаточно либеральный характер и воплощается в форме звонков, напоминаний, просьб об уплате долга. Временные промежутки раннего этапа сбора просроченной задолженности устанавливаются банками самостоятельно и могут колебаться в пределах от 30 до 90 дней.

Рассмотрим ситуацию с просроченной задолженностью на примере одного из заемщиков ПАО «Сбербанк».

ФИО: Петров Владимир Сергеевич

Сумма выдачи: 2000000 руб.

Остаток основного долга на 01.01.2016 г.: 1650000 руб.

Срок кредитования: до 01.01.2026 г.

Предложенной мерой по решению проблемы просроченной задолженности по ипотечному кредиту является реструктуризация задолженности.

Целесообразным считаем предложить заемщику понижение процентной ставки по кредиту, дифференцированный платеж, но при этому срок кредитования останется таким, что и первоначальный по договору (таблица 1).

Таблица 1 – Условия реструктуризации кредитной задолженности

Дата выдачи	01.01.2016	
Сумма кредита	1 650 000,00	
Срок кредитования (месяц)	240	
Ставка год 1	6,00%	
год 2	8,55%	
год 3	11,06%	
год 4	12,00%	
год 5	13,00%	
год 6	14,00%	
год 7	15,00%	
год 8 и дальше	15,00%	
ОД 1-й год	3 437,50	
ОД 2-й год	3 437,50	
ОД 3-й год	5 156,25	
платеж по ОД после 3-х лет	7 380,51	ежемесячно
проценты		ежемесячно

Согласно данной схемы реструктуризации заемщику целесообразно предложить понижение % ставки по кредиту в 1 год до 6%, во 2 год до 8,55%, 3 год – 11,06%, в 4-году возвращается первоначальная ставка по кредитному договору. Далее в течении 3-х лет % ставка возрастает ежегодно на 1% и фиксируется на уровне 8-го года и до конца срока кредитования. Таким образом, заемщик не будет находиться на просрочке, сумма ежемесячного платежа уменьшится, а банк соответственно сможет решить проблему просроченной задолженности.

Дальнейшее развитие ситуации и вероятность реализации накопленных ранее рисков в банковской системе зависит от способности кредитных организаций адаптироваться к изменившимся условиям: снижению спроса на кредиты, росту стоимости фондирования и росту просрочек по кредитам в случае сокращения реальных доходов населения.

Использованные источники:

1. www.cbr.ru - официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации: [сайт] (дата обращения 30.10.2016);
2. http://www.ipoteka73.ru/ipoteka/programs/pereezd.html - ОАО Ульяновская областная корпорация ипотеки и строительства: [сайт] (дата обращения 08.10.2016).
3. http://www.ahml.ru/ru/agency/analytics/statsis - агентство по ипотечному жилищному кредитованию [Электронный ресурс] (дата обращения 28.10.2016г).
4. Яшина М.Л., Нейф Н.М. Деньги. Кредит. Банки: Учебное пособие для бакалавров / Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия им. П.А. Столыпина. Ульяновск, 2012.
5. Нейф Н.М., Евгеньева В.С. Современное состояние ипотечного кредитования в России и Ульяновской области // Экономические

исследования. 2013. № 3. С. 4.

Некрасова К.Н.
студент 3 курса
направление «Экономика»
Зюзина Н.Н., к.э.н.
доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ
Россия, г. Липецк

МАРКЕТИНГ ВЛИЯНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM
INFLUENCER MARKETING IN SOCIAL NETWORK INSTAGRAM

Ключевые слова: маркетинг, социальная сеть, бренд, маркетинг влияния, пользователи Интернета.

Keywords: marketing, social network, a brand, influencer marketing, Internet users.

Аннотация: статья посвящена маркетингу в социальной сети Instagram, которая в последнее наиболее динамично развивается. Рассмотрены способы продвижения продукции и выявлена целевая аудитория, на которую направлено маркетинговое воздействие.

Annotation: the article is devoted to marketing in a social network Instagram, which develops quite dynamically these days. Methods of promotion of products are discussed and identified is identified the target audience, which is directed marketing impact.

Социальные сети на сегодняшний день из ресурса для общения превратились в один из самых действенных инструментов маркетинга. Их аудитория уже давно превысила потенциальную аудиторию не только любых печатных СМИ и радио, но даже и телевидения. Стоит отметить, что не смотря на свою относительную молодость, среди всех социальных сетей наиболее динамично развивающейся является Instagram. На июнь 2016 года в нем уже зарегистрировано свыше 500 миллионов пользователей по всему миру. В среднем каждый день в соцсети размещается свыше 95 миллионов изображений и видеороликов, а лайками отмечаются 4,2 миллиарда публикаций.

Instagram является современной своеобразной платформой для реализации маркетинговой стратегии по продвижению того или иного товара или услуги. Маркетологи начали радостно «хлопать в ладоши», когда исследования показали, что многие пользователи используют Instagram как канал для совершения покупок. Они листают посты различных брендов, комментируют, делятся мнениями насчет товаров. Можно сказать, что социальная сеть Instagram является отличным драйвером продаж.

Не так давно такое явление, как «маркетинг влияния» стало

актуальной темой обсуждения среди многих специалистов, что неудивительно — его мощный потенциал трудно не заметить. Маркетинг влияния не является чем-то инновационным. Он основан на рекомендациях «сарафанного радио» — социальные сети буквально дали вторую жизнь этому маркетинговому ходу. Это примерно то же самое, когда друзья рекомендуют вам подходящее место для отпуска. Вы цените их советы, потому что вы доверяете их мнению. Маркетинг влияния работает так же, позволяя вам направлять аудиторию или единомышленников, следующих за агентом влияния, имеющим их доверие90.

Чтобы грамотно выстроить продвижение бренда в Instagram и получить максимальную пользу, нужно хорошо представлять себе, что за люди пользуются этой социальной сетью. Необходимо выделить, что основной целевой аудиторией данной соцсети являются интернет-пользователи в возрасте от 17 до 25 лет. Немаловажным остается тот факт, что 68% всех пользователей Instagram являются женщинами, а ведь кто как не они совершают наибольшее число покупок. Российская аудитория Instagram составляет 8,6 миллионов пользователей, среди которых 47% мужчин и 53% женщин91.

Одним из инструментов поиска необходимого направления в тематике фотографий и видеозаписей является хештег, то есть ключевое слово или фраза, перед которыми ставится символ #. Хэштеги – это отличная возможность привлечь дополнительных клиентов на свою страницу и прорекламировать определенный продукт. Несмотря на то, что большинство известных брендов уже есть в Instagram, осталось еще множество малоизвестных и узкоспециализированных компаний, которые пока слабо обозначили там свое присутствие. У некоторых из них может даже не быть аккаунта в соцсети, но благодаря хэштегам пользователи могут находить контент, так или иначе связанный с интересующим их брендом. А компании могут узнать больше о том, что хочет их целевая аудитория, также используя хэштеги.

Крупные мировые бренды довольно активно используют социальные сети. Например, компания Volvo пользуется Instagram как инструментом для получения фотографий пользователей, которые потом помещает на своих страницах в других социальных сетях. Причина проста: набор официальных изображений ограничен и довольно быстро надоедает, а за счет любительских фотографий спектр изображений удается выгодно расширить92.

---

[90] Особенности маркетинговой стратегии в сети Instagram [Электронный ресурс]. URL: http://inconsult.pro/osobennosti-marketingovoy-strategii-v-seti-instagram/ (дата обращения: 06.10.2016).

[91] Маркетинговая стратегия в соц. сети Instagram [Электронный ресурс]. URL: http://basinform.ru/biznec/samoe-glavnoe-o-marketinge/149-strategia_marketinga_v_socialnoj_seti_instagram.html/ (дата обращения: 05.10.2016).

[92] Эффективный маркетинг в Instagram [Электронный ресурс]. URL: http://www.slideshare.net/art23/instagram-43285231 (дата обращения: 03.10.2016).

Однако ошибочно полагать, что Instagram может пригодиться только крупным мировым брендам. Даже небольшие фирмы при помощи этой сети могут существенно расширить свою аудиторию, а также получить отзывы о товаре.

Наиболее действенным способом является размещение постов с реализуемой продукцией в аккаунтах с большим количеством подписчиков. Если выбирать аккаунт для продвижения, то лучше, конечно, остановиться на «звёздном» пользователе, у которого могут быть миллионы подписчиков. Они следят за жизнью и каждым шагом любимого певца или актера, стараются подражать ему во всем, а потому ненавязчиво «вставленная» реклама какого-либо бренда обязательно заинтересует поклонников. Несмотря на довольно высокую стоимость размещения рекламы, такой способ можно назвать самым быстрым и, что важно, качественным – ведь отдача может быть 100%.

Подводя итог, хочется отметить, что если вы являетесь владельцем компании, товары и услуги которой предназначены для молодой аудитории, то Instagram — ваше будущее и отличный способ продвижения своего бренда.

Использованные источники:

1. Зюзина Н.Н. Маркетинговые коммуникации. Учебное пособие // Зюзина Н.Н. – Липецк, ЛКИ. – 2012. – 65 с. 2.

2. Зюзина Н.Н. Поведение потребителей и вирусный маркетинг // Н.Н. Зюзина, О.И. Юдин // Экономика и управление: сб.науч. статей Всеросс. науч.-практ. конф. – Тамбов-Липецк, Изд-во Першина Р.В. – 2011. – 6 с.

3. Маркетинговая стратегия в соц. сети Instagram [Электронный ресурс]. URL:http://basinform.ru/biznec/samoe-glavnoe-o-marketinge/149-strategia_marketinga_v_socialnoj_seti_instagram.html/ (дата обращения: 05.10.2016).

4. Особенности маркетинговой стратегии в сети Instagram [Электронный ресурс]. URL: http://inconsult.pro/osobennosti-marketingovoy-strategii-v-seti-instagram/ (дата обращения: 06.10.2016).

5. Эффективный маркетинг в Instagram [Электронный ресурс]. URL: http://www.slideshare.net/art23/instagram-43285231 (дата обращения: 03.10.2016).

6. Божук С.Г. Маркетинговые исследования. Основные концепции и методы. – СПб.: Вектор, 2014. – 288 с.

7. Федько, С.А. Основы маркетинга: учебник/ С.А. Федько. — М.: ДАНА, 2013. — 375с.

Никитина Р.С., к.пед.н.
ведущий научный сотрудник
ФГБНУ «Институт национальных школ Республики Саха (Якутия)»

ПОДГОТОВКА УЧИТЕЛЕЙ РОДНЫХ ЯЗЫКОВ ДЛЯ РАБОТЫ С ДЕТЬМИ В ШКОЛАХ СЕВЕРА

Аннотация. В статье автор обращает внимание на перемены, связанные с организацией образовательной деятельности в школах Севера. Приводит статистику Всероссийской переписи населения Российской Федерации 2010 года и Республике Саха (Якутия). Предложены подходы для подготовки педагогических кадров для образовательных организаций в условиях Севера.

Ключевые слова. Образовательная деятельность, школы Севера, кочевая школа, этнокультурные потребности, коренные народы, Север Якутии, традиционный уклад.

Annotation. The author draws attention to the changes related to the organization of educational activities in the schools of the North. It provides statistics of the Russian Federation 2010 All-Russia population census, and the Republic of Sakha (Yakutia). The approaches to teacher training for educational institutions in the North.

Keywords. Educational activities, the North School, nomadic school, ethnic and cultural needs of the indigenous peoples, north of Yakutia, the traditional way.

В настоящее время происходят перемены, связанные с организацией образовательной деятельности в местах традиционного проживания и хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов Севера, в том числе процессы этнического развития, обеспечивающие этнокультурные потребности участников образовательного процесса, их интеграцией в единое образовательное пространство.

Север Якутии – это территория компактного проживания представителей коренных малочисленных народов – эвенов, эвенков, юкагиров, чукчей, долган. Коренные народы Севера жили и живут в экстремально суровых климатических условиях, где идет постоянная борьба за улучшение условий жизни.

В каждом населенном пункте есть социум, где проживает «группа людей, объединенных общими условиями существования, устойчивыми связями, культурой, традициями, социальными ценностями, нормами, языком»

В 28 субъектах Российской Федерации компактно проживают 40 коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока, каждый из которых имеет свою многовековую историю, материальную и духовную культуру, традиционную, хозяйственную деятельность.

Всероссийская перепись населения РФ 2010 года показала, что общая численность коренных малочисленных народов составляет 145848. Из них эвенков – 38396 , эвенов – 21830, юкагиров – 1603, чукчей- 15908,долган-7885. В России около 65% граждан из числа малочисленных народов Севера

проживают в сельской местности.

В Республике Саха (Якутия) общая численность коренных малочисленных народов Севера РС (Я) составляет 39936 человек. Из них эвенков-21008, эвенов-15071, юкагиров-1281, чукчей-670, долган-1906. Так, В 2010 году в Республике Саха (Якутия) наблюдается прирост численности народов Севера, что составляет 21,5%. Это связано с укоренением их традиционного уклада жизни, как своего образного локомотива движению вперед.

В сохранении и возрождении традиционных знаний равные ключевые роли играют как хозяйственная, так и образовательная деятельность. Необходимо научное исследование проблем обучения традиционным знаниям и проектирование новых образовательных моделей на основе интеграции традиционных и научных знаний. При этом нужно учитывать этнокультурные потребности участников образовательного процесса.

Нами было проведено мониторинговое исследование владения родным языком и знаниями традиционного уклада, обучающимися в школах Севера, расположенных в местах компактного проживания коренных малочисленных народов.

Появилась возможность определить особенности организации образовательной деятельности, обозначить направления, цели, задачи, типы, виды образовательных организаций (малокомплектные: кочевые детские сады, кочевые школы, агрошколы) в местах традиционного проживания и хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ.

Проблема сохранения традиционного уклада жизни и экономики коренных жителей Севера стоит сегодня достаточно остро.

Значение кочевой школы для развития Северного региона трудно переоценить. Открытие образовательных организаций такого типа позволит организовать обучение и воспитание детей в условиях семейного, производственного кочевья народов Севера, будет способствовать углубленному изучению родных языков в естественных жизненных условиях, позволит обучающимся знакомиться с живыми народными традициями, обычаями родителей. А привитие ценностей этнической культуры народов приведет к новому развитию коренных северян в современном историческом контексте.

Исходя из этого, нужно принять принципиальное решение – создать условия для подготовки педагогических кадров для образовательных организаций подобного типа. В качестве первого практического шага желательно было бы принять специальный документ о присвоении организациям, занимающимся подготовкой кадров, статуса региональной инновационной площадки по теме «Модель подготовки педагогических кадров для работы в системе кочевого образования детей коренных малочисленных народов Севера». На сегодняшний день это может стать

одним из приоритетных направлений деятельности подготовки кадров, а для системы профессионального образования Якутии – началом уникального опыта подготовки квалифицированных педагогических кадров для кочевых школ, которые владеют как смежными предметными специальностями, так и основами этнопедагогики и этнопсихологии.

Мы считаем, что успех в реализации задач «кочевой школы» может достичь педагог, вышедший из этой же среды, овладевший внутренним интеллектуальным миром этноса, его духовностью, мировоззрением, народной философией.

Реализация идеи подготовки нового учителя кочевой школы может потребовать выработки новых подходов:

- к формированию учебного плана, совмещающего наиболее востребованные педагогические специальности (учитель начальных классов и воспитатель детского сада) для работы в кочевой этнической школе;
- к разработке методики преподавания учебных дисциплин на основе модульно-компетентностного подхода, позволяющего дифференцировать содержание обучения, индивидуализировать педагогическое воздействие с учетом уровня подготовленности обучаемых;
- к разработке содержания образования, включающего модули и учебные элементы, направленные на освоение особенностей этнокультуры, этнопедагогики, этнопсихологии, в частности, включение в региональный компонент учебного плана дисциплин «Родной язык» (эвенский, эвенкийский, долганский, чукотский), «Культура народов Республики Саха (Якутия)», «Литература народов Севера», «Этнология», в преподавание общепрофессиональных дисциплин – модулей «Этнопедагогика», «Этнопсихология», «Основы экономики и хозяйственной деятельности в Якутии», в преподавание дисциплин предметной подготовки учебных элементов – модулей «Краеведение», «Родная литература», «Декоративно-прикладное искусство народов Севера» и др.

Подготовку кадров для кочевых школ можно осуществить в три этапа.

Первый этап, подготовительный, когда основную работу можно направить на подготовку ресурсной базы: нормативно-правового, материально-технического, информационно-методического обеспечения. Разработать и утвердить положение о проекте региональной инновационной площадки, учебный план, календарный учебный график, основную профессиональную образовательную программу, учебно-методические комплексы. Составить перечень необходимого учебного оборудования, расходных материалов, учебных и методических пособий для дальнейшего приобретения.

Второй этап, основной. Это непосредственная реализация комплекса мероприятий по подготовке педагогических кадров для кочевых школ Якутии. Так, в группе по специальности «Преподавание в начальных классах» студенты могут приступить к учебным занятиям в очно-заочном

режиме. В течение первого года обучения можно завершить процесс общеобразовательной подготовки, а также организовать процесс освоения основной профессиональной образовательной программы по специальности. Кроме этого, организовать сотрудничество с учителями начальной общеобразовательной кочевой школы по вопросам разработки содержания модулей и учебных элементов, направленных на освоение особенностей этнокультуры коренных малочисленных народов Севера. Также разработать методические рекомендации по созданию учебных программ дисциплин регионального компонента, на основании которых были бы созданы инновационные учебные программы, учитывающие особенности среды обитания, специфику мировосприятия и мышления обучающихся, природно-географические и хозяйственные особенности региона.

Третий этап, итоговый, может включать обобщение опыта, анализ и публикацию результатов реализации подготовки кадров для работы в системе кочевого образования детей коренных малочисленных народов Севера.

Качественная подготовка учителей родных языков для работы с детьми в школах Севера в целом будет способствовать созданию более качественных условий для образования и воспитания детей коренного населения Республики Саха (Якутия), сохранению и дальнейшему развитию традиционного образа жизни и этнической культуры коренных малочисленных народов Севера.

Огольцова К.О.
студент 4 курса
факультет «Инженерно-экономический»
Ульяновский государственный технический университет
Россия, г. Ульяновск

МИНИСТР ФИНАНСОВ БУНГЕ НИКОЛАЙ ХРИСТИАНОВИЧ

Статья посвящена реформаторской деятельности Н. Х. Бунге. Бунге отвечал за проведение экономических реформ в прошлом веке. Повторить их невозможно, но гражданский пафос его деяний весьма поучителен для нас.

Ключевые слова: министр финансов, денежно-кредитная система, налоговая система, реформирование.

Ogolzova. K.O., 4-th year student, facult «engeneering-economic»,
Ulyanovsk State Technical University

MINISTER OF FINANCE BUNGE NIKOLAY KHRISTIANOVICH

Article is devoted to reformatory activity of N. H. Bunge. Bunge was responsible for carrying out economic reforms last century. It is impossible to repeat them, but civil pathos of its acts is very instructive for us.

Keywords: Minister of Finance, monetary and credit system, tax system, reforming.

Николай Христианович Бунге родился 11 (24) ноября 1823 года в Киеве. После окончания юридического факультета Киевского университета преподавал сначала в Нежинском лицее (Черниговская область), затем в Киевском университете, где с 1852 по 1880 годы, занимал должность профессора, декана и ректора. Приглашался преподавать политэкономию и теорию финансов сыновьям императоров Александра II и Александра III.

Финансовая система России до начала 80-х годов была в кризисе. Многие бюджетные беды напоминали нынешние. Из общей суммы прямых налогов около 16/17 приходилось на бедное сельское население и лишь 1/17 – на все остальные классы. Косвенное обложение преимущественно состояло из налога на крепкие напитки и также касалось главным образом крестьян. Недоимки порождали дефициты, дефициты порождали займы, займы влекли за собой падение курса рубля, уменьшение ценности денег, что усложняло выплаты по государственному долгу. Для обеспечения последних повышались налоги, в результате снова росли недоимки, дефициты, займы, падал рубль.

Назначением на пост министра финансов России (1881) Бунге был должен, разумеется, не только своей репутации «ученейшего экономиста» с мировым именем, но и замечательному практическому опыту. С 1859 по 1863 годы он неоднократно приглашался в Петербург в качестве члена Комиссии по крестьянскому делу и эксперта (единственный представитель вузов России) Редакционных комиссий, готовивших документы в связи с отменой крепостного права. В 1862–1866 годах Бунге, кроме преподавательской работы, возглавлял третью по значению в стране Киевскую контору Государственного банка, а также руководил местным Обществом взаимного кредита. Избирался депутатом Киевской думы и являлся председателем ее финансовых комиссий.

Бунге был готов к последовавшему в июне 1880 года назначению его, по личному указанию императора Александра II, товарищем (заместителем) министра финансов. После недолгого сотрудничества с министрами С.А. Грейгом и А.А. Абазой ему в мае 1881 года предложили стать управляющим министерством финансов, а с 1 января следующего года – министром финансов.

Современников поражали в новом министре простота поведения, скромность, полное отсутствие бюрократического камуфляжа, независимость, бескорыстие, честность и редкое трудолюбие. Назначение Бунге внесло бодрость в деятельность министерства. Бунге «являлся убежденным сторонником социальной политики». Он понимал: имея бедное, голодное и задавленное налогами сельское население, нельзя построить экономического благосостояния государства, центр тяжести окладного обложения необходимо перенести на имущие классы.

Бунге был первым министром финансов, исходившим из твердого убеждения в том, что «финансизм» – исключительная забота о

государственных финансах в узком смысле слова – должен смениться «экономизмом» – экономической политикой, направленной на развитие народного труда и производительных сил общества. Говоря современным языком, Бунге был «антимонетаристом».

Не боясь недостатка средств, он приступает к завершению реформы 1861 года в соответствии с программой, суть которой выражена в его первом же всеподданнейшем докладе царю: «Освободиться от финансовых дефицитов Россия может в течение немногих лет; но только правительство, никогда не отступающее от коренных оснований государственного хозяйства, справедливости в распределении налогов, бережливости и порядка в расходах, может обеспечить развитие политического и финансового могущества страны».

Таким образом, Бунге не уходил от проблемы бюджетных дефицитов, разрешение которой возлагается на каждого нового министра финансов и считается пробным камнем его деятельности. Но он мыслил гораздо глубже своих предшественников. Цель ставилась та же, средства же предполагались иные: уничтожить неравенство обложения, привлечь новые ресурсы, сократить непроизводительные расходы – и тогда дефициты сами отойдут в область преданий.

Бунге проводил реформирование налоговой системы, стремясь действительно уничтожить различие между податными и неподатными сословиями. При нем была отменена подушная подать, более 150 лет тяготевшая над русским народом. Эти меры облегчили налоговое бремя крестьян на 53 млн. рублей. Возмещение бюджетных потерь осуществлялось привлечением к обложению других, более имущих классов населения.

Но главная заслуга Бунге заключается в указании пути, по которому в дальнейшем пойдет финансовая система дореволюционной России: установление подоходного налога как самого справедливого и целесообразного способа обложения (Великобритания ввела его в 1842, США – в 1861, Япония – в 1887, Германия – в 1891, Франция – в 1916 году).

Глубокий знаток денежно-кредитной системы и «убежденный сторонник необходимости восстановить металлическое обращение, основанное на золоте», Бунге стремится к упорядочению денежного обращения в стране. При нем были созданы Крестьянский поземельный банк и Дворянский банк.

До Бунге рабочий день на фабриках и заводах, труд женщин и детей не регулировались. Эти вопросы также им ставились, и хотя Государственный совет принял не все его предложения, основные идеи Бунге вошли в закон; впервые была создана фабричная инспекция в целях урегулирования отношений между предпринимателями и наемными рабочими.

Как и в любой крупномасштабной деятельности, в деятельности Бунге были и слабые стороны: излишний протекционизм во внешней торговле России, двукратное увеличение налога на водку (1885), падавшее большей

частью на крестьян, неудачные займы, вызванные обстоятельствами времени. А поскольку министр финансов был одновременно министром промышленности и народного хозяйства, то на него взваливали ответственность и за все другие невзгоды: падение цен на хлеб, крахи банков, колебание курса рубля и так далее. Но Бунге проявлял редкое хладнокровие и не жаловался на газетную брань, понимая, что все достойное будет в свое время правильно оценено.

Почти шестилетний напряженный труд на посту министра финансов, болезнь и не прекращавшаяся критика в печати заставили Бунге просить об отставке. Александр III ценил его как крупного государственного деятеля и, освободив Бунге с поста министра финансов, не только не отправил его в отставку, но назначил 1 января 1887 года Председателем Комитета министров с оставлением его членом Государственного совета. Занимая эти высокие посты, Бунге участвовал в решении всех важнейших вопросов государственного управления до своей кончины 3(16) июня 1895 года.

Использованные источники:

1. Кованько П.Л. Главнейшие реформы, проведенные Н.Х. Бунге в финансовой системе России. Опыт критической оценки деятельности Н.Х. Бунге как министра финансов (1881–1887). Киев: 1901.
2. Картавцов Е.Э. Николай Христианович Бунге. Биографический очерк // Вестник Европы, № 5. 1897.
3. Витте С.Ю. Избранные воспоминания. В 2-х томах. М.: Терра, 1997. Т.1.
4. Министерство финансов. 1802–1902. В 2-х частях. СПб., 1902. Ч.2.
5. Судейкин В.Т. Замечательная эпоха в истории русских финансов (очерк экономической и финансовой политики Н.Х. Бунге и И.А. Вышнеградского). СПб.: 1895.
6. Шитов В.Н. История финансов России. / Учебное пособие. изд. 2-е. – М.: Кнорус. 2013.
7. Шитов В.Н., Кантемиров Р.Ф. Двухвековая история российского Министерства финансов в лицах его руководителей. – Ульяновск: УлГТУ, 2003.

Омшанова Э.А., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы и цены»
Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Москва

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ СИСТЕМЫ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБОРОННОГО ЗАКАЗА

Аннотация: в статье рассматривается порядок финансирования государственного оборонного заказа с 01 июля 2015 года. В статье раскрываются основные элементы системы финансового контроля при

реализации государственного оборонного заказа. Основными инструментами финансового контроля при финансировании государственного оборонного заказа являются: институт уполномоченных банков, режим отдельного счета.

Ключевые слова: финансовый контроль, целевое использование бюджетных средств, институт уполномоченных банков, режим отдельного счета.

Annotation: in article the order of financing of the state defensive order since July 01, 2015 is considered. In article basic elements of system of financial control in case of implementation of the state defensive order reveal. The main instruments of financial control when financing the state defensive order are: institute of authorized banks, mode of the separate account.

Keywords: financial control, target use of budgetary funds, institute of authorized banks, mode of the separate account.

Оценка исполнения государственного оборонного заказа органами государственного финансового контроля, Послание Президента РФ Федеральному Собранию Российской Федерации 4 декабря 2014 года определили новые инструменты системы действенного контроля реализации государственного оборонного заказа. С 1 июля 2015 года в соответствии федеральном законом № 159-ФЗ «О внесении изменений в федеральный закон «О государственном оборонном заказе» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» действует новый порядок финансирования работ и новые правила заключения и исполнения государственных контрактов в рамках исполнения государственного оборонного заказа.

В соответствии с требованиями федерального закона Российской Федерации № 275-ФЗ «О государственном оборонном заказе» денежные потоки формируются в рамках кооперации участников реализации государственного оборонного заказа. При этом качество исполнения обязательств по государственному оборонному заказу, результативность системы управления государственным оборонным заказом зависит от эффективности сформированной кооперации головного исполнителя и его исполнителей.

Кооперация с точки зрения Федерального закона от 29.06.2015 г. №159-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном оборонном заказе» – это все участники расчетов бюджетными средствами.

Основная цель системы финансового контроля при реализации государственного оборонного заказа – обеспечение контроля денежных потоков по всей цепочке исполнителей, входящих в систему кооперации государственного оборонного заказа.

Институциональной основой системы финансового контроля исполнения система межведомственного контроля, основными участниками которой являются Минобороны, Банк России, Росфинмониторинг, ФАС и

Счетная палата, институт уполномоченных банков.

Основными инструментами реализации контроля за использованием бюджетных средств в рамках финансирования государственного оборонного заказа можно выделить:

- система идентификации государственных контрактов по государственному оборонному заказу;
- перечень уполномоченных банков, участвующих в обслуживании государственного оборонного заказа;
- режим отдельных счетов в уполномоченных банках;
- система раздельного учета результатов финансово-хозяйственной деятельности;
- система ценообразования государственного оборонного заказа.

В рамках системы контроля финансирования государственного оборонного заказа действует институт уполномоченных банков (таблица 1) и режим отдельных банковских счетов, используемых головными исполнителями и исполнителями, что позволит обеспечить надежность и прозрачность взаиморасчетов при выполнении государственного оборонного заказа, защиту информации, а также применять возможности банковской системы при осуществлении контроля за целевым использованием бюджетных средств.

Таблица 1.

Перечень уполномоченных банков по состоянию на 01.09.2016 [4]

№ п/п	Наименование банка	Рег.№	Примечание
1	ОАО "АБ "РОССИЯ"	328	Распоряжение Правительства Российской Федерации от 03.06.2016 № 1135-р
2	Банк ГПБ (АО)	354	
3	ПАО "Банк "Санкт-Петербург"	436	Распоряжение Правительства Российской Федерации от 03.06.2016 № 1135-р
4	Банк ВТБ (ПАО)	1000	
5	ПАО Сбербанк	1481	
6	АО АКБ "НОВИКОМБАНК"	2546	Распоряжение Правительства Российской Федерации от 03.06.2016 № 1135-р
7	АО "Россельхозбанк"	3349	

Средства государственного оборонного заказа, размещенные в уполномоченных банках, на 01 сентября 2016 года составили 473 млрд руб., в том числе: в Сбербанке – 247,4 млрд руб., в ВТБ – 161,6 млрд руб., в Газпромбанке – 38,4 млрд, в банке «Россия» – 18,9 млрд, в Россельхозбанке – 4,2 млрд, в Новикомбанке – 2,4 млрд.

Банковское сопровождение государственного оборонного заказа

предусматривает обязательное использование отдельного счета в уполномоченном банке. При этом Законом № 275-ФЗ предусмотрен целый ряд ограничений по операциям с такими специальными счетами, которые фактически делают невозможным использование денежных средств по контракту до его полного исполнения всеми субподрядчиками. Основным инструментом профилактики нецелевого использования средств по государственному оборонному заказу стал перечень запрещенных операций отдельного счета. В частности, запрещаются возврат займов и кредитов, внесение денежных средств на депозиты, операции, связанные с покупкой валюты, сведена к минимуму возможность списания денежных средств по исполнительным документам. Перечисление прибыли от реализации государственного оборонного заказа с отдельного счета осуществляется уполномоченным банком в размере, который согласован при заключении контракта после исполнения контракта и представления в уполномоченный банк подтверждающих документов.

В части порядка определения прибыли устанавливаются:

- размер прибыли, исходя из собственных затрат на производство и реализацию продукции (до 20%, а в отдельных случаях, - до 25%) и привнесенных затрат (до 1%) [3];
- минимальный уровень рентабельности (прибыли) (5%)[3];
- требование о совместном определении прибыли с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем);
- дифференцированный порядок расчета прибыли с учетом отраслевой специфики, участия организаций в инвестиционных проектах, соотношения объемов собственных и привнесенных затрат и других факторов.

Оценка результативности исполнения государственного оборонного заказа обеспечивается ведением участниками кооперации по государственному оборонному заказу раздельного учета результатов финансово-хозяйственной деятельности.

Система ценообразования государственного оборонного заказа включает:

- порядок государственного регулирования цен при поставках по государственному оборонному заказу;
- методы определения начальной (максимальной) цены государственного контракта, а также цены государственного контракта с единственным поставщиком;
- порядок определения прогнозных цен на продукцию при поставках по государственному оборонному заказу;
- порядок регистрации цен на комплектующие и конечную продукцию по государственному оборонному заказу.

Использование инструментов контроля при реализации государственного оборонного заказа позволит установить ограничения:

- на определение состава затрат по исполнению государственного

оборонного заказа;

- на установление необоснованной цены на поставляемую продукцию по государственному оборонному заказу;

- на нецелевое использование бюджетных средств при реализации государственного оборонного заказа.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 29.12.2002 № 275-ФЗ «О государственном оборонном заказе».
2. Постановление Правительства РФ от 26.12.2013 № 1255 «О правилах разработки государственного оборонного заказа и его основных показателей».
3. Постановление Правительства РФ от 28.04.2015 № 407 «О порядке определения начальной (максимальной) цены государственного контракта, а также цены государственного контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем), при осуществлении закупок товаров, работ, услуг по государственного оборонному заказу».
4. http://www.cbr.ru

Павлова А.С.
магистрант 1го курса
Анастасова А.С.
магистрант 1го курса
Сарафанов А.Д.
магистрант 1го курса
Никушина А.Н.
студент 4го курса
Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог

ДВИЖЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПОТОКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Статья посвящена зарубежным инвестиционным потокам в Россию, динамике объемов капиталовложений и причинам оттока. Авторами проведен сравнительный анализ инвестиций в другие страны, обосновывается необходимость привлечения иностранных инвестиций, совершенствование нормативно-правовой базы

Ключевые слова: инвестиции, иностранные инвестиции, инвестиционный климат.

Pavlova A.S.
Master student
South Federal University,
Russia, Taganrog
Anastasova A.S.
Master student
South Federal University,
Russia, Taganrog
Sarafanov A.D.
Master student
South Federal University,
Russia, Taganrog
Nikushina A.N.,
4 th year student,
South Federal University,
Russia, Taganrog

THE MOVEMENT OF INVESTMENT FLOWS IN THE RUSSIAN FEDERATION

The article is devoted to foreign investment flows into Russia, the dynamics of the volume of capital outflows and causes. The authors carried out a comparative analysis of investments in other countries, the necessity of attracting foreign investment, improving the regulatory framework

Key words: investments, foreign investments, the investment climate.

В период экономической изолированности для России на данный момент становится актуальной проблема дефицита инвестиционных потоков. После мирового экономического кризиса 2008-2009 гг. была отмечена положительная динамика в объеме зарубежных инвестиций, однако введение санкции со стороны западных стран, привело к падению инвестиционной привлекательности России.

Понятие «инвестиции» представляет собой денежные средства, ценные бумаги, другое имущество и права, имеющие денежную оценку, которые вкладываются в объекты предпринимательской или иной деятельности с целью получения прибыли или другого полезного эффекта.

Иностранные инвестиции ускоряют экономический и технический прогресс, способствуют использованию зарубежного опыта, развитию малого и среднего бизнеса, а также росту инвестиционного потенциала.

К возможным формам иностранных инвестиций можно отнести:

- Организация совместного с российскими инвесторами предприятия
- Организация собственного предприятия
- Организация филиалов / дивизионов иностранных юридических лиц
- Приобретение недвижимости

- Покупка ценных бумаг
- Приобретение прав на пользование землей и использование природных ресурсов, а также другие имущественные права.

Инвестиционный процесс состоит из двух фаз и имеет циклический характер:

1. Процесс инвестирования в государства, имеющие привлекательный инвестиционный климат и перспективы развития
2. Получение дохода от инвестиции на территории своего государства.

В 2015 году общий объем прямых зарубежных инвестиций возрос на 36% по сравнению с предыдущим годом, что составило 1,7трлн. $. Причина глобального увеличения прямых иностранных инвестиций – это инвестирование в промышленно-развитые страны, прирост связан, в основном, с трансграничными слияниями и поглощениями. Наиболее привлекательными для инвестирования странами можно назвать США (384, млрд.$), Гонконг (163, млрд.$) и материковая часть Китая (136, млрд.$).

Инвестиционный поток в развивающиеся страны составил 741 млрд.$, то есть в целом прирост лишь 5%, однако в странах Азии наблюдается 15% рост вложений, а в Индии 50% рост, который составил 59 млрд.$. Страны с переходной экономикой потеряли больше половины инвестиционных потоков: Россия потеряла 92%, а Казахстан 66%, что вызвано участием в военных конфликтах, санкционированностью торговли и понижением цен на сырьё.

Помимо спада инвестиционных потоков, также прогнозируется отток уже введенных в Россию капиталов (Рис. 3).

Рис. 3. Прогнозируемый объем оттока иностранного капитала.

Важнейший фактор для привлечения зарубежных инвесторов – это благоприятный инвестиционный климат и предоставлений гарантий получения прибыли. Однако в сегодняшних реалиях возможности

государства ограничены. Ожидать инвестиционного подъема можно после отмены зарубежных санкций, окончания военных конфликтов, а также улучшения резко снизившегося уровня жизни россиян.

Использованные источники:

1. Гуськова Н.Д., Краковская И.Н., Слушкина Ю.Ю., Маколов В.И. Инвестиционный менеджмента. М.: КНОРУС, 2010.
2. Ведомости. Прямые иностранные инвестиции в Россию в 2015 году сократились // Электронный источник URL: https://www.vedomosti.ru/finance/news/2016/01/21/624909-pryamie-inostrannie-investitsii (Дата обращения: 20.03.2016)
3. Информационно-аналитический портал Центр гуманитарных технологий: Рейтинг стран мира по уровню прямых иностранных инвестиций // Электронный источник URL: http://gtmarket.ru/research/foreign-direct-investment-index/info (Дата обращения: 01.03.2016)

Павлова А.С.
магистрант 1го курса
Анастасова А.С.
магистрант 1го курса
Сарафанов А.Д.
магистрант 2го курса
Никушина А.Н.
магистрант 1го курса
Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог

СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ МОНОГОРОДОВ РОССИИ

Аннотация: В данной статье речь идет о российских моногородах, состояние многих из которых, на сегодняшний день, критично. Авторами обосновывается необходимость переоснащения заводских комплексов моногородов и определяются желательные пути финансирования.

Ключевые слова: моногород, реиндустриализация, технологическое развитие.

Pavlova A.S.
Master student

South Federal University,
Russia, Taganrog
Anastasova A.S.
Master student
South Federal University,
Russia, Taganrog
Sarafanov A.D.
Master student
South Federal University,
Russia, Taganrog
Nikushina A.N.,
Master student,
South Federal University,
Russia, Taganrog

SCENARIOS FOR THE DEVELOPMENT OF SINGLE-INDUSTRY TOWNS OF RUSSIA

Abstract: In this article we are talking about Russian cities, many of which, to date, critical. The author substantiates the necessity of re-equipment of the factory complexes of single-industry towns and to determine the desirable ways of financing.

Key words: monocity, reindustrialization, technological development.

Россия по праву может называться не просто «страной городов», но и «страной моногородов». На сегодняшний день правительством России утвержден новый список моногородов, в который вошли 313 муниципальных образований. К сожалению, состояние многих из них плачевно, поэтому брошены огромные силы на восстановление их экономического потенциала. [1]

Во время СССР количество жителей таких городов находилось в промежутке от 10 до 100 тысяч. Преобладающая часть поселений были построены с нуля одновременно с предприятием. [2] Специализация многих моногородов являлась адаптированной к военной промышленности, а после распада Советского союза градообразующие комплексы большинства моногородов потеряли былую востребованность, это, в свою очередь, повлекло за собой неблагоприятную социальную обстановку, например, резко возросло количество безработных.

Проблема моногородов проявляется в кризисном положении крупных предприятий, которые потеряли колоссальную часть спроса, так как сбыт продукции в СССР был гарантирован. Также индустриализация страны предполагала возникновение большого числа новых городов вокруг крупнейших градообразующих комплексов. Исходя из этого, становится ясным, что «проблема моногородов» возникла не в 2008-2009г.г., а после распада Советского союза, когда существовало мнение, что рынок сам

отрегулирует производство через пару лет. [5]

Моногорода разделены на три категории соответственно сложности социально-экономической ситуации. Самая сложная - "красная зона", к которой относятся монопрофильные образования, находящиеся в наиболее проблемном положении, на них будет обращено особое внимание ФРМ:

- 45% из числа 56 моногородов, которые в 2013 году отнесли к «кризисным» имеют потенциал индустриальной диверсификации. Воспользовавшись этой возможностью, в течение 2015-2017 годов можно создать от 60 до 90 тысяч новых рабочих мест.
- 35% стабильно развивающихся моногородов, не могут похвастаться наличием потенциала для новой городской экономики. Справиться с проблемой поможет точечное решение основных проблем города.
- В 20% моногородов, в которых дела обстоят хуже, существует два варианта развития событий - управляемое сжатие или ликвидация. Более рациональным является управляемое сжатие моногородов. [3]

Проблемы даже небольших моногородов невозможно решить на региональном уровне – как правило, задача сразу становится национальной по своему масштабу. По мнению В.Л.Бабурина создание моногородов в СССР – это первый этап индустриализации, вторым этапом должно было стать калькирование моногородов, т.е. создание по близости другого города с отличной отраслевой специализацией. [4] Такое развитие событий позволило бы производить цикличный переток ресурсов из одного моногорода в другой, не причиняя ущерб населению и экономике города, в соответствии с потребностями этапа технологического развития. На сегодняшний день, ключевые факторы – желание государства заниматься моногородами и соответствующее финансирование – присутствуют. Теперь нужно лишь немного подождать, и возможно, нынешние кризисные города превратятся в процветающие мегаполисы.

Использованные источники:

1. Монопрофильные города и градообразующие предприятия http://www.unioninvest.ru/city_mong.html
2. Как спасти российские моногорода? - пресс-конференция Натальи Зубаревич на Ленте.ру, 19 июня 2009 года.
3. Моногорода http://www.basel.ru/monogoroda/
4. Кузенков А.Л. Решение Проблемы Моногородов http://www.rusarticles.com/promyshlennost-statya/reshenie-problemy-monogorodov-3225402.html
5. Точка на карте. Прямые инвестиции № 3 (95) 2010

Пасько Н.А.
студент 2 курса магистратуры
направление подготовки

«Государственное и муниципальное управление»
Институт экономики и управления
Северо-Кавказский федеральный университет
Россия, г. Ставрополь

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОРРУПЦИОННЫХ ПРОЯВЛЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ И ЗАРУБЕЖОМ

В данной статье уделено особое внимание сравнительному анализу коррупционных проявлений в современной России и зарубежом. Проанализирован опыт зарубежных стран, дана оценка сложившийся ситуации в России.

Ключевые слова: коррупция, антикоррупционная политика, Национальный план.

In this paper, special attention is paid to the comparative analysis of corruption in modern Russia and abroad. The experience of foreign countries, assessed the current situation in Russia.

Keywords: corruption, anti-corruption policy, the National Plan.

Коррупция является одной из главных проблем, разъедающих государственный механизм, а вместе с ним и все общество.

Коррупция проявляется в самых различных общественных областях: в системе государственных и муниципальных органов, в политических партиях и профессиональных союзах и др. Сегодня коррупция выходит и на международный уровень.

Особую опасность и особый подрыв авторитета государственной власти преступление представляет лишь тогда, когда осуществляется посредством осуществления функций власти. Вместе с экономическими, социо-культурными факторами именно формализм в различных его проявлениях культивирует благоприятную среду для коррупции.93

В 2000 году к обязанностям Президента РФ приступил В.В. Путин и ситуация резко поменялась.

Так, в конце 2006 ратифицирована Конвенции Организации объединенных наций против коррупции. Конвенция создаёт основу для взаимодействия правоохранительных органов различных государств в деле борьбы с коррупцией, а также устанавливает ряд стандартов в антикоррупционной политике.94

20 ноября 2009 года Госдума РФ приняла закон «Об общих принципах организации предоставления государственных услуг и исполнения государственных функций», который позволяет взимать с граждан плату за «государственные услуги» и «государственные функции». Но по мнению

[93] Голубева, Т.Г. Проблема эффективности противодействия коррупции в России (Методология и практика) // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета, 2015. – №3 (22). С. – 114.

[94] Официальный сайт президента Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kremlin.ru/structure/administration

представителей коммунистической и либеральной партий этот закон легализует коррупцию.

В мае 2008 года российский президент Дмитрий Медведев подписал указ о создании Совета при Президенте Российской Федерации по противодействию коррупции. В июле того же года он утвердил Национальный план противодействия коррупции, предусматривающий ряд мер по профилактике коррупции. В декабре Медведев подписал пакет законов по противодействию коррупции.

В марте 2011 года Владимир Путин заявил о необходимости введения нормы, обязывающей госчиновников отчитываться о своих расходах. Соответствующий закон («О контроле за соответствием расходов лиц, замещающих государственные должности, и иных лиц их доходам») был подписан Путиным в начале декабря 2012 года95.

В марте 2012 года Дмитрий Медведев утвердил Национальный план противодействия коррупции на 2012—2013 годы. В этот же период времени раскрыто громкое дело в сфере игорного бизнеса в Подмосковье, о котором были осведомлены прокуроры области, но каких-либо действий в рамках своей компетенции они не принимали. Странно. Но интересен тот факт, что после двух лет расследования этого «громкого», даже стоит сказать резонансного дела, обвиняемых в российских тюрьмах не обнаружили, то есть, никто не понес наказания. Остается только размышлять по данному поводу.

С осени 2012 года начинается активная кампания по борьбе с коррупцией, отправным пунктом стала растрата бюджетных средств на развертывание отечественной системы ГЛОНАСС. В связи с этим расследованием разоблачили ещё ряд крупных похожих дел. Следовательно, к началу 2013 года за коррупцию были сняты с должности примерно 800 высокопоставленных должностных лиц и руководителей регионов.

В начале весны 2015 года арестовали губернатора Сахалина, которому предъявили обвинение в получении крупной взятки, изъяли около 1 млрд. рублей наличными.

9 марта этого же года Президент РФ Владимир Путин утвердил поправки в Уголовный и Уголовно-исполнительный кодексы РФ, снижающие минимальные штрафы за получение и дачу взятки.

А совсем недавно задержали замначальника Главного управления по экономической безопасности и противодействию коррупции МВД Дмитрия Захарченко. В его квартире, обнаружили больше тонны наличных денежных средств, что составило почти девять миллиардов рублей. Становится очевидным тот факт, что замначальника боролся с коррупцией, но так её и не искоренил, а наоборот способствовал её процветанию. И таких случаев в стране очень много.

---

[95] Информационно-правовой портал «Гарант» – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://base.garant.ru/10164072/

Рассмотрев отечественный опыт, проведем сравнительный анализ с зарубежными странами.

Коррупция в Израиле воспринимается как угроза национальной безопасности, именно поэтому здесь уделяется особое внимание расследованию преступлений, связанных с коррупцией в органах власти. Активна в Израиле и гражданская позиция, подтверждением данных слов является добровольное объединение «Граждане за чистоту власти и социальную справедливость», несмотря на то, что коррупции в этой стране противостоят полиция, прокуратура и ведомство государственного контролера, антикоррупционные расследования последних лет в высших органах власти рассмотрены по инициативе вышеупомянутого объединения.

Примером может служить «Дело о греческом острове» бывшего премьер-министра Ариэля Шарона, крупные суммы, которые ежемесячно переводились на счета ныне покойного президента Эзера Вейцмана от имени «давнего французского друга», незаконное содействие подрядчику, оказанное за взятки бывшим депутатом парламента Шломо Беницри, стали предметом гласности после публикаций журналистских расследований Йоава Ицхака из этого объединения96.

Таким образом, уголовные дела, заведенные на некоторых израильских лидеров, завершаются тем, что их главные действующие лица оказываются за тюремной решеткой. Так, Омри Шарон, сын бывшего премьер-министра Ариэля Шарона, за финансовые нарушения во время избирательной кампании отца по решению суда шесть месяцев провёл под заключением. Бывший депутат от партии «Ликуд» Наоми Блюменталь была приговорена к восьми месяцам тюремного заключения и десяти месяцам условно за организацию ужина для группы руководителей «Ликуда», который суд расценил как предвыборную взятку.

Нельзя не отметить тот факт, что государство предоставляет чиновникам значительные социальные льготы и беспощадно наказывает их при обнаружении фактов коррупционных проявлений, если чиновник оказывается замешанным в преступлении, то он навсегда лишается возможности работать в государственных структурах. Уличенный в коррупции, с точки зрения моральных ценностей израильского народа, рассматривается в стране, как враг государства.

Борьба с коррупцией во Франции насчитывает несколько десятков лет. Коррупция считается серьезным преступлением и как таковое строго наказывается. В конце 2007 года в стране был принят новый закон о борьбе с коррупцией. Он ужесточил наказания, предусмотренные антикоррупционными статьями, например, статья 433 предусматривает наказание в виде тюремного заключения до 10 лет и штрафа в 150 тысяч евро за попытку подкупить должностное лицо, наделенное государственной

[96] Аминов Д.И., Гладких В.И., Соловьев К.С. Коррупция как социально-правовой феномен и пути ее преодоления. – М., 2002

властью. Если же взятку в любой форме взял работник судебных органов, то ему грозит уже 15-летний тюремный срок, штраф размером 225 тысяч евро и лишение гражданских прав, то есть запрет на работу в государственных органах и возможность быть избранным в парламент или местные органы власти. Основной, по мнению французских граждан, профилактической мерой в пресечении коррупции считается «прозрачность» получения доходов органов власти.97

По мнению граждан Венгерского государства, к особо коррумпированным «сословиям» в стране можно отнести: политиков, судей, адвокатов, полицию, налоговых инспекторов. Наименее подвержены коррупции, считают респонденты, структуры президентской власти, Конституционный суд и армия, то есть те ветви власти, которые не имеют отношения к денежным потокам. Любопытно то, что граждане говорят, что коррупцию невозможно искоренить, руководствуясь моральными нормами и принципами, ставя человеческие ценности превыше всего. Для решения имеющейся проблемы необходимо жёстко наказывать коррумпированных граждан.

В настоящий момент ситуация по коррумпированности чиновников далека от идеальной, поэтому венгерские эксперты бьют тревогу, ведь ежегодно в стране раскрывается всего лишь один процент преступлений, связанных с проявлениями коррупции.

В силу недостатков законодательства почти 40-50 процентов лиц, подозреваемых в злоупотреблении своим служебным положением и других формах коррупции, невозможно привлечь к ответственности. Именно, поэтому, на наш взгляд, и существуют проблемы коррумпированности в органах власти, потому что чиновники «пишут законы для себя» и остаются безнаказанными за совершение деяний, противоречащих не только нормам морали, но и законодательной базе страны.

Антикоррупционная стратегия Саудовской Аравии способствовала созданию в стране Национальной антикоррупционной комиссии призванной осуществлять основные положения этой стратегии. В ее деятельности принимают участие представители «общественных организаций и институтов», включая «академические круги, научные ассоциации, общества инженеров, врачей и адвокатов», члены «руководства торгово-промышленных палат». Для противостояния коррупции будущая комиссия опирается на «помощь религиозных авторитетов», на «семейные устои», распространяет идею «недопустимости коррупции» в процессе «обучения молодого поколения в школах и университетах».

На наш взгляд, также необходимо рассмотреть опыт борьбы с коррупцией Сингапура, так как данная страна, можно сказать, является эталоном в антикоррупционной деятельности.

---

[97] Проблемы борьбы с организованной преступностью и коррупцией. Сб. научных статей. Иркутск, 2014. – Вып. 1.

Сингапур обрел независимость лишь в 1965 году и оказался в ситуации, схожей с картиной постсоветской России. Страна находилась в тяжелом экономическом положении и была пронизана беззаконием, так как законодательная база страны была аналогом законодательства Англии, а, как известно, Сингапур был британской колонией и очень отставал в развитии от Англии[5]. Следовательно, правоохранительные органы оказались не в состоянии противостоять организованной преступности, а большинство чиновников участвовало в коррупционных схемах. Население имело низкий уровень образования и не знало, каким образом отстаивать свои права.

Вновь избранные лидеры страны пришли к выводу о том, что необходимо искоренить коррупцию и произвол, осознавая, что без этого у страны не будет будущего. Именно это и стало отправной точкой для принятия целой системы мер, отличавшихся строгостью и последовательностью. Действия чиновников были регламентированы, бюрократические процедуры упрощены, был обеспечен строгий надзор за соблюдением высоких этических стандартов. Органом, воплотившим эти меры в жизнь и сохранившим свои полномочия и на сегодняшний день, стало специализированное Бюро по расследованию случаев коррупции. Граждане обращались в Бюро с жалобами на действия государственных служащих и требовали возмещения убытков.

В то же время законодательно были закреплены новые ужесточеные меры уголовного наказания за коррупционные действия, повышена независимость судебной системы, поднята заработная плата судей и обеспечен их привилегированный статус, введены экономические санкции за дачу взятки или отказ от участия в антикоррупционных расследованиях. Жёсткую «чистку» провели во всех государственных ведомствах. Эти меры сочетались с минимальным вмешательством государства в экономику, повышением заработных плат чиновникам и подготовкой квалифицированных административных кадров[6].

На сегодняшний день Сингапур, жёсткое авторитарное государство, занимает лидирующие места в мировых рейтингах по отсутствию коррупции, экономической свободе и уровню развития.

Конечно, неправильно сравнивать небольшое государство с населением в 4 млн. человек с необъятной Россией, которая имеет иную историю развития, другие традиции, менталитет граждан. Но именно пример Сингапура наталкивает на мысль о том, как можно при помощи жёсткой политической власти, эффективному антикоррупционному законодательству и неподкупной независимой организации за относительно незначительный промежуток времени свести коррупцию к допустимому минимуму.

Изучив опыт борьбы с коррупцией в различных странах, обратим своё внимание на индекс восприятия коррупции. Для того чтобы рассчитать

индекс восприятия коррупции, эксперты учитывают:

1) частотность и объем взяток в государственном секторе;
2) злоупотребления при распределении бюджетных средств;
3) принятые решения без мнения общественности.

Индекс ранжирует страны по шкале от 0 (самый высокий уровень коррупции) до 100 (самый низкий уровень коррупции). Рассмотрим индекс 2013 (рисунок 1), 2014 (рисунок 2) и 2015 (рисунок 3) годов.

Рисунок 1 – Индекс восприятия коррупции в 2013 году, баллах98

Россия, сравнивая рейтинг стран по уровню коррупции, получила 133 место из 174 возможных, показатель, конечно, неблагоприятный, это ещё раз доказывает то, что Россия по уровню коррупции сравнялась с Гондурасом, Ираном и Казахстаном, которые замыкают список коррумпированных стран.

В рейтинге 2014 года Россия поднялась на 6 ступеней выше, получив 126 место из 174, но набрала всё те же 28 баллов, правда не за счёт своих достижений, а из-за ухудшения коррупционного климата в других странах. В первую десятку наименее коррумпированных стран попали лидеры 2013 года, там ситуация осталась неизменной, замкнули список на этот раз Сомали и Афганистан, набрав всего лишь 8 баллов из 100 возможных.

Интересен тот факт, что в рейтинге 2015 года Россия опустилась на 136 место, разделяя набранные 27 баллов с Ираном, Камеруном и Ливаном, которые особо и не стремятся искоренить коррупционные составляющие. В тот период времени отечественные органы власти предпринимали особые меры по ликвидации коррупционных проявлений: внесение изменений в законодательство, устранение от должностей многих чиновников, кампании

[98] Данные приводятся по справочнику: Антикоррупционная политика / Под ред. А.В. Малько. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2013

по ликвидации последствий коррупции, но всё это не улучшило положение страны на международной арене.

Рисунок 2 – Индекс восприятия коррупции в 2014 году, баллах[99]

Рисунок 3 – Индекс восприятия коррупции в 2015 году, баллах[100]

Значит, мировые рейтинги отводят России низшие позиции относительно борьбы с коррупцией, но это, на наш взгляд, неглавное, для

[99] Данные приводятся по справочнику: Антикоррупционная политика / Под ред. А.В. Малько. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2014

[100] Данные приводятся по справочнику: Антикоррупционная политика / Под ред. А.В. Малько. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2015

нашей страны намного важнее контролировать коррупционные проявления и пресекать их на начальном этапе внутри страны, не позволяя коррупции завладеть всеми слоями общества. Скорее всего, наши органы власти не пойдут путём Сингапура, так как у нас демократическое государство (власть народа), а не авторитарное с жёстким правлением, позволяющим применять смертную казнь за совершение преступления, угрожающего развитию страны. Следовательно, в каждой сфере деятельности различный уровень коррупционных проявлений, поэтому необходимо разработать своеобразные меры по борьбе с коррупцией для каждой отрасли, сферы в индивидуальном порядке.

Обратим особое внимание на статистику коррупционных проявлений в Российской Федерации в зависимости от сферы деятельности должностных лиц (рисунок 4).

Рисунок 4 – Коррупционные проявления в России, %

Сказанное заставляет полагать, что наиболее коррумпированные должностные лица в России – это чиновники (почти 50%), вторая строчка досталась сотрудникам полиции, третья – работникам образования, наименее же коррумпированными оказались адвокаты и судебные приставы.

В данном случае уместно обратить внимание на последние события в стране, по поводу снятия чиновников с должности в связи «с утратой доверия», к ним относим: губернатора Новосибирской области (Василий Юрченко), губернатора Брянской области (Николай Денин) и главу Сахалинской области (Александр Хорошавин). Все эти отставки были освещены средствами массовой информации, дабы осветить качественную работу Следственного комитета и негативную деятельность чиновников,

предупреждая тем самым их коллег (косвенно утверждая, что «и на них управа найдется»).

Василию Юрченко предъявлено обвинение в превышении должностных полномочий при продаже муниципального имущества, в итоге был нанесён ущерб региональному бюджету в размере 17 млн. рублей; губернатору Брянской области – растрате средств резервного фонда для личных целей (более 20 млн. рублей); Хорошавину – получение незаконно денежных средств свыше 5 млн. долларов (взятка в особо крупном размере) от директора строительной компании при заключении государственного контракта. Но, наверное, самым значимым событием сентября 2015 года стал арест главы республики Коми Вячеслава Гайзера. 2016 год стал «знаменитым» в области коррупционных нарушений благодаря Дмитрию Захарченко (почти 9 млрд. рублей).

Басманный районный суд заключил главу под стражу на два месяца, инкриминировав Гайзеру, «мошенничество» и «организацию преступного сообщества с использованием служебного положения», также аресту подверглись приближенные главы и бизнесмены, являющиеся сообщниками задержанного, по версии следствия. По данным следствия, в результате многочисленных обысков у подозреваемых были изъяты: 60 килограмм ювелирных изделий, 150 наручных коллекционных часов, печати и штампы юридических лиц, финансовые документы, проекты на приобретение самолётов – всё это стоит огромных денежных средств, а в декларации о доходах Вячеслав Гайзер указал всего лишь 5,4 млн. рублей, тогда сразу возникает вопрос, откуда же это богатство у чиновника. Ответ очевиден. Коррупция.

Теперь можно с уверенностью отметить, что «чистка» началась и у нас в стране. Может быть, теперь чиновники задумаются о том, что бюджетные деньги «нерезиновые» они предназначены не для удовлетворения личных корыстных целей «избранников народа», а для удовлетворения потребностей местного населения. Дело Гайзера носит публичный характер и является негативным примером деятельности властных структур, если оно будет доведено до финишной прямой и главные действующие лица будут осуждены на несколько десятков лет тюремного заключения, тогда и только тогда, другие чиновники задумаются «брать или не брать», нарушать законы или придерживаться нормам, помогать населению или покупать себе самолёты и яхты.

Руководствуясь нашим мнением, мы бы предпочли отмены моратория на смертную казнь для дел, связанных с коррупционными явлениями, превышением должностные полномочий чиновниками, организацией преступного сообщества с использованием служебного положения, но скорее всего, это только фантастические мысли, которые будут неприменимы к нашей реальности.

В итоге хотелось бы подчеркнуть следующее: механизм борьбы с

коррупцией запущен, нам остаётся ждать только положительных результатов, надеемся на то, что «чистка» позволить остаться «у властного руля» порядочным управленцам, которые будут заботиться о достойном будущем своей страны, а не «о весе своего кармана».

Использованные источники:

1. Голубева, Т.Г. Проблема эффективности противодействия коррупции в России (Методология и практика) // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета, 2015. – №3 (22). С. – 114.
2. Официальный сайт компании «Консультант плюс» - [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.consultant.ru
а. Аминов Д. И., Гладких В. И., Соловьев К. С. Коррупция как социально-правовой феномен и пути ее преодоления. – М., 2002. С.103
3. Долгова А.И. Организованная преступность, терроризм и коррупция: тенденции и совершенствование борьбы с ними // Организованная преступность, терроризм, коррупция в их проявлениях и борьба с ними. М., 2014. С. 3–25.
4. Голованова, Е.И. Правовые основы борьбы с коррупцией в России в XVI–XIX вв: Историко-правовое исследование: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. – М., 2015. – 25 с.
5. Номоконов В.А. Особенности политики борьбы с организованной преступностью и коррупцией в России // Организованная преступность, терроризм, коррупция в их проявлениях и борьба с ними. М., 2014. С. 25–35.

Перов Е.В., к.э.н.
старший научный сотрудник
Вологодский научный центр изучения
социально-экономических конфликтов
Россия, г. Вологда

ДИНАМИКА УРОВНЯ КРИМИНОГЕННОСТИ ОБЩЕСТВА

В статье рассматриваются вопросы криминогенности общества в широком смысле, т.е. термин криминогенность охватывает преступность и другие общественно опасные деяния населения. Для оценки криминогенности населения России предлагаются частные показатели распространенности преступности, социальной запущенности, наркотизма, а также обобщающий показатель криминогенности общества. Они лежат в основе выявления динамики уровня криминогенности общества в целом и могут быть использованы для оценки сравнительной криминогенности регионов.

Ключевые слова: преступность, общественно опасные деяния, показатели криминогенности общества, динамика

Perov E.V. Ph.D. in Economics,
the senior research assistant of Vologda scientific centre

for studying social and economic conflicts,
Russia, Vologda

DYNAMICS OF CRIMINOGENITY LEVEL OF SOCIETY

In the article there are considered the issues of criminogenity of a society to wide extent, i.e. the term of criminogenity covers criminality and other socially dangerous acts of the population. Particular indices of criminality prevalence, social neglect, drug addiction, and also an overall index of criminogenity of a society are offered for an estimation of criminogenity of Russian population. They underlie the revelation of dynamics of level of criminogenity of a society as a whole and can be used for an estimation of comparative criminogenity of regions.

Key words: the criminality, socially dangerous acts, indices of criminogenity of a society, dynamics

Оценка уровня конфликтогенности (совокупности напряженностей) в обществе предполагает анализ объективных и субъективных признаков. Одним из объективных признаков конфликтогенности общества является уровень криминогенности общества. Криминогенность общества занимает одно из первых мест среди вопросов, вызывающих наибольшую тревогу у населения, эти вопросы касаются каждого. Криминогенность представляет собой социальное явление, которое в той или иной степени присутствует в любом обществе и пронизывает различные общественные отношения.

В общем случае под криминогенностью понимается способность привести к преступлениям. В отличие от криминогенности личности, которая характеризуется совокупностью свойств и качеств, указывающих на предрасположенность к совершению преступления и его повторению, криминогенность общества рассматривается в узком и широком смысле. В узком смысле под криминогенностью понимается свойство общества, продуцирующее будущую преступность. В широком смысле криминогенность общества охватывает всю совокупность общественно опасных деяний, включая уже имеющие место преступления, поскольку преступления и наличие преступной среды также продуцируют будущую преступность [4].

В данном случае под криминогенностью общества понимается вся совокупность преступлений и общественно опасных деяний. Рост количества преступлений и общественно опасных деяний в расчете на душу населения свидетельствует о снижении безопасности существования для каждого члена общества и представляет опасность для всего общества в целом.

Оценка уровня криминогенности общества включает, прежде всего, анализ официальной информации, который позволяет установить количество преступлений и общественно опасных деяний, нашедших отражение в статистической отчетности. Такая оценка не позволяет выявить латентную ее составляющую, но все же, рост количества преступных и общественно

опасных деяний свидетельствует об усилении криминогенности общества.

В официальных данных Государственного комитета статистики и Министерства внутренних дел РФ [3, 7] находят отражение показатели преступности, характеризующие преступность в целом, незаконный оборот оружия и наркотиков, терроризм, коррупцию, число лиц, участвующих в преступлениях и пострадавших от преступных посягательств, а также показатели, отражающие такие общественно опасные деяния, как алкоголизм и наркомания. При анализе криминогенности рассматривается период жизни российского общества с 1993 по 2014 гг.

Общую распространенность преступности отражают показатели количества зарегистрированных преступлений и числа выявленных преступников. С 1993 г. по 2006 г. преступность в целом возрастала. За этот период количество зарегистрированных преступлений увеличилось в 1,4 раза (рис. 1). В 2006 г. зарегистрировано 3,9 млн. преступлений, это был самый высокий показатель за последние 20 лет, чуть меньше уровень преступности был в 2005 и в 2007 гг. (3,6 млн. преступлений). В последующие годы общее количество преступлений уменьшалось, в 2014 г. их было зарегистрировано 2,2 млн. преступлений, т.е. на 43% меньше по сравнению с 2006 г.

Показатель зарегистрированных преступлений в расчете на 100 тыс. населения характеризует, как население страдает от преступности. Динамика этого показателя на рисунке 1 отражена пунктирной линией. В 2006 г. в расчете на 100 тыс. населения было зарегистрировано 2695 преступлений. При последующем снижении количества преступлений (в среднем на 7,1% в год) в 2014 г. зарегистрировано 1499 преступлений на 100 тыс. населения.

Рис. 1. Количество зарегистрированных преступлений

Доля тяжких и особо тяжких преступлений снижалась с 2003 г. (с 39,2% до 24,3% в 2014 г.), но по-прежнему она остается большой: почти четверть всех преступлений классифицируются как тяжкие или особо

тяжкие. Это свидетельствует об уменьшающейся, но все-таки высокой степени общественной опасности преступности.

Одним из наиболее серьезных правонарушений является грабеж. В соответствии с уголовным правом, грабеж представляет собой преступное деяние по хищению имущества. Преступлений, связанных с грабежом, больше всего зарегистрировано в 2006 г. (357,3 тыс. преступлений), затем количество таких преступлений снижалось и в 2014 г. было зарегистрировано 77,7 тыс. преступлений, связанных с грабежом.

Убийства (умышленное причинение смерти другому человеку) и покушения на убийство занимают среди зарегистрированных преступлений от 0,54% (2014 г.) до 1,28% (2002 г.). В абсолютном выражении наибольшее количество убийств и покушений на убийство было в 2001 г. (33,6 тыс. преступлений) и до 2009 г. эта цифра не опускалось ниже 20 тыс. преступлений. Затем этот показатель снижался и в 2014 г. зарегистрировано 11,9 тыс. убийств и покушений на убийство, это составляет 8,3 преступления на 100 тыс. населения.

Одним из наиболее опасных видов преступлений является организованная преступность, т.е. преступная деятельность, осуществляемая преступными организациями (группами, бандами и т.п.). Организованная преступность имела наибольшее распространение в годы финансовых кризисов в 1999–2001 гг. (33–36 тыс. преступлений) и в 2007–2008 гг. (35–37 тыс. преступлений). В расчете на 100 тыс. населения преступлений, совершенных организованными группами, зарегистрировано больше всего в 2007–2009 гг. (5,2–6,1 преступления), однако все годы их не было менее 2,2 преступлений на 100 тыс. населения.

Росту организованной преступности сопутствуют преступления, связанные с незаконным оборотом оружия. В соответствии с существующим законодательством к таким преступлениям относятся: контрабанда оружия; незаконное приобретение, передача, сбыт, хранение, перевозка или ношение оружия, боеприпасов, взрывчатых веществ и взрывных устройств; незаконное изготовление оружия; хищение либо вымогательство оружия, боеприпасов, взрывчатых веществ и взрывных устройств.

Анализ статистических данных свидетельствует, что максимальный оборот оружия приходился на 1999–2000 г. (69,5–79,3 тыс. преступлений). К 2004 г. количество преступлений, связанных с незаконным оборотом оружия сократилось в 2,6 раза по сравнению с 1999 г. (28,4 тыс. вместо 73,3 тыс. преступлений). Все последующие годы количество преступлений, связанных с незаконным оборотом оружия, находилось в интервале от 26,5 тыс. преступлений (2014 г.) до 34,3 тыс. преступлений (2009 г.). Показатель незаконного оборота оружия в расчете на 100 тыс. населения также был наибольшим в 1999 г. (49,7 преступлений на 100 тыс. населения). Затем в результате принятых серьезных мер по профилактике и выявлению таких преступлений, за пять последующих лет их количество уменьшилось в 2,5

раза (до 20 преступлений) и до конца анализируемого периода этот показатель не превышал значения 24. В годы экономических кризисов количество таких преступлений возрастает, о чем свидетельствуют данные за 1999 г. и 2009 г.

Наличие большого количества оружия у населения провоцирует преступления с применением оружия и военные конфликты. Сокращение преступлений, связанных с незаконным оборотом оружия, сопровождается уменьшением количества преступлений с применением оружия. Число преступлений, совершенных с применением огнестрельного, газового оружия, боеприпасов, взрывчатых веществ было наибольшим в 1993 г. (22,1 тыс. преступлений) и в 1997–1998 гг. (19,7 и 18,6 тыс. преступлений). В последующие годы наблюдалась тенденция снижения таких преступлений: в 2010 г. их было 4,0 тыс. В 2014 г. зарегистрировано 4,9 тыс. преступлений, связанных с применением оружия, т.е. 3,4 преступления с применением оружия на 100 тыс. населения.

Исторически, когда центральная власть ослабевала, использование служебного положения для личных целей становилось нормой. В России со сменой политической власти коррупция также получила небывалый размах. Она стала явлением, присущим всему обществу, о чем свидетельствует принятие в 2008 г. Федерального Закона «О противодействии коррупции».

По определению ООН, коррупция включает: кражу, хищение и присвоение государственной собственности должностными лицами; злоупотребления служебным положением для получения неоправданных личных выгод (льгот, преимуществ) в результате неофициального использования официального статуса; конфликт интересов между общественным долгом и личной корыстью.

Типичным проявлением коррупции, затрагивающим права и интересы населения, является взяточничество – получение должностным лицом любым путем и в любой форме материальных ценностей или предоставление ему материальных благ за совершение (или не совершение) в интересах взяткодателя действий, входящих в компетенцию данного должностного лица [2]. Взятки могут носить прямые и скрытые формы (оформление по совместительству, выплаты по договору и пр.).

Взяточничество в стране в анализируемом периоде неуклонно расширялось. С 1993 по 2009 гг. количество зафиксированных случаев взяточничества увеличилось в 2,9 раза (с 4,5 тыс. до 13,1 тыс. случаев). В последующие годы количество зарегистрированных случаев взяточничества уменьшалось до 11,9 тыс. случаев в 2014 г., или иначе, 8,3 случая взяточничества на 100 тыс. населения. Однако следует учитывать, что этот вид преступления ввиду своей повсеместности несет бо́льшую латентную составляющую, чем выявленную.

Серьезную проблему в мире представляет терроризм. Под терроризмом понимается идеология насилия и практика воздействия на

принятие решения органами государственной власти, органами местного самоуправления или международными организациями, которые связаны с устрашением населения или иными формами противоправных насильственных действий [5].

В России первые террористические акты были совершены в 1994 г. на Северном Кавказе. К 2003 г. их количество достигло уже 561 при увеличении числа жертв мирного населения. Начиная с 2004 г., количество террористических актов по стране заметно снижалось, в 2008 г. было зарегистрировано 10 террористических актов. В 2009–2014 гг. было отмечено по 15–33 террористических акта в год. Большинство террористических актов совершены против сотрудников правоохранительных органов и органов исполнительной власти в Южном федеральном округе (80–90% по годам) [6].

Показателем, характеризующим общую распространенность преступности в стране, является также показатель числа лиц, совершивших преступление. Максимальное количество участников преступлений приходилось на 1999 и 2000 гг. (1,7 млн. чел.). Затем этот показатель имеет тенденцию к снижению (рис. 2). Исключение составляют 2006 и 2007 гг., в эти годы количество преступлений в стране было относительно больше и, соответственно, увеличилось число лиц, принимавших участие в преступлениях (1,3–1,4 млн. человек). В 2014 г. в преступных действиях участвовали 1,0 млн. человек, т.е. 700 человек на 100 тыс. населения участвовали в преступлениях в конце анализируемого периода. Это самый низкий показатель с 1993 г. В 1999–2000 гг. в преступлениях участвовали 1,2 тыс. человек в расчете на 100 тыс. населения. Несмотря на снижение числа лиц, совершивших преступление, этот показатель все же очень высок.

Рис. 2. Число лиц, совершивших преступления

Проблема наркотизма все увереннее выходит на одно из первых мест среди многих проблем, стоящих сегодня перед российским обществом. Наркотизм включает: 1) негативное социальное явление, представляющее

совокупность антиобщественных деяний (лиц, их совершивших), обусловленных болезненной зависимостью человеческого организма от постоянного приема наркотических средств (наркоманией); 2) оборот наркотических средств (психотропных веществ) – культивирование растений; разработка, производство, изготовление, переработка, хранение, перевозка, пересылка, отпуск, реализация, распределение, приобретение, использование, ввоз на таможенную территорию РФ, вывоз с таможенной территории РФ, уничтожение наркотических средств (психотропных веществ), разрешенные и контролируемые в соответствии с законодательством РФ [1].

Расширению наркотизма в стране способствуют угрожающие темпы распространения наркотиков на территории России. Количество преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотиков, за период с 1993 г. по 2000 г. увеличилось с 53,2 тыс. до 243,6 тыс. преступлений, возрастая в среднем на 24% в год. После четырехлетнего снижения их количества, последовала следующая волна роста таких преступлений до 2009 г., приближаясь к уровню 2000 г. (239 тыс. преступлений). В 2014 г. зарегистрировано 254,7 тыс. преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотиков. Это самый высокий показатель за анализируемый период. В расчете на 100 тыс. населения это составляет 177,2 преступления (рис. 3).

Рис. 3. Количество преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотиков

Увеличение незаконного оборота наркотиков расширяет возможности для их распространения и использования. Отсутствие в России системы правового, медицинского и социального обеспечения качественной реабилитации больных с диагнозом наркомания ведет к быстрому увеличению их количества: с 72,6 тыс. человек в 1995 г. до 355,6 тыс. человек в 2008 г., т.е. в 4,9 раза, а с 1990 г. – в 10,2 раза (рис. 4). С 2009 г. наблюдается уменьшение количества таких больных. За последние шесть лет

количество больных с диагнозом наркомания уменьшилось на 12,7%. В расчете на 100 тыс. населения в 1995 г. приходилось 49 больных, в 2008 г. – 249 больных, а в 2014 г. – 212 больных с диагнозом наркомания и токсикомания.

Рис. 4. Численность больных, состоящих на учете в лечебно-профилактических учреждениях с диагнозом наркомания и токсикомания

Особое внимание наркобизнеса сосредоточено на молодежной среде, благоприятной для распространения наркотических веществ. В начале анализируемого периода численность подростков, больных наркоманией и токсикоманией, резко возрастала: за 10 лет с 1990 г. по 2000 г. их число выросло в 15,9 раза (с 7,6 до 120,7 больных на 100 тыс. населения соответствующего возраста). В последующие годы в результате профилактической работы, проводимой в среде подростков, число таких больных уменьшалось, в 2014 г. численность больных наркоманией подростков составляла 13,9 на 100 тыс. населения соответствующего возраста.

К наиболее распространенным негативным социальным явлениям российского общества относится пьянство и алкоголизм. Злоупотребление алкоголем является угрозой на уровне личности, семьи, общества. Массовое распространение пьянства и алкоголизма является питательной средой для преступности.

Пьянство представляет собой более или менее систематическое употребление алкоголя и его суррогатов, приводящее независимо от дозы потребления к отклонениям в поведении. Алкоголизм, как хроническое заболевание, развивается при неумеренном употреблении спиртных напитков и приводит к психологической и физиологической зависимости от них, а затем к социально-психологической деградации личности.

Индикаторами алкогольной ситуации в стране являются такие показатели как уровень потребления алкоголя на душу населения и численность больных алкоголизмом. Продажа алкогольных напитков и пива

на душу населения (в абсолютном алкоголе) с 1996 г. возрастала до 2007–2008 гг. (9,8 л на душу населения против 7,3 л в 1996 г.). Это достаточно высокий показатель. По данным Всемирной организации здравоохранения при уровне потребления алкоголя свыше 8 л происходит деградация населения, угасание нации. В 2014 г. продажа алкогольных напитков и пива на душу населения составила 7,6 л в абсолютном алкоголе.

Пьянство и алкоголизм распространены повсеместно в России. Однако, несмотря на увеличение продажи алкогольных напитков в первой половине анализируемого периода, численность больных с диагнозом алкоголизм и алкогольные психозы снижалась (рис. 5), с 1995 г. по 2014 г. их количество уменьшилось на 30% (с 2407 до 1690 тыс. больных). Исключение составляют годы с 2001 по 2004 гг., когда численность таких больных несколько увеличилась (на 2,2% за 4 года). В расчете на 100 тыс. населения численность больных алкоголизмом в 2014 г. составила 1157 человек. Однако, несмотря на тенденцию снижения количества больных алкоголизмом, 12 больных алкоголизмом на каждую тысячу населения в конце периода – показатель все еще очень высокий. Однако следует учитывать, что показатели численности выявленных больных алкоголизмом, как и наркоманией, в значительной степени зависят от активности наркологических служб.

Рис. 5. Численность больных, состоящих на учете в лечебно-профилактических учреждениях с диагнозом алкоголизм и алкогольные психозы

Негативные социальные явления неразрывно связаны с преступностью. Доля преступлений, совершенных в состоянии алкогольного опьянения, была особенно велика в 90-х годах, когда практически четверть всех преступлений совершалось в состоянии алкогольного опьянения. В последующие годы этот показатель снижался до 2008–2009 гг. (7,2%), но к 2014 г. вновь увеличился до 16,1% от общего количества зарегистрированных преступлений.

В результате всех противоправных действий имеются потерпевшие, и увеличение их численности угрожает стабильности общества. Число зарегистрированных лиц, пострадавших от преступных посягательств в целом увеличивалось до 2006 г., когда их численность составила 2,97 млн. человек (рис. 6). Затем число потерпевших от преступных действий непрерывно снижалось со среднегодовым темпом снижения 7,4% в год. В 2014 г. их численность равнялась 1,6 млн. человек. В расчете на 100 тыс. населения это составило 1,11 тыс. случаев против 2,07 тыс. случаев в 2006 г.

Рис. 6. Число лиц, потерпевших от преступных посягательств

Рассмотренные выше показатели, характеризующие различные составляющие криминогенности общества, имеют различную динамику и не позволяют оценить динамику криминогенности общества в целом. Для обобщенной характеристики криминогенности общества и отдельных ее составляющих целесообразно построение обобщающих показателей.

Обобщающие показатели, характеризующие динамику криминогенности общества, вычисляются по совокупности соответствующих показателей. Поскольку анализируемые показатели имеют различные единицы измерения и различную интенсивность вариации во времени, они нормируются по средней и среднему квадратическому отклонению. В результате формируются стандартные z-множества по каждому из показателей, которые затем нормируются в пределах от 0 до 1 при среднем значении 0,5. Обобщающий показатель вычисляется как среднее из стандартизованных значений показателей. Таким способом определяется общий показатель (коэффициент) криминогенности общества и частные показатели, характеризующие отдельные стороны криминогенности общества. Среди частных показателей криминогенности выделяются такие как показатель распространенности преступности, показатель социальной запущенности общества, показатель распространенности алкоголизма и показатель наркотизма.

Коэффициент криминогенности общества представляет собой среднее значение из нормированных z-множеств следующих показателей:

количество зарегистрировано преступлений; численность лиц, совершивших преступления; количество зарегистрированных преступлений, связанных с незаконным оборотом оружия; количество преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотиков; численность больных, состоящих на учете в лечебно-профилактических учреждениях с диагнозом наркомания и токсикомания и с диагнозом алкоголизм и алкогольные психозы. Все показатели принимаются в расчете на 100 тыс. населения. Однако он может включать и несколько иной набор показателей.

Коэффициент криминогенности строится с 1995 г., поскольку в более раннем периоде имеются численные значения не для всех показателей. На рис. 7 показана динамика полученного коэффициента криминогенности общества. Как свидетельствует кривая на графике, рост криминогенности общества наблюдался в 1997–2001 гг. и в 2003–2007 гг., а с 2008 г. – постоянное снижение уровня криминогенности общества.

Рис. 7. Коэффициент криминогенности общества

Индексы корреляции всех показателей, обобщаемых коэффициентом криминогенности, имеют положительный знак, что свидетельствует о правомочности их включения в обобщающий показатель. Аналогичная картина и с другими обобщающими показателями.

Показатель распространенности преступности отражает показатели: число зарегистрированных преступлений и численность лиц, совершивших преступления, на 100 тыс. населения. Наибольшее значение показатель распространенности преступности наблюдался в 2006 г. (0,73), а также 1999–2000 гг. (0,68). С 2006 г. показатель распространенности преступности снижался и в 2014 г. составил 0,31, что ниже среднего уровня (рис. 8).

Рис. 8. Показатель распространенности преступности

Показатель социальной запущенности общества охватывает следующие два показателя: численность больных, состоящих на учете в лечебно-профилактических учреждениях с диагнозом наркомания и токсикомания и с диагнозом алкоголизм и алкогольные психозы, на 100 тыс. населения. Показатель социальной запущенности превышал среднее значение в 2000–2009 гг., а к концу анализируемого периода он снизился до значения 0,34 (рис. 9).

Рис. 9. Показатель социальной запущенности

Показатель распространенности алкоголизма сформирован на основе двух показателей, отражающих алкогольную ситуацию в стране. Это показатели продажи алкогольных напитков и пива на душу населения (в абсолютном алкоголе) и численности больных, состоящих на учете в лечебно-профилактических учреждениях с диагнозом алкоголизм и алкогольные психозы (рис. 10). Самые высокие показатели распространенности алкоголизма в анализируемом периоде наблюдались в 1995 г. и 2003–2008 гг. (в 1991–1994 гг. данные отсутствуют).

Рис. 10. Показатель распространенности алкоголизма

Показатель наркотизма строится по двум показателям: количество преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотиков, и численность больных, состоящих на учете в лечебно-профилактических учреждениях с диагнозом наркомания и токсикомания; оба показателя в расчете на 100 тыс. населения. Показатель наркотизма в целом имеет тенденцию к росту со средним темпом прироста 10% в год (рис. 11). Исключение составляют 2002–2004 гг. и 2010–2012 гг., когда значение показателя несколько снижалось. С 2000 г. уровень наркотизма практически все годы превышал среднее значение.

Рис. 11. Показатель наркотизма

Таким образом, по итогам анализа преступных действий можно сделать заключение о высокой степени криминальной зараженности населения России в анализируемом периоде. Уровень распространенности преступности в стране также был достаточно высок, значительно выше, чем в странах Европы. Высокая распространенность лиц, допускающих в своем поведении отрицательные отклонения непреступного характера (алкоголизм,

наркомания, токсикомания), свидетельствует о социальной запущенности общества.

Коэффициент криминогенности общества и частные показатели позволяют получить обобщающую характеристику криминогенности общества, которая свидетельствует о снижении ее уровня в последние годы. Эти показатели пригодны для оценки криминогенности общества в динамике и для межтерриториальных сравнений.

Использованные источники:

1. Большой юридический словарь, 2000. // Словари и энциклопедии на Академике. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/.
2. Кравченко А.И. Социология девиантности. М.: МГУ, 2003. 727 с.
3. Министерство внутренних дел Российской Федерации: офиц. сайт. URL: http://www.mvd.ru.
4. Номоконов В.А. Проблемы причинности, наркотизма и организованной преступности в трудах ученых дальневосточной криминологической школы [Электронный ресурс] // Університетські наукові записки, 2007, № 2 (22), с. 330-337. URL: www.univer.km.ua.
5. О противодействии терроризму: Федеральный закон № 35-ФЗ от 6 марта 2006 г. // Консультант Плюс: справ.-правовая система. URL: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=121405.
6. Статистика террористических актов на территории Российской Федерации в 2005-2011 гг. // Наука и образование против террора. URL: http://scienceport.ru/content/statistika-terroristicheskikh-aktov-territorii-rossiiskoi-federatsii-2005-2011-gg (дата обращения 11.01.2016).
7. Федеральная служба государственной статистики: офиц. сайт. URL: http://www.gks.ru.

Пескова Е.Е.
студент 1 курса магистратуры
факультет «Заочно-вечерний»
Ульяновский Государственный Технический Университет
Россия, г. Ульяновск

ИСПАНСКАЯ ПЕСЕТА

Аннотация*: Данная статья посвящена бывшей валюте Испании – песете. В ней рассмотрены положительные и отрицательные моменты отказа Испании от национальной валюты и перехода на евро.*

Ключевые слова: *песета, Испания, евро.*

SPANISH PESETA

Abstract: *This article is devoted to the former currency of Spain – peseta. In it the positive and negative moments of refusal of Spain of national currency and transition to euro are considered.*

Tags: *peseta, Spain, the euro.*

До того, как в Испании появились евро, история валюты этой страны была связана с тремя монетами – реалом, эскудо и песетой.

Слово «песета» (peseta) – это каталонское слово «частичка», уменьшительное от слова «часть» (реса).

Очевидно, песета была введена 1 января 1859 г. вместо ранее обращавшейся в Испании денежной единицы – реала. С 21 июня 1864 г. она была заменена серебряной денежной единицей – эскудо – с содержанием 11,68 г чистого серебра. Эскудо делилось на 100 реалов. С 19 октября 1868 г. после вступления Испании в Латинский монетный союз вновь введена песета на основе биметаллизма с содержанием серебра и золота, равным содержанию тогдашнего французского франка (4,5 г чистого серебра или 0,290323 г чистого золота). Правом денежной эмиссии наряду с Банком Испании пользовались еще 15 частных банков. В 1874 г. банк Испании получил монопольное эмиссионное право.

В результате первой мировой войны курс песеты значительно снизился. Еще большему обесценению песета подверглась во время гражданской войны в Испании (1936 – 1939 гг.). Ее курс составлял (песет за 1 долл. США): до первой мировой войны – 5,18; в 1920 г. – 6,27; в 1932 г. – 12,46; после девальвации доллара 1934 г. – 7,39; в 1937 г. – 8,58; в 1940 г. – 11,22. Валютный контроль, впервые введенный в 1931 г., в дальнейшем все более усиливался. С 1948 по 1958 г. применялась система множественных курсов: наряду с официальным курсом, составлявшим 11,22 песеты за 1 долл. США, для разных операций использовались курсы от 37,38 до 126,27 песеты за 1 долл. В 1959 г. был установлен единый курс 60 песет за долл. В результате девальвации испанской валюты 20 ноября 1967 г. ее золотое содержание установлено в 0,0126953 г чистого золота и паритетный курс - в 70 песет за 1 долл. При девальвациях доллара США в декабре 1971 г. и феврале 1973 г. было сохранено золотое содержание песеты и установлены центральные курсы: к СДР на уровне 70 песет за 1 СДР и к доллару США соответственно 64,4737 и 58,0264 песеты за 1 долл. С 22 января 1974 г. отменены официальные пределы отклонений курса песеты к доллару США. В дальнейшем Банк Испании осуществлял девальвации песеты в форме снижения ее плавающего курса [1].

Введение евро в Испании с одной стороны положительно сказалось на экономике страны потому, что оно способствовало развитию коммерческих отношений между европейскими странами, открылись финансовые границы и значительно упростилось проведение расчетов.

С другой стороны в Испании, популярной среди европейцев своей дешевизной, резко выросли цены, как на товары ежедневного потребления, так и на недвижимость и т. д., эти цены продолжают расти до тех пор, пока не сравняются с общими европейскими ценами [2, с. 72].

Так, например, хлеб в Испании сегодня на 85% дороже, чем во времена песет, картофель подорожал на 116%. В общем, цена потребительской

корзины с 2001 по 2011 год повысилась на 48%. Для испанцев это значит, что в год они тратят на продукты питания на 2 200 евро больше, чем 10 лет назад.

Что касается транспорта, топливо поднялось в цене в два раза, тарифы на проезд в городском и междугородном транспорте (поездах и автобусах) повысились на 45%.

Подорожало и жилье. Так, сегодня квадратный метр жилплощади стоит в Испании в среднем 2 419 евро – на 66% больше, чем до прихода евро.

Зарплаты росли в этот период не так активно: если в 2002 году средняя годовая зарплата рабочего в Испании составляла 19 802 евро, то в 2009 году (последнее доступное исследование) она выросла лишь до 22 511 евро [3].

Банк Испании опубликовал официальную информацию об обмене песет, прежней национальной валюты страны до вступления в Еврозону, которое население страны до сих пор не предъявило к обмену на евро.

Банк Испании приступил к обмену песет на евро в день введения в оборот общеевропейской валюты 1 января 2002 г. по курсу 166 песет за 1 евро. На тот момент в наличном денежном обращении страны циркулировали банкноты и монеты на общую сумму 48,75 млрд евро. Остававшиеся на руках наличные можно было обменять на евро в любом банковском учреждении пиренейского королевства до 30 июня 2012 г. Только за июнь 2013 г. население обменяло наличные песеты на сумму 1,2 млн евро.

Причем соотношение между банкнотами и монетами исторической испанской денежной единицы составило примерно 5 к 1, соответственно. Количество песет на руках у населения уменьшается крайне медленно: по данным Банка Испании за июль 2012 г., испанцы хранили у себя дома песеты на общую сумму в 1,698 млрд евро, а на тот же период 2011 г. эта сумма составляла 1,713 млрд евро [4].

Подобное отношение к евро – не редкость в Испании. По данным опроса «Трансатлантические тенденции», представленного в конце 2012 г. вторым по величине банком Испании – Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA), 57% испанцев были против перехода на евро, причем недовольство единой валютой среди жителей страны возросло на три пункта по сравнению с 2011 г.

Использованные источники:

1. Борисова, С.М. Валюты стран мира: Справочник. – 5-е изд. перераб. и доп. / С.М. Борисова, Г.П. Рыбалко. – М.: Финансы и статистика, 1987. – 387 с.
2. Фельтина, А.Н. Все об Испании /А. Н. Фельтина. – Харьков: Фолио, 2006. –195 с.
3. Динамика цен в Испании после перехода на евро: http://propaganda-journal.net/4720.html.
4. Обмен песеты на евро затягивается:

http://www.plusworld.ru/journal/online/art162582/.
5. Шитов В.Н. Деньги. Кредит. Банки. / Учебное пособие. – Ульяновск: УлГТУ, 2015. – 273 с.

Петросян С.Э.
бакалавр, магистр
кафедра «Экономика и бизнес»
Московский государственный технический
университет имени Н.Э. Баумана
Россия, г. Москва

ПРЕОДОЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ БАРЬЕРОВ, КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ

АННОТАЦИЯ

В статье приведены виды коммуникационных барьеров, рассмотрены коммуникации как межличностных, так и барьеров, возникающих внутри организации; определены основные теоретические подходы к преодолению барьеров, позволяющих избежать недопонимания и лишних конфликтов в компании.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

Менеджмент, коммуникационные барьеры, семантический барьер, фонетический барьер, невербальный барьер, стилистический барьер, логический барьер, барьер возраста, барьер боязни контакта с человеком, барьер избегания, барьер отрицательной установки, искажение информации, информационная перегрузка, неудовлетворительная структура организации

OVERCOMING COMMUNICATION BARRIERS AS A WAY TO IMPROVE MANAGERIAL EFFICIENCY

Samvel Petrosyan101

ANNOTATION:

Annotation: The article presents the types of communication barriers, considered interpersonal communication as well as the barriers that arise within the organization; the basic theoretical approaches to overcoming barriers, avoiding misunderstandings and unnecessary conflicts in the company.

KEYWORDS:

Keywords: Management, communication barriers, semantic barrier, phonetic barrier, nonverbal barrier, stylistic barrier, logical barrier, the age barrier, the barrier of fear of human contact, avoiding the barrier, barrier negative installation, distorted information, information overload, poor organizational structure.

Менеджмент - это та область человеческой деятельности, в которой общение имеет большое значение. От того, насколько сотрудники,

Authors affiliation :[101] Samvel Petrosyan – student of master program “State Regulation of Economic Resources” Bauman Moscow State Technical University; *Corresponding author, email:* magaramova05@mail.ru.

руководители соблюдают этикет деловых коммуникаций, грамотно выстраивают общение, зависит результативность переговоров, взаимопонимание, морально-психологический климат, желание сотрудничать друг с другом для достижения общей цели. Почти все проблемы в бизнесе связаны с общением- с передачей мыслей, идей, чувств, с доведением информации до других людей, что иногда приводит к недопониманию и возникновению барьеров. Изучение коммуникационных барьеров очень актуально в нынешнее время, так как препятствия в общении возникают всегда и для их предотвращения необходимо знать их сущность и методы борьбы с ними. Коммуникационные барьеры делятся на **межличностные** и **возникающие внутри организации.** К наиболее встречаемым межличностным барьерам можно отнести: неумение слушать, семантические барьеры, фонетические барьеры, невербальные преграды, стилистические барьеры, логические барьеры, кроме того сюда можно отнести барьер возраста, барьер боязни контакта с человеком, барьер избегания, барьер предвзятости и беспричинной негативной обстановки, барьер отрицательной установки. К барьерам, возникающим внутри организации, относятся: искажение информации, информационные перегрузки, неудовлетворительная структура предприятия.

Преодоление коммуникационных барьеров

Для каждого человека важно общаться с другими так, чтобы его слушали, слышали и правильно понимали. Поэтому следует знать, как правильно преодолеть коммуникационные барьеры.

Неумение слушать. Одним из самых главных навыков считается умение слушать. Для этого следует задавать вопросы, показывая свою заинтересованность, либо перефразировать то, что говорит собеседник, чтобы убедиться в правильном понимании сказанной им фразы. Активно слушать – это обеспечение обратной связи с отправителем сообщения.

Семантический барьер. Для преодоления семантического барьера следует учитывать особенности своих коллег и использовать в общении понятную для них лексику. Если слова имеют разное значение, то нужно объяснить в каком смысле вы понимаете то или иное слово. Также стоит учитывать, что языковые нормы и специфика вашего языка должные будут изменяться в зависимости от того, к кому вы обращаетесь. [1]

Фонетический барьер. Для того чтобы быть правильно понятым, надо говорить внятно, разборчиво, достаточно громко, избегать скороговорки и т.д. Выполнение таких условий помогает объекту коммуникации более точно понять полученную информацию. Таким образом, в общении каждый субъект коммуникации стремится их выполнять. К перечисленным требованиям можно отнести также некоторые конкретные закономерности восприятия речи другого, которые способствуют определению «лучшей» фонетики в разных ситуациях. Закономерности такого рода проявляются в результате многочисленных

экспериментах, в которых исследуются: темп и скорость речи, качество дикции и произношения и т.д.

Таким образом, в результате наблюдений были сделаны следующие выводы: от степени знания языка — чем хуже человек знает данный язык, тем медленнее ему необходимо говорить. Оптимальная скорость речи зависит и от степени знакомства с содержанием — чем хуже человек знает предмет обсуждения, тем медленнее надо говорить. На восприятие быстрой или медленной речи влияют: образование (чем оно выше, тем лучше слушающий понимает быструю речь), принятые нормы (в разных странах говорят с различной скоростью), индивидуальные особенности, возраст. Многие люди учитывают эти особенности, опираясь на свою интуицию, но иногда это надо делать осмысленно. Особенно, если предстоит общение с большой аудиторией: например, пожилые люди воспринимают плохо быструю речь, а молодые — медленную. Для преодоления фонетического барьера очень важна обратная связь. Опираясь на реакцию слушателей очень часто можно определить скорость речи в зависимости от ситуации. Но самое главное - просто не забывать о существовании этого барьера, так как каждый человек, опираясь на свой опыт, может предотвратить этот барьер, если будет внимательно относиться к объекту коммуникации. [2]

Невербальный барьер. При заключении договора, руководителям следует учитывать мимику и жесты своих партнеров, так как люди могут бессознательно показывать свои желания и то, что они на самом деле думают. У каждой нации существуют свои особенные невербальные символы, которые стоит учитывать при принятии решения.

Стилистический барьер. Чтобы преодолеть стилистический барьер, следует правильно структурировать передаваемую информацию. Это необходимо для лучшего понимания и запоминания данных. Существует два приема структурирования информации – это правило рамки и правило цепи. В первое правило входит то, что рамку в общении создает начало и конец разговора. Другими словами, в начале разговора должны указываться цели и перспективы, а в конце подводятся итоги, и отмечается степень достижения целей, потому что в памяти человека сохраняется в основном начало и конец, но не середина. Правильно построенная рамка позволяет организовать информацию так, чтобы структура соответствовала установкам слушающего, его представлениям. Правило цепи определяет внутреннее строение общения, потому что содержание общения должно быть выстроено, то есть соединено в цепь. Любая цепь, как и рамка, улучшает запоминание и структурирует информацию в соответствии с ожиданиями собеседника.

Логический барьер. Преодоление логического барьера осуществляется благодаря двум способам построения аргументации – восходящему и нисходящему. При восходящей аргументации сила последовательности аргументов возрастает от начала к концу сообщения, а

при нисходящей – сила аргументов убывает к концовке сообщения. Если слушающий не сильно заинтересован темой сообщения, то лучше в самом начале сказать сильный и важный аргумент, чтобы привлечь его внимание. [3]

Барьер возраста. Молодые сотрудники компании должны учитывать мнение старших коллег, потому что они более опытны и больше знают в делах организации. Соответственно, пожилые люди должны приветствовать инициативу молодых, так как это способствует развитию компании.

Барьер боязни контакта с человеком. Преодоление этого барьера возможно на путях создания такой обстановки, при контакте с таким человеком, при котором он не сможет вам повредить, то есть обязательно общаться с ним при свидетелях, может даже вести запись общения с ним.

Барьер избегания. Очень часто возникают такие ситуации, в которых человек уклоняется от контакта с собеседником. Если уклониться от общения невозможно, то он использует все, чтобы не воспринимать данную информацию и прекратить разговор (не слушает собеседника, не смотрит ему в глаза и т.д.). Для преодоления этого барьера собеседнику необходимо решить две проблемы:

1) привлечь внимание,

2) удержать внимание.

***Для привлечения внимания используется три основных приема*:**

- *прием «нейтральной фразы».* В начале выступления произносится фраза, которая не связанна с основной темой, но имеющая ценность для всех присутствующих;

- *прием «завлечения».* Говорящий произносит информацию таким образом, что ее очень трудно воспринять. Тем самым, он концентрирует внимание слушающих. (Например, он говорит очень тихо и неразборчиво)

-*прием «зрительного контакта».* Говорящий выбирает несколько людей, и в процессе передачи какой-либо информации пристально смотрит на них, кивает им т.д.

Для поддержания внимания существуют такие приемы, как:

-*прием «изоляции»* (когда отводят собеседника в сторону, уединяются, делают замечания говорящим.);

-*прием «навязывания ритма»* (постоянное изменение голоса и речи, т.е. говоря то громче, то тише, то медленнее, то быстрее.);

-*прием «акцентировки»* (употребление различных фраз, способствующих привлечению внимание, например: «Прошу обратить внимание», «Важно отметить, что...» и др.). [4]

Барьер отрицательной установки. Таких негативных установок, если они неоправданны, тоже надо избегать. Вступившему в общение с другими людьми надо стремиться тщательно, разбираться в том, что это за люди, а не руководствоваться информацией от малознакомых людей, так как они могут оказаться его конкурентами и донести до вас ложную

информацию.

Искажение информации. Руководитель должен регулировать информационные потоки, а для этого он должен использовать в управленческих решениях только ту информацию, в которой он полностью уверен, свою собственную, а также своих коллег и подчиненных. К тому же ему следует научиться оценивать качественную и количественную стороны своих информационных потребностей.

Информационная перегрузка. Чтобы предотвратить информационную перегрузку, следует четко определять цели деловой активности, использовать только необходимую информацию, соблюдать баланс труда и отдыха, сформировать высокую внутреннюю информационную культуру и выполнять стоящие перед вами задачи поочередно. Также руководителю будет полезно составить план рабочего дня, чтобы определить фронт работ, выделить главные и второстепенные задачи, так как это способствует преодолению информационных перегрузок.

Неудовлетворительная структура организации. Руководитель должен периодически организовывать встречи со своими подчиненными разных уровней, потому что это улучшит систему обратной связи, и, следовательно, предотвратит искажение информации и возникновение конфликтов. [5]

В заключении можно сказать, что в ходе коммуникации возникают различные барьеры, которые мешают конструктивному диалогу и ведут к неэффективному управлению организацией. Но если руководители и их подчиненные будут следовать правилам преодоления этих барьеров, то им удастся избежать недопонимания между ними и избежать лишних конфликтов.

Использованные источники:

1. Психология от А до Я. Барьеры коммуникации. URL: http://psyznaiyka.net/socio-obchenie.html?id=14
2. HR - Сообщество и Публикации. Преодоление барьеров непонимания. URL: http://hr-portal.ru/article/preodolenie-barerov-neponimaniya
3. Профессиональная этика: искусство общения с людьми. Преодоление барьеров. Автор: Лукаш Е.Ю., редактор: Моисеева Л.В.
4. Деловой мир. Коммуникативные барьеры в деловом общении. Автор: Кузнецов И.Н. URL: https://delovoymir.biz/ru/articles/view/?did=9828
5. Конструктор успеха. Причины информационной перегрузки и методы борьбы с ней. URL: http://constructorus.ru/zdorovie/informacionnaya-peregruzka.html

Печерина В.В.
студент 1 курса магистратуры
факультет «Экономический»

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. ПЛЕХАНОВА»
Кемеровский институт (филиал)
Россия, г. Кемерово

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Аннотация. В статье показана роль малого бизнеса в национальной экономике. Рассматривается опыт государственной поддержки малого предпринимательства и основные проблемы развития малого бизнеса в России.

Ключевые слова: малый бизнес, предпринимательство, экономика.

Abstract. This article shows the role of small businesses in the national economy. The experience of state support of small business and the main problems of development of small business in Russia.

Keywords: small business, entrepreneurship, economics.

Роль предприятий малого бизнеса в экономике любой страны достаточно высока. Значение предпринимательства оценил еще известный французский экономист Ж.Б. Сэй (1767-1832), который указал на то, что «талант английских предпринимателей» был одним из факторов успеха развития промышленности Англии [4, с. 9]. Причиной этого является то, что малый и средний бизнес имеют ряд преимуществ перед крупными компаниями. Так, например, в отличие от крупных фирм, предприятиям малого бизнеса свойственная гибкость и оперативность в принятии решений. Предприятием малого бизнеса легче управлять, ведь часто учредитель малого предприятия является его руководителем. Обладая меньшим объемом финансовых средств, предприятия малого бизнеса обгоняют крупные предприятия по такому показателю, как оборачиваемость средств [5, с. 100].

Именно малые и средние предприятия часто первыми начинают производство новых товаров, стимулируя, тем самым, инновационную активность в стране. Так, «самый высокий темп роста совокупного уровня инновационной активности за период 2006-2013гг. наблюдается у микропредприятий с численностью работников до 50 чел.» [2, с. 212]. Кроме того, способность малых предприятия быстро реагировать на изменение потребительского спроса повышает их роль в обеспечении сбалансированности между спросом и предложением потребительском рынке.

В сфере услуг и торговли значение предприятий малого бизнеса особенно велико. Именно они создают условия для здоровой конкуренции на рынке товаров и услуг, что, в конечном итоге, ведет к реализации интересов всех рыночных субъектов.

Помимо того вклада, которые вносят малые предприятия в развитие экономики страны, важна роль сферы малого бизнеса в решении социальных проблем. Создавая рабочие места, малые предприятия способствуют

снижению уровня безработицы и обеспечению социальной стабильности.

По данным Федеральной службы государственной статистики количество малых предприятий в России на 1 января 2015 года составило 2103,8 тыс. ед., увеличившись за три года на 100,8 тыс. ед. На предприятиях малого бизнеса Российской Федерации трудятся 11 744,2 тыс. человек по состоянию на 01.01.2015 года. Оборот малых предприятий в 2015 году составил 26 392,2 млрд. рублей [6].

В развитых странах мира малое предпринимательство, включая индивидуальных предпринимателей, обеспечивает до 40-45% валового продукта страны [1, с. 12]. Россия пока отстает от других стран по уровню развития малого предпринимательства. По данным Минэкономразвития на 1 января 2015 года доля малого и среднего бизнеса в валовом внутреннем продукте страны составила 20% [3]. Поэтому приоритетной задачей в развитии малого предпринимательства является достижение показателя доли предприятий малого бизнеса в валовом внутреннем продукте на уровне развитых стран. В целях решения указанной задачи в 2014-2015 годах принят ряд принципиальных решений, направленных на оказание дополнительной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства. Так, например, субъектам Российской Федерации предоставлено право на введение на своей территории налоговых каникул на первые два года деятельности для впервые зарегистрированных индивидуальных предпринимателей занятых в научной, производственной и социальной сферах. Предусмотрены меры по стимулированию спроса на продукцию малых и средних компаний. В соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» не менее 15% от всех закупок государственный и муниципальный заказчик должен размещать на специализированных торгах для малого бизнеса.

Однако изменения произошли не только в лучшую сторону. Федеральным законом от 2 апреля 2014 г. № 52-ФЗ была отменена льгота по налогу на имущество для организаций, перешедших на применение упрощенной системы налогообложения и системы налогообложения в виде единого налога на вмененный доход. Также с 1 июля 2015 г. в Налоговый кодекс Российской Федерации включена глава 33 «Торговый сбор» [7, с. 606].

С введением в действие указанных изменений возросла налоговая нагрузка на предприятия малого бизнеса. Помимо данной проблемы, к основным проблемам развития малого бизнеса в России следует отнести:

– отсутствие стартового капитала для организации предпринимательской деятельности;

– ограниченная доступность финансовых ресурсов, обусловленная сложностью получения внешнего финансирования для субъектов малого и

среднего предпринимательства и высокой стоимостью банковских кредитов.

Таким образом, в настоящее время государственная экономическая политика в России оказывает противоречивое влияние на развитие малого и среднего бизнеса. Поэтому в целях усиления роли малых и средних предприятий необходимо разработать комплексную политику поддержки предпринимательских инициатив, создать эффективные механизмы помощи предпринимательству на основе мировых практик.

Использованные источники:

1. Балабанова, О.Д. Развитие механизмов взаимодействия между крупным и малым предпринимательством // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. – 2013г. – № 35. – С. 208.
2. Лямкин И.И. Влияние размера фирм на их инновационную активность // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2016. – № 3 .– С. 209-216.
3. В Минэкономразвития оценили долю малого бизнеса в ВВП в 20%. – Режим доступа: http://bujet.ru/article/283292.php (Дата обращения 20.09.2016 г.).
4. Предпринимательство: учебник / А.Н. Романов, В.Я. Горфинкель, Г.Б. Поляк и др.; под ред. В.Я. Горфинкель, Г.Б. Поляк. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 687 с. (Золотой фонд российских учебников).
5. Туаева Л.А. Роль и значение малого бизнеса в современной экономике России / Л.А. Туаева, М.М. Коциева // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2014г.– № 22-1. – С. 100-104
6. Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: http://www.gks.ru (Дата обращения 20.09.2016 г.).
7. Чупрова Ю.О. Сравнительный анализ мирового опыта налоговой поддержки малого и среднего бизнеса / Ю.О. Чупрова, Г.И. Яковлев // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2016г. – № 1-1. – С. 605-608.

Поливанов А.В.

ЮРИДИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС И ЮРИДИЧЕСКАЯ ПРОЦЕДУРА: ПОНЯТИЕ И СООТНОШЕНИЕ

Рассматриваются понятия “юридический процесс” и “правовая процедура”, соотношение понятий “юридический процесс” и “процедура”, характерные особенности правовой процедуры как элемента юридического процесса.

Ключевые слова: юридический процесс, юридическая процедура, правовое регулирование.

В юридической науке категория "процедура" является одной из важнейших. Наличие процедурных механизмов свойственно практически для всех процессов социально-нормативного регулирования.

Для того, чтобы созданные или вновь создаваемые социальные нормы начали действовать, они должны пройти определенную процедуру, ритуал, обряд. В правовом поле – это юридическая процедура.

Реализация практически всех разновидностей социальных норм нуждается в процедурах и соответствующих процедурных нормах. Ритуалы, церемониалы, иные обряды - все это виды процедур, связанные с социальной регуляцией.

По мнению Е.Г. Лукьяновой, без анализа юридического процесса как такового, процессуальных норм и правоотношений, без изучения процессуального права в целом невозможно объективно оценить реальное состояние механизма правового регулирования, ибо в обществе, объявляющем высшей ценностью человека, его права и свободы, именно демократическое процессуальное право, опосредуя взаимодействие государства и личности, является гарантом защиты ее прав и свобод, а также важным средством координации частного и публичного интереса102.

А.А. Юсупов справедливо отмечает, что любая юридическая деятельность носит цикличный характер, который выражается в ее процессуальности. Данное свойство облегчает ее построение именно как системы взаимосвязанных, следующих друг за другом действий (операций), подчиненных общей цели и приводящих к конкретному результату. В большинстве случаев эта цикличность опосредована процессуальными требованиями, которые устанавливаются официально103.

Именно такая цикличная юридическая деятельность, выражающаяся в выполнении определенным органом управления (власти) взаимосвязанных операций, называется юридическим процессом.

П.П. Ланг, в своей работе «Правовая процедура как элемент юридического процесса», определяет юридический процесс как регламентированную нормами права последовательную деятельность различных субъектов общественных правоотношений, направленную на достижение конкретного юридически значимого результата, стадийное развитие правовых явлений, состояний, изменений.

Тем самым он справедливо обозначает, что юридический процесс и юридическая процедура соотносятся как общее и частное.

Процедура как общесоциальное явление, по мнению П.П. Ланга, представляет собой систему, которая:

а) ориентирована на достижение конкретного социального результата;

б) состоит из последовательно сменяющих друг друга актов поведения, ступеней деятельности;

в) создает модель развития, движения какого-либо явления, закрепляемую на нормативном уровне;

---

[102] Лукьянова Е.Г. Теория процессуального права. 2-е изд., перераб. М., 2004. С. 2.

[103] Юсупов А. А. Проблемы единства понимания юридического процесса и юридической процедуры // Актуальные проблемы экономики и права. 2009. №3 (11).

г) иерархически построена;

д) находится в динамике, в развитии;

е) имеет сложный характер: выступает средством реализации главного для нее общественного отношения104.

Тем не менее, юридическую процедуру следует отличать от социальной процедуры. И основное различие - это правовое поле, в рамках которого действует правовая процедура. Отсюда отличительные особенности юридической процедуры – это особый субъектный состав.

Участники правовых процедур, действующие в рамках правового поля, становятся обладателями определенного правового статуса в виде комплекса прав и обязанностей.

Реализуя данный комплекс прав и обязанностей участники правовой процедуры становятся участниками юридического процесса, состоящего из определенных стадий.

Участвуя в той или иной стадии, участники юридического процесса выполняют те или иные юридические процедуры.

Таким образом, можно согласиться с выводом П.П. Ланга, что данный правовой институт является структурным элементом юридического процесса. Правовая процедура – это часть юридического процесса, имеет особенности по сравнению с социальными процедурами, особый субъектный состав.

Полякова А.Б.
студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
Россия, г. Санкт-Петербург

СУЩНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНДУСТРИАЛЬНЫМ ПАРКОМ

Статья посвящена сущности разработки теоретико-методических основ информационного обеспечения для управляющей компании индустриального парка и практических инструментов для применения его в управлении.

Ключевые слова: индустриальный парк, контроллинг, управляющая

[104] Ланг П.П. Правовая процедура как элемент юридического процесса // Вопросы экономики и права. 2013. № 4. С. 63-66.

компания.

The article is devoted to the essence of the development of theoretical and methodological foundations of information support for the management company of the industrial park, and practical tools for use in its management.

Tags: Industrial Park, controlling, managing company.

Работу любой организации можно представить, в виде непрерывного изменения ситуаций, связанных с физическими и интеллектуальными объектами, которые имеют отношение к данной организации, таких как персонал, средства производства, готовая продукция или услуги, финансы. Для эффективного управления данным процессом, нужно, чтобы все изменения в любом объекте имели свое документальное подтверждение. Данными подтверждениями могут быть личные карточки персонала, отчеты, рекламные компании и другие документы. По факту, они и есть информационная область организации. Информационные потоки - движение информации и её изменения.

Понятно, что к каждому бизнес-процессу, переменам в физических объектах должно быть соответствие с корреспондирующим информационным потоком. При выстраивании стратегических векторов развития и управления технопарком, правительство управляющей компании, по сути, руководствуется информационными потоками и приносит в них свои изменения и, таким образом, осуществляет информационный менеджмент.

Информационная система - это сочетание ручных и автоматизированных процессов, которые решают представленные задачи, слаженно и логично взаимодействуют друг с другом.

Потребность внедрения информационных систем управления предписывается динамикой перемен в бизнесе, что в конце концов и приводит к важности проработки в короткие сроки больших объемов информации.

Согласно с Д. Таноури, введение информационной системы содействует правильной организации информационных потоков парка, гарантирует быструю поставку информации ее потребителям. Поэтому все принимаемые решения становятся более осознанными и своевременными. Также, объединив в единый организм технические возможности индустриального парка и его контрагентов, она позволит направить силы на успешное решение вопросов стратегического характера, не отвлекая на ежедневную оперативную деятельность.

Построение синтезированной информационной системы менеджмента уже связано с рядом задач, решение которых требует во многом определения стратегии внутреннего развития парка. С точки зрения перспективы становления производственной архитектуры этими задачами являются:

– разрешение стратегических целей;
– налаживание эффективных отношений с правительством

региона, партнерами и клиентами по средством учета всех аспектов жизнедеятельности технопарка.

С точки зрения информационной парадигмы целесообразно организовывать процессы использования информации в нормах общей и структурированной информационной системы. Технологическая парадигма предлагает разработку сбалансированной инфраструктуры, с которой будет базово связана комплексная информационная система менеджмента. Прикладная парадигма — это разработка и введение определенных приложений, с помощью которых станет возможным улучшение правления и принятия решений в пределах технопарка.

В данной системе все процессы приводят к единой задаче — представление информации в соответствии с запросами пользователей.

В процессе работы с документами появляется новая документация, и структура их управления в управляющей компании предполагает их хранение и организацию, позже наступает этап поиска, который отдаёт управление процессу анализа и взаимодействия документации. Механизм единого контроля над всеми процессами позволяет обеспечить целостность потока информации.

В реальности за представленными этапами обработки документации находятся вполне определенные бизнес-процессы индустриального парка. Но все же цель остается общей, и чтобы ее достичь:

– с одной стороны, надо объединять информацию, связанную с различными механизмами, в рамках общей структуры. Для этого необходимо стандартизировать используемые модели данных и унифицировать методы организации и пользования этими данными;

– с другой стороны, есть необходимость разделять информацию так, чтобы она в нужное время попадала к нужным пользователям, и в таком виде, в котором пользователи хотят ее принимать. Необходима разработка единой структуры «создания» и «потребления» информации в технопарке.

Информационная система менеджмента организацией, а особенно такой большой как индустриальный парк, это обязательный современный инструмент управления.

«Управляющая компания технопарка — юридическое лицо в форме акционерного общества или общества с ограниченной ответственностью, которое осуществляет оперативный и стратегический менеджмент технопарка, содействует развитию бизнеса резидентов, оказывает им бизнес-услуги» [1].

Положение и роль управляющих компаний в экономической системе предопределена их деятельностью в едином комплексном воспроизводственном процессе, а также его обеспечении ресурсами. Усложнение в хозяйственной системе индустриального парка связано, во-первых, с важностью активного создания у них экономической устойчивости с помощью индикаторов роста внутри технопарка.

Основываясь на вышесказанном, управление технопарком, которое основано на новых формах организации и инновационных информационных технологиях, влияет не только на его эффективную работу, но и будет содействовать формированию экономической государственной системы в общем.

Совокупная информационная система правления должна освещать абсолютно все участки работы технопарка и трактоваться именно как инновационный производительный инструмент для принятия решения управляющей компанией.

Проектирование информационной системы действующего технопарка - это «проект реконструкции существующих процессов управления с использованием современных информационных средств, такой же как и реконструкция любого промышленного или гражданского объекта, имеет те же этапы и подчиняется тем же правилам».

Однако, из-за особенности такого понятия как «процесс управления» проблемы осуществления его реконструкции намного сложнее, потому что необходима разработка и постоянное совершенствование моделей и методов менеджмента. Требуются изменения в правилах взаимодействия и методов работы большого объема участников, процессов учета и менеджмента. Перемены происходят «на ходу», с параллельной работой в течение определенного промежутка времени прежних и новых технологий.

Задача управляющей компании – это, во-первых, задача управления информацией, принятия управленческих решений, которые основаны особым способом созданных информационных потоков. Как и всякий материальный объект, информации присущи свои качественные и количественные особенности. Точно также и существуют свои специальные средства для производства этой информации. Совершенно ясно, что при наличии разных средств производства информации будут применять и разные техники правления этим производством. При этом человек остается одним из самых важных, определяющим компонентом во время производства информации, а разнообразные технологии предполагают различные правила взаимодействия специалистов всех уровней подготовки.

Соответственно, задачей создания информационной системы является не осуществление автоматизации процессов сбора и учета информации, а перестройка процессов менеджмента и учета. Определять вектор изменений должны специалисты управляющей компании, которые знакомы с методами формирования информационных систем.

Информационные системы могут кардинально отличаться в зависимости от фактической области их по функциям, архитектуре, методам осуществления. Но можно с акцентировать внимание как минимум на двух свойствах, которые являются едиными для всех информационных систем:

1. все информационные системы созданы для сбора, хранения и обработки информации.

2. информационные системы ориентированы на конечного потребителя информации.

Вектором информационных систем является интегрирование всех внутренних производственных процессов, вместе с финансовыми потоками, бухгалтерией и логистикой. Эти системы являются идеальными для решения циклических задач, которые находятся в пределах определенной организационной структуры. Эффект от введения информационных систем появляется в первую очередь посредством усовершенствования внутренних бизнес-процессов технопарка.

Эффективный менеджмент современным технопарком представляет собой очень нетривиальную задачу, если учитывать разнообразие существующих ресурсов и высокую скорость изменений в операционном окружении. Основополагающими функциями правления являются:

– планирование;
– организация;
– активизация;
– координация;
– контроль и анализ, которые используются в многомерном пространстве разных аспектов деятельности технопарка.

Те решения правления парка, которые формируются во время исполнения вышеизложенных функций, являются начальным моментом для реальных исполнителей.

Использованные источники:

1. Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий: Государственная программа: Распоряжение Правительства Российской Федерации № 328-р от 10 марта 2006 г. [Электронный ресурс] / Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ. - Режим доступа: http://base.garant.ru/10700210/.

Пушкина Т.В.
студент 2 курса
«Институт экономики и управления»
Россия, г. Уфа

ЦЕЛИ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

Теоретическое осмысление социальной политики началось параллельно с оформлением социального государства в Германии. В частности, в последней четверти XIX в. группа немецких исследователей объединилась в «кружок по изучению социальной политики» («Verien fur Sozialpolitik»), где экономики с позиций социал-реформизма. Необходимость осмысления нового социального явления отмечает В. Зомбарт:

«...наблюдательный теоретик-социолог, который хотел бы осветить светом науки политику практику, стремится внести в путаницу отдельных политических мероприятий смысл, единство и систему, различает группы однородных и разнородных начинаний и приходит к необходимости установить понятие социальной политики» [1].

Уже тогда было очевидно, что определение социальной политики зависит от того, что считается основными средствами и целями. В соответствии с ними можно выделить следующие трактовки. Первая, в которой «социальное» приравнивается к «общественному», а социальная политика понимается как «общественные действия по решению проблем, затрагивающих все общество».

Цель социальной политики — «способствовать достижению целей общества», такой политике противоположна частнопредпринимательская политика. Вторая, где социальная политика через трудовое законодательство и социальное страхование решает проблемы наемных работников, в первую очередь, рабочих. Цель социальной политики — нейтрализация радикальных социалистических идей, обеспечение возможности социал-реформизма. Противоположность — социал-радикализм, то есть социалис-тическая революция под руководством рабочего класса. Сейчас, через сто лет, мы видим опыт реализации социал-реформизма в развитых государствах Европы, а опыт социал-радикализма — в бывшем СССР.

Третья, где социальная политика через систему общественного и государственного вспомоществования (призрения) и благотворительности обеспечивает минимальный доход нетрудоспособным, деклассированным и самым бедным из работающих (пауперам). Цель — обеспечить перечисленным группам населения сколько-нибудь приемлемое существование, чтобы обеспеченные классы могли не опасаться за свою жизнь и имущество. Противоположность — любые варианты принудительного трудоустройства, которые в сегодняшнем правовом государстве трансформировались в общественные работы или систему отработки пособий. Исторически такую социальную политику реализовала Великобритания, а затем страны, связанные исторически с Британской империей.

Четвертая, в которой социальная политика понимается как инструмент, смягчающий негативные последствия рыночного либерализма или реформирования в этом направлении, в первую очередь, в процессах распределения. Цель — удержать дифференциацию доходов в определенных рамках. Противоположность — массовое обнищание наемных работников, пауперизм. Деградация условий наемного труда в России — результат и следствие попыток такой социальной политики.

Пятая рассматривает как базовую характеристику социальную солидарность и возможности регулирования развития всех социальных групп через коллективную ответственность «общества за всех».

Противоположность — индивидуалистический либерализм, но сегодня он также развился в идею индивидуальных контрактов граждан (налогоплательщиков) с государством и страховыми системами, «общество благосостояния». Возможно, это социальная политика XXI века в развитых странах. В «сегодняшнем» понимании социальной политики также говорится о благосостоянии всего населения: «Всякая политика должна, прежде всего, направляться на достижение благосостояния и развитие населения, а также на поощрение его стремления к социальному прогрессу... в качестве основной цели при планировании экономического развития» [2].

Мы считаем, что социальная политика — деятельность государства и/или общества (общественных институтов) по согласованию интересов различных социальных групп и социально-территориальных общностей в сфере производства, распределения и потребления, позволяющая согласовать интересы этих групп с интересами человека и долговременными целями общества. Цель социальной политики — регулирование и согласование интересов для устойчивого и сбалансированного развития общества, достижение социального мира или общественного согласия. Подчеркиваем это, так как согласование интересов, с нашей точки зрения, гораздо более важная цель, чем удовлетворение интересов любой, самой почтенной или самой перспективной социально-возрастной группы.

Совершенно очевидно, что общество устроено так, что нельзя «дать» кому-то что-то, не забрав, не «отняв» у другой группы населения. Дискуссии о том, какой крен для общей лодки выгоднее, бессмысленны, необходимо искать способ держать ее в равновесии.

Близкий подход находим у А. Стребкова: государственную социальную политику можно представить как баланс сил, как степень согласия по текущим и перспективным решениям, программам социального устройства и переустройства. В соответствии с этим можно обозначить круг проблем теории социальной политики. К ним относятся, во-первых, социальные условия жизни различных групп, структура социальных условий, границы минимальных и максимальных условий жизни, проблемы человеческих потребностей и структуры условий жизни. Во-вторых, социальная стратификация общества, ее признаки, ресурсное состояние групп и классов, динамики социально-классовых структур. И, наконец, в-третьих, это роль государства в изменении отношений социальных классов к условиям своей жизни или социально-экономическому положению, правовая оформленность этих отношений, проблемы форм собственности [3].

Социальная политика включает планы и программы в сфере образования, здравоохранения, экономической защиты, социального обеспечения, составляемые правительством, добровольными организациями». Субъектом социальной политики может быть не только государство, но и общественные, благотворительные и иные объединения, гражданские инициативы и группы самопомощи. Итак, цель социальной

политики — это регулирование и согласование интересов для устойчивого и сбалансированного развития общества, то есть достижение социального мира или общественного согласия.

Совершенно очевидно, что общество устроено так, что нельзя «дать» комуто чтото, не «отняв» у другой группы населения.

Дискуссии о том, какой крен для общей «лодки» выгоднее, бессмысленны: необходимо искать способ держать ее в равновесии.

Поэтому в США в последнее десятилетие предпринята попытка смены стратегии социальной политики в масштабах государства. Был намечен переход от welfare (благосостояния на основе пособий) к workfare (благосостоянию на основе занятости), когда получение пособий означало определенные обязательства в плане занятости (может быть, в общественном секторе) или отработок пособий [4]. Первые законы об отработке пособий были приняты еще в 1984 году и их применение показало, что отработки снижают степень зависимости и стимулируют поиски работы.

Конечно, эффективность данной «революции» в социальной политике зависит от макроэкономических факторов, от наличия рабочих мест на рынке труда. Но даже если приходится довольствоваться общественными работами (как в данный момент, когда в США экономический спад) «возвратность» пособий через отработки способствует снижению социального иждивенчества.

Использованные источники:

1. Баркер Р. – Словарь социальной работы / Пер. с англ. М.: Институт социальной работы, 2012г.
2. Зомбарт В. – Идеалы социальной политики. Пер. с нем. СПб., 2013г.
3. Лебедева Л.Ф. – США: государство и социальное обеспечение. Механизм регулирования. / М.: Наука, 2012г.
4. Микульский К.И., Роговин В.З., Шаталин С.С. – Социальная политика. / М.: Политиздат, 2013г.

Решетова Т.В.
студент 2 курса магистратуры
«Государственное и муниципальное управление»
«Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М.Ф. Решетнева»
Россия, г. Красноярск

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Аннотация: В данной статье рассматривается современное состояние промышленного производства на территории Красноярского края ,а так же комплекс мер и механизмов государственной поддержки реализации видов

промышленной политики Красноярского края.

Ключевые слова: Промышленность, промышленная политика, государственная поддержка.

STATE SUPPORT OF INDUSTRIAL PRODUCTION IN THE KRASNOYARSK TERRITORY

Abstract: This paper examines the current state of industrial production in the Krasnoyarsk Territory, as well as a set of measures and mechanisms of state support for the implementation of forms of industrial policy of the Krasnoyarsk Territory.

Keywords: Industry, industrial policy, government support.

Красноярский край устойчиво входит в первую десятку субъектовРоссийской Федерации по объему валового регионального продукта. Болееполовины ВРП обеспечивает промышленный комплекс края, в частностицветная металлургия, нефтегазовая отрасль, электроэнергетика,горнодобывающая промышленность, лесозаготовка и лесопереработка. Помимо промышленных отраслей существенный вклад в экономику краявносят строительство, включая производство строительных материалов, исельское хозяйство, являющееся базой формирования агропромышленногокомплекса и обеспечивающего продовольственную безопасность региона.

«Основной профиль Красноярска, безусловно, промышленность. Это подтверждается как статистическими данными, так и самой структурой экономики города, который удалён от курортных зон, не является финансовым центром, не имеет больших портов. Промышленность — единственный якорь, который есть у Красноярска» (из интервью с главой города Красноярска Эдхамом Акбулатовым). Действительно, в советское время Красноярск заслуженно считался одним из основных промышленных центров страны. В нашем городе работали уникальные предприятия, на которых трудились отличные специалисты, чьей подготовкой занимались местные училища, техникумы и вузы.

Но на сегодняшний день Красноярскстат подвел итоги работы промышленного комплекса Красноярского края за 2015 год по отношению к 2014 году, было отмечено снижение объемов производства на 1,1 процента (по России – на 3,4 процента). На снижение объемов промышленного производства Красноярского края повлияла деятельность добывающих и обрабатывающих производств. В добыче полезных ископаемых объем производства уменьшился на 0,4 процента. Значительное снижение отмечено в добыче и обогащении руд цветных металлов (кроме урановой и ториевой руд) – на 10,9 процента. Также снизился объем добычи нефти, включая газовый конденсат, - на 0,3 процента. При этом прирост объемов добычи природного и попутного газа составил 33,4 процента, угля – 5,6

процента.Сокращение объемов обрабатывающих производств в 2015 году составило 2,1 процента к 2014 году [1]. Система государственной поддержки хозяйствующих субъектов недостаточно эффективна и не обеспечивает в полной мере правовых, экономических, информационных и организационных условий функционирования развитого промышленного сектора экономики, гарантирующего стабильные темпы экономического роста. Поэтому необходимость государственного вмешательства в экономику страны становится первостепенным делом.

17 декабря 2015г. на заседании комитета по промышленности и вопросам жизнеобеспечения депутаты рассмотрели и рекомендовали для принятия в первом чтении законопроект «О промышленной политике в Красноярском крае». Промышленная политика – это взаимосвязанный комплекс мероприятий по поддержке развития промышленности посредством регулирующих ее инструментов [4]. Представляя документ, заместитель председателя комитета Андрей Колесников отметил, что в настоящее время в Красноярском крае отсутствует комплексный законодательный акт, регламентирующий отношения, возникающие между юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, органами государственной власти и местного самоуправления при формировании и реализации промышленной политики, и оказывающий стимулирующее воздействие на развитие промышленности в регионе.

Закон Красноярского края от 31 марта 2016 г. № 10-4346 «О промышленной политике в Красноярском крае», проектом закона определяются ключевые понятия в сфере промышленной политики и промышленной деятельности в крае, такие как промышленная деятельность, промышленная политика, субъекты промышленной деятельности и промышленной политики, меры стимулирования, программы развития и концепция развития промышленной политики в крае. Также прописаны полномочия субъектов общественных отношений, возникающих при формировании и реализации промышленной политики.

Например, статья 6 нового законопроекта затрагивает «Меры стимулирования деятельности в сфере промышленности», т.е.стимулирование деятельности в сфере промышленности осуществляется путем предоставления субъектам деятельности в сфере промышленности финансовой, информационно-консультационной поддержки, поддержки научно-технической деятельности и инновационной деятельности в сфере промышленности, поддержки развития их кадрового потенциала, осуществляемой ими внешнеэкономической деятельности, предоставления государственных преференций, иных мер поддержки, установленных федеральными законами и нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, законами края [2]. Также в новом законопроекте говорится о поддержке научно-технической деятельности и инновационной

деятельности при осуществлении промышленной политики осуществляется органами государственной власти края путем:предоставления субъектам деятельности в сфере промышленности субсидий на финансирование научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, выполняемых в ходе реализации инвестиционных проектов в отраслях промышленности, не связанных с обеспечением обороны и безопасности государства; стимулирования инновационной деятельности в хозяйственных обществах с участием Красноярского края или созданных Красноярским краем некоммерческих организациях путем осуществления органами государственной власти края соответственно прав участника (акционера) хозяйственного общества или прав учредителя некоммерческой организации;стимулирования спроса на инновационную продукцию, в том числе через нормирование в сфере закупок товаров, работ и услуг для государственных нужд в соответствии с законодательством в этой сфере [2].

Промышленное производство Красноярского края занимает ведущие позиции и формирует основной потенциал экономического развития[5]. Но для более эффективного роста промышленного производства необходимость государственного вмешательства в экономику страны становится первостепенным делом. Для решения данной проблемы был принят законопроект «О промышленной политике в Красноярском крае». В законопроекте определяется обусловленность применения мер стимулирования достижением целевых показателей и индикаторов, установленных краевыми целевыми программами, принимаемыми для стимулирования промышленного производства. Также обозначена необходимость координации мер стимулирования промышленной деятельности, осуществляемых органами государственной власти края и органами местного самоуправления [6]. Законопроектом установлено право субъектов промышленной деятельности на равный доступ к государственной поддержке, стимулирование субъектов к внедрению результатов интеллектуальной деятельности, повышению производительности труда, внедрению импортозамещающих и ресурсосберегающих технологий.

Использованные источники

1.Бизнес Красноярск онлайн [Электронный ресурс] / Режим доступа:http://b2bis.ru/statya/promyshlennoe-proizvodstvo-v-krasnoyarskom-krae-v-2015-godu (Дата обращения 28.09.2016г.)

2. Закон Красноярского края «О промышленной политике в Красноярском крае» [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.sobranie.info/lawsinfo.php?UID=13124 (Дата обращения 28.09.2016г.)

3. Концепция промышленной политики Красноярского края до 2030 год производства [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.krskstate.ru/promtorg/strateg (Дата обращения 24.09.2016г.)

4. ООО «Лаборатория Новостей», 2003—2016 [Электронный ресурс] / Режим

доступа:http://newslab.ru/projects/zs/691846 (Дата обращения 28.09.2016г.)
5. Региональные технологические платформы как инструмент инновационного развития территории: монография / В.В.Куимов, Ю.Ю. Суслова, Е.В. Щербенко, Д.А.Толстой, А.О.Куимов. – М.: ИНФРА-М ; Красноярск : Сиб.федер. ун-т, 2016. – 343 с. – (Научная мысль). – [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.dx.doi.org/ 10.12737 / 19430 (Дата обращения 28.09.2016г.)
6. Фонд развития промышленности [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://frprf.ru/gospodderzhka/ (Дата обращения 28.09.2016г.)

Романова А.Н., к.э.н.
доцент
кафедра стратегического и операционного менеджмента
ВБШ, ОмгПУ
Россия, г Омск

МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы мотивации и мотивирования персонала, перечислены основные этапы процесса мотивации, а также рассмотрена взаимосвязь между мотивами и стимулами труда

Ключевые слова: мотивация, мотивирование, стимулирование, организация

OF MOTIVATION AND STIMULATION OF PERSONNEL OF THE ORGANIZATION

Abstract: the article considers the questions of motivation and motivation of staff are listed the main stages of the process of motivation and examined the relationship between motives and incentives work

Key words: motivation, motivation, stimulation, organization

Мотивация – это совокупность внешних и внутренних движущих сил, которая побуждает человека к осуществлению такой деятельности, которая направленна на достижение определенных целей и задач, с затратами на определенные усилия, с определенным уровнем терпения, старания, настойчивости и добросовестности[1,2].

В свою очередь мотивирование - это процесс воздействия на индивидуума с целью побуждения его к определённым действиям с помощью пробуждения в нём различных мотивов.

Стадии процесса мотивации, представляют собой замыкающийся непрерывный круг (рис.1) [3,4].

Рис.1. Схема мотивационного процесса персонала организации

Стимулы в организациях выполняют важное значение в виде рычагов воздействия на работника или носителей «раздражения», которые вызывают действие различных мотивов. В практике в качестве стимулов выступают отдельные предметы, обещания, действия других людей, носители обязательств и возможностей, предоставляемые возможности и многое другое, все что может предложить работнику работодатель в компенсацию за его действия или что он сам бы желал получить в результате выполненных действий или функций [5,6].

Процесс применения разных стимулов с целью мотивирования людей принято называть процессом стимулирования. Стимулирование имеет различные формы. В практике управления одной из самых распространённых его форм является конечно же материальное стимулирование. Роль данного вида стимулирования очень велика в условиях рыночной экономики. Однако также не обходимо учитывать ситуацию, в которой материальное стимулирование осуществляется, и стараться избегать преувеличения его возможностей, так как человек имеет очень сложную и не однозначную систему потребностей, задач, целей, интересов и приоритетов. [7].

Взаимосвязь между мотивами и стимулами труда персонала представлена на таблице 1.

Таблица 1

Взаимосвязь между мотивами и стимулами труда

Стимулы	Мотивы
Повышение заработной платы; Постоянно действующие надбавки; Премии;	Мотивы по удовлетворению потребностей в жизненно

Материальная помощь; Участие в прибылях; Предоставление льготных кредитов; Оплата транспортных, медицинских расходов.	необходимых благах.
Предоставление работы по интересам; Профориентация; Повышение творческого характера труда; Предоставление возможностей для обучения; Признание и уважение.	Мотивы жизненного самоопределения.
Возможность общаться на рабочем месте; Участие в управлении предприятием; Справедливость в установлении норм выработки, распределении работ, оценок и вознаграждений.	Мотивы социального взаимодействия.
Предоставление руководящей работы; Персональные блага; Продвижение по служебной лестнице; Участие в принятии решений; Участие в успехе.	Мотивы статусного самоутверждения.
Предоставление работы по желанию и возможностям; Развитие неспециализированной карьеры; Мотивы статусного самоутверждения	Мотивы оптимизации жизненного цикла.

Стимулирование принципиально отличается от мотивирования. Сущность данного отличия состоит в том, что стимулирование – это одно из средств, с помощью которого работодатель осуществляться мотивирование работника. При этом, чем выше уровень развития отношений в организации, тем реже в качестве средств управления людьми применяется стимулирование. Это связано в первую очередь с тем, что бучение и воспитание, используется как один из методов мотивирования сотрудников, и приводит к тому, что работники организации сами проявляют значительное участие в делах организации, выполняя необходимые функции и действия, не дожидаясь или же вообще не получая соответствующего стимулирующего воздействия.

Если обратить внимание, на что в деятельности человека оказывает воздействие мотивация, то выясняется, что это следующие характеристики деятельности: добросовестность; направленность; старание; усилие; настойчивость [8,9].

Добросовестность при исполнении своих обязанностей, означающее ответственное осуществление работы, с учётом всех необходимых норм и требований, для большинства работ является одним из важнейших условием их успешного выполнения.

Сотрудник организации может выполнять свою работу потому, что она приносит ему определённое удовлетворение (моральное или материальное), а может выполнять её потому, что он стремится помочь своей компании добиваться целей и развития.

Может быть и такой вариант, что мотив одновременно порождён с

обеих сторон системами мотивации. Но для управления необходимо знать о наличии этих двух видов мотивации, так как эффективно управление может опираться только на «внешний» тип мотивации, стремясь при этом принимать во внимание и предсказывать возможность возникновение определённой «внутренней» мотивации.

Помимо всего сказанного выше надо помнить, что именно успешная мотивация предпринимательской деятельности, основанная на понимаемых и разделяемых бизнесом принципах, базирующихся на ценностях корпоративной культуры, способна дать импульс эффективной структурной реорганизации предприятия методами организационного проектирования, идущей в русле намечаемых стратегических целей.

Использованные источники:

1. Романова А.Н. // диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук/ Российский заочный институт текстильной и легкой промышленности. Москва, 2009 г.// Принятие управленческих решений по управлению ассортиментом с целью повышения эффективности деятельности швейных предприятий.
2. Романова А.Н., Ивашкина Е.А. / Роль планирования в современных условиях/ в сборнике: от синергии знаний к синергии бизнеса, 2015 г. С.242-245.
3. Родинова Н.П., Романова А.Н. Франчайзинг как способ организации эффективного бизнеса. Справочник Экономиста, 2010. №5 (83) С.128-136.
4. Романова А.Н. Принятие решений по производству и продаже продукции при колебании цен. Менеджмент инноваций. 2008. №4. С. 284-287.
5. Арбузова Е. Н., Яскина О. А. Проектирование рефлексивной системы обучения с применением инновационного учебно-методического комплекса по дисциплине «Современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин» в магистратуре Высшей бизнес-школы//European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук). -2014. -№ 5, т. 1. -С. 125-132.
6. Шастин А.В., Яскина О.А. Использование методов проектного управления в образовании // Наука XXI века: опыт прошлого - взгляд в будущее. Материалы II Международной научно-практической конференции. – Омск : СибАДИ, 2016. – с. 708-712.
7. Яскина О.А. Когнитивные технологии в подготовке управленческих кадров в магистратуре Высшей бизнес-школы//Современные образовательные технологии в мировом учебно-воспитательном пространстве. – 2016. – № 4. – с. 160-165.
8. Яскина О.А. Методики профессионального обучения, ориентированного на действие в подготовке магистров менеджмента Высшей бизнес-школы // Производственный менеджмент: теория, методология, практика. – 2016. № 5. – с. 228-233.
9. Arbuzova E.N., Khiryanova I.S., Yaskina O.A. MOBILE TRAINING OF

FUTURE TEACHERS ON THE BASIS OF INNOVATIVE EDUCATIONAL AND METHODOLOGICAL COMPLEX (ON THE EXAMPLE OF INNOVATIVE EDUCATIONAL AND METHODOLOGICAL COMPLEX "METHOD FOR TEACHING BIOLOGY")//Science, Technology and Higher Education: materials of the III international research and practice conference, Westwood, Canada, October 16, 2013. Westwood, Canada, 2013. – p. 139-14.

Ромоданова О.А.
студент 4 курса
направление подготовки «Экономика»
профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Мордовский гуманитарный институт
Гареев В.В.
студент 4 курса
направление подготовки «Менеджмент»
Шукшина Ю.А., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра менеджмента и экономики образования
ФГБОУ ВО «МГПИ имени М.Е. Евсевьева»
Россия, г. Саранск

АНАЛИЗ СОСТАВА, СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ АКТИВОВ УЧРЕЖДЕНИЯ

В статье представлены результаты практического исследования анализа состава, структуры и динамики активов бюджетного учреждения на основе бухгалтерского баланса.

Ключевые слова: баланс, актив, финансовые активы, нефинансовые активы, горизонтальный анализ, вертикальный анализ.

Romodanov O.A
4th year student of direction of preparation "Economy"
profile "Accounting, analysis and audit"
Mordovia Humanitarian Institute
Russia, Saransk
Gareev V.V
4th year student of direction of training "Management"
Federal state budgetary educational institution of higher education
«Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva "Saransk
Scientific adviser:
Shukshina Yu, Ph.D.
Associate Professor, Department of Management and Economics of Education,
Federal state budgetary educational institution of higher education
«Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva "Saransk

ANALYSIS OF THE COMPOSITION, STRUCTURE AND

DYNAMICS OF ASSETS OF INSTITUTIONS

The article presents the results of empirical research analysis of the composition, structure and dynamics of the balance sheet on the basis of budget institution's assets.

Keywords: balance, assets, financial assets, non-financial assets, horizontal analysis, vertical analysis.

Единая система данных об имущественном и финансовом положении МОУ «СОШ №25» [1] представлена бухгалтерской (финансовой) отчетностью учреждения, она составляется по установленным формам на основе данных бухгалтерского учета и иной информации. Баланс государственного (муниципального) учреждения является информационной базой для анализа состояния финансовых и нефинансовых активов, а также обязательств учреждений, являющихся получателями субсидий [2].

Анализ показателей баланса МОУ «СОШ №25» позволяет исследовать состав, структуру и динамику активов учреждения. В 2014 году активы учреждения составляли 1646556,27 руб., а в 2015 году – 1630215,06 руб. соответственно, снижение стоимости активов учреждения за 2014-2015 гг. составило 16341,2 руб. или менее 1%. Динамика активов учреждения представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Динамика активов учреждения за 2014-2015 годы

Рассмотрим структуру активов учреждения. По данным баланса МОУ «СОШ №25» активы представлены финансовыми и нефинансовыми В 2014 году нефинансовые активы учреждения составляли 43278034,37 руб., из них стоимость основных средств составила 19784761,64 руб., стоимость непроизведенных активов – 22534173,63 руб., а стоимость материальных запасов 959099,10 руб. соответственно (рис. 2).

Рисунок 2 – Структура нефинансовых активов в 2014 году

Таким образом, в структуре нефинансовых активов учреждения в 2014 году наибольший удельный вес составляли основные средства и непроизведенные активы (46% и 52% соответственно). В 2015 году стоимость нефинансовых активов учреждения выросла и составила 92838331,36 руб., из них стоимость основных средств составляла 18959653,35, стоимость непроизведенных активов – 72924595,38 руб., а стоимость материальных запасов 954082,63 руб. соответственно (рис. 3).

Рисунок 3 – Структура нефинансовых активов в 2015 году

В структуре нефинансовых активов учреждения в 2015 году наибольший удельный вес составляли только непроизведенные активы (79%). Динамика отдельных видов нефинансовых активов представлена на рисунке 4.

Рисунок 4 – Динамика нефинансовых активов в 2014-2015 гг.

Финансовые активы учреждения представлены денежными средствами (в частности денежными средствами учреждения на лицевых счетах в органе казначейства) и задолженностью по прочим расчетам с дебиторами. Объем денежных средств учреждения вырос за анализируемый период (2014-2015 гг.) на 7% и составил 147499,53 руб. Динамика денежных средств учреждения представлена на рисунке 5.

Рисунок 5 – Динамика денежных средств учреждения в 2014-2015 гг.

Объем задолженности по прочим расчетам с дебиторами также вырос за анализируемый период (2014-2015 гг.) в 1,2 раза.

В целом, можно констатировать незначительное снижение стоимости активов учреждения в анализируемом периоде (2014-2015 гг.) (менее 1%). Активы учреждения представлены финансовыми и нефинансовыми. В структуре нефинансовых активов учреждения выделяются основные средства, непроизведенные активы и материальные запасы. Можно

отметить, что за 2014-2015 гг. доля непроизведенных активов существенно увеличилась (с 52% до 79%), доля основных средств уменьшилась (с 46% до 20%). Удельной вес материальных запасов практически остался без изменений (на уровне 1-2%). Финансовые активы учреждения представлены денежными средствами (в частности денежными средствами учреждения на лицевых счетах в органе казначейства) и задолженностью по прочим расчетам с дебиторами. В анализируемом периоде (2014-2015 гг.) наблюдался рост как денежных средств учреждения (на 7%), так и задолженности по прочим расчетам с дебиторами (в 1,2 раза).

Отметим, что в настоящее время возникает проблема информативности бухгалтерской отчетности в связи с постоянным изменением законодательства в области регулирования бухгалтерского учета государственных (муниципальных) бюджетных и автономных учреждений с целью установления единого порядка составления и представления бухгалтерской отчетности [3].

Использованные источники:

1. МОУ «СОШ № 25». URL: http://bus.gov.ru/pub/agency/123650 (дата обращения: 17.10.2016)
2. Шукшина Ю.А. Информативность отдельных форм бухгалтерской отчетности государственного (муниципального) учреждения // Мир науки и образования. 2015. № 4. С. 28. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=25013575 (дата обращения: 17.10.2016)
3. Шукшина Ю.А. Информативность пояснительной записки к балансу учреждения // Мир науки и образования. 2016. № 1 (5). С. 11. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=25609783 (дата обращения: 17.10.2016)

Рубашкина О.В.
студент 4 курса
факультет управления
направление подготовки
«государственное и муниципальное управление»
Южно-Российский институт управления РАНХиГС

ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Существование и эффективное функционирование местного самоуправления является залогом и обязательным условием развития любого демократического государства. Местное самоуправление осуществляется самостоятельно, а это означает, что местное самоуправление представляет собой самостоятельный уровень публичной власти, не находящийся в иерархическом подчинении государственной власти.

Необходимость повышения финансовой самостоятельности муниципалитетов подчеркивается руководителями российского государства. В частности, Владимир Путин в своей программной статье подчеркнул, что

«усиление экономической самостоятельности особенно необходимо крупным и средним городам. Здесь в основном сосредоточен экономический потенциал страны и наиболее активные граждане. Города выступают источниками экономического роста и очагами гражданских инициатив Передавая сейчас в руки региональных властей ресурсы, важно позаботиться, чтобы это не обернулось беззащитностью городов перед руководителями регионов».

Одной из причин выделения местного самоуправления в самостоятельную ветвь власти, не зависимую от государственной власти, является экономическая основа. Органы и должностные лица местного самоуправления вправе управлять местной экономикой, осуществлять правовое регулирование данной сферы, т.е. выступать в качестве публичного субъекта, диктующего свою волю другим участникам гражданского оборота. Одновременно с этим местное самоуправление должно исполнять наставления органов государственной власти, исходить в своей финансовой деятельности из норм, установленных законодательством Российской Федерации.

Обобщив теоретические материалы, становится возможным выделение некоторых причин, затормаживающих развитие местного самоуправления в России, ими являются:

- Противоречивые властно-управленческие отношения

Органы местного самоуправления находятся одновременно и в положении управляемого объекта, и в позиции управляющего субъекта. В сложившейся системе самоуправления власть распределяется сверху вниз, а ответственность – снизу вверх. Поскольку местная администрация формируется и контролируется сверху, поскольку благополучие главы администрации зависит от решения районного руководства, а не населения. Но должно наоборот: власть распределяется снизу вверх, а ответственность – сверху вниз. В сложившейся ситуации население дистанцируется от местной управы, воспринимая её, как государственный, а не свой, муниципальный, орган власти.

Как вернуть авторитет местной администрации? Её следует превратить в автономную юридическую единицу с самостоятельными функциями, ответственностью, источниками финансирования.

Из этой причины вытекают ещё две:

- Финансовая несостоятельность

Необходимым условием повышения эффективности местных администраций является формирование дееспособного бюджета, стабильными источниками которого являются собственные налоги.

В соответствии с общепризнанным стандартом доля местных структур в консолидированном бюджет страны должна составлять не менее 20%, а доходы на 75% формироваться за счёт собственных ресурсов.

Следует установить конкретные доли и нормативы отчислений для

местных администраций от федеральных и региональных налогов. Параметры бюджета должны определяться в зависимости от государственных минимальных стандартов, а не от кассовых расходов.

Также необходимо исключить бессмысленное циркулирование средств из муниципального образования в бюджеты вышестоящих уровней, с их последующим возращением в качестве межбюджетных трансфертов. Следует рассмотреть возможность закрепления за местными бюджетами дополнительных налоговых источников, стимулирующих муниципалитеты к работе по расширению собственной доходной базы.

- Зависимость органов местного самоуправления от государственных структур

Исключая материально-финансовый аспект, для децентрализации власти, расширения автономии муниципалитетов следует:

- Постепенно снижать избыточный контроль за местным самоуправлением со стороны государственной власти;
- Ограничение влияния государственных структур на решение вопросов сугубо муниципальной компетенции;
- Создание собственной инфраструктуры в муниципалитетах;
- Исключить возможность назначения/снятия с должности главы местного самоуправления государственными органами «сверху».

- Пассивность граждан

Социальное участие граждан во многом зависит от умения местной власти вести диалог с населением, применять разнообразные формы и методы общения. Следует обеспечить коммуникацию с «двусторонним движением», предполагающим постоянную координацию деятельности органов местного самоуправления в соответствии с интересами общины за счёт изучения ожидания людей.

Важным компонентом системы муниципального управления должны стать структуры общественного самоуправления. К примеру, в Ростовской области к решению вопросов муниципального управления привлечено казачество, посредством обозначения казачьего круга в качестве одного из органов общественного самоуправления.

Безусловно, реальное вовлечение граждан в процесс муниципального управления возможно лишь в случае, если во-первых, они почувствуют действительную эффективность муниципальной системы, перестанут воспринимать её в качестве лишь низового подразделения государственной власти, а во-вторых, смогут убедиться в том, что их участие в муниципальном управлении будет оказывать непосредственное влияние на политику муниципальных образований в социальной, экономической, культурных сферах.

Самоуправление невозможно, если его органы не опираются на свои собственные доходы. Отсутствие сбалансированности между полномочиями, которыми наделена сельская администрация, и финансовыми ресурсами,

которые ей предоставляются, стала самой острой проблемой.

А пока органы местного самоуправления не получает автономии, как в финансовой сфере, так и в правовой, в решениях вопросов местного значения, говорить об авторитете местной администрации, о включенности граждан в процесс принятия властных решений говорить нельзя.

Таким образом, несмотря на очевидное продвижение модернизации системы муниципального управления РФ, требуется продолжение реформирования органов местного самоуправления. В первую очередь, необходимо акцентировать внимание на децентрализации муниципального управления и его более тесного взаимодействия со структурами общественного самоуправления, с одной стороны, обеспечения финансово-экономической самостоятельности муниципалитетов – с другой стороны.

Рубашкина О.В.
студент 4 курса
факультет управления
направление подготовки
«государственное и муниципальное управление»
Тер-Акопян О.К., к.э.н.
научный руководитель, доцент
Южно-Российский институт управления РАНХиГС

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: В статье рассматривается метод стратегического регионального управления и возможность его применения для социально-экономического развития Ростовской области.

Ключевые слова: стратегическое управление, региональное развитие, Ростовская область, инструментарий стратегического регионального управления.

STRATEGIC REGIONAL MANAGEMENT AS A TOOL FOR SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE ROSTOV REGION

Abstract: the article describes a method of strategic regional management and the possibility of its application for socio-economic development of the Rostov region.

Key words: strategic management, regional development, the Rostov region, the tools of strategic regional management.

Современный этап экономического развития страны характеризуется быстро растущим интересом к обширному комплексу проблем регионального развития в РФ. Это, в первую очередь, обусловлено переходом к рыночной экономике и реальному федерализму. В современной России каждый регион становится самостоятельной экономической подсистемой, характеризующейся сильной взаимосвязанностью своих

основных элементов. Значительно возрастает влияние доходов и платежеспособного спроса на региональное производство, потребление и инвестиции, развитие социальной сферы.

Межрегиональный обмен осуществляется на рыночной основе, и поэтому регион как рынок испытывает влияние внешних конкурирующих и дополняющих рынков товаров и услуг.

Именно поэтому одной из стратегических задач управления на уровне субъекта федерации является разработка концепции регионального развития, которая бы:

- учитывала все особенности региона;
- создавала оптимальные условия для реализации потенциала региона;
- интегрировала в себе теоретический и практический опыт регионального управления;
- способствовала достижению стратегических целей региона;

Качество регионального управления оказывает качественное влияние сразу на два уровня государства:

- развитие региона, как конкурентоспособного субъекта рыночной экономики;
- развитие государства в целом посредством развития отдельных регионов;

Именно поэтому региональное управление в программах регионального развития обозначено как одно из приоритетных. Существует несколько подходов к региональному управлению, но наиболее перспективным для регионов России является стратегический подход.

Стратегическое региональное управление представляет собой процесс движения региона к долгосрочным целям развития, и как эффективный способ воздействия на регион, который:

- способствует комплексному развитию региона;
- рассчитан на долгосрочное, поэтапное развитие;
- имеет разработанную теоретическую базу, собственную методологию;

Инструментарий стратегического регионального управления включает в себя две группы методов: основные (региональный маркетинг, методы развития организационных характеристик, снижения трансакционных издержек, устранения антагонистических противоречий и социального развития региона, развитие социального партнерства на межрегиональном уровне) и специальные (системный метод, метод сравнения экономических показателей, рейтинговая оценка, графический метод, экономико-математическое моделирование, корреляционно-регрессионный анализ и т.д.).

Стратегический анализ региона даёт возможность исследовать внешнюю и внутреннюю среды, а также достигать стратегические цели

региона в условиях нестабильности внешней среды.

Наиболее распространёнными проблемами регионального развития в Российской Федерации являются:

- слабый научно-технический уровень производства;
- ограниченность финансовых, трудовых и материально-технических ресурсов, низкая эффективность их использования;
- низкий уровень организации труда, несовершенство управления и норм хозяйственного права.

Сегодня необходимо использовать нестандартные подходы к разработке и реализации управления социально-экономическим развитием регионов. Управление регионом должно ориентироваться на решение новых задач. В федеративном государстве, которым является Российская Федерация, региональное управление выступает на равных с федеральным и муниципальным управлением.

Обобщая результаты теоретических исследований, можно отметить следующие перспективные направления социально-экономического развития региона: разумное разграничение полномочий между федеральным центром, региональными и муниципальными властями; снижение уровней управления, при увеличении объема решаемых задач и ответственности за их выполнение; децентрализация компетенций; организация эффективно работающей системы обучения кадров для работы в органах власти и постоянное повышение их квалификации; обучение управленческого персонала эффективному использованию современной компьютерной техники, информационных и телекоммуникационных сетей; обязательное применение методов экономико-математического моделирования для прогнозирования результатов и выбора оптимального варианта; изменение в методах регионального управления.

Стратегией социально-экономического развития Ростовской области на период до 2020 года, утвержденной Постановлением Законодательного Собрания Ростовской области от 30 октября 2007 года №2067, определены действия органов государственной власти, направленные на достижение стратегических целей региона.

Программа представляет собой систему целевых ориентиров социально-экономического развития Ростовской области, а также увязанный по целям, задачам, ресурсам и срокам реализации комплекс мероприятий, обеспечивающий эффективное решение основных проблем и реализацию ключевых направлений развития.

Одним из основных положений стратегического развития региона является рациональное использование потенциала региона. Ростовская область обладает огромным потенциалом для привлечения инвестиций и успешного поступательного развития, это:

- выгодное географическое положение, Ростовская область играет роль своего рода “ворот” России в страны Черноморского,

Средиземноморского и Прикаспийского бассейнов;

- Ростовская область может стать площадкой для реализации геополитических целей России;
- наличие развитой транспортной инфраструктуры, включающая в себя железнодорожные и автомобильные магистрали федерального значения, морские и речные порты, международный аэропортом в г. Ростове-на-Дону;
- богатый природно-ресурсный потенциал (умеренно-континентальный климат, плодородные земли, 65% пахотных земель составляют черноземы);
- высокий уровень развития промышленности, и, прежде всего, машиностроительного комплекса;
- наличие богатой сырьевой базы для перерабатывающей промышленности;
- широкий спектр минерально-сырьевых ресурсов;
- высококвалифицированная и активная рабочая сила;
- динамично формирующаяся инфраструктура рыночных институтов (банки, страховые, инвестиционные компании, лизинговые компании и др.);
- нормативно-правовая база, обеспечивающая инвестиционную привлекательность области;
- высокий уровень потребительского спроса;
- стабильность социально-политической ситуации.

Главным фактором, гарантирующим процветание региону, является не наличие ресурсов, а эффективность их использования.

Для эффективного использования ресурсного потенциала необходимо:

- владеть информацией о внешнеэкономической ситуации;

Ростовская область, как один из пограничных регионов страны, характеризуется развитыми внешнеэкономическими торговыми связями (основные государства-партнёры региона по торговле представлены на диаграмме 1,2). Однако, в 2014-2015 гг. в результате введения ряда экономических санкций в отношении Украины, Турции, США и стран Европейского союза, предприятия, занятые в данной отрасли, понесут колоссальные убытки. Поэтому этот сегмент рынка должен находиться на дополнительном контроле и нуждается в специальной государственной поддержке.

На диаграмме 1 представлена информация о структуре экспорта Ростовской области до введения санкций в 2014 г.-2015 г. 105

На диаграмме 2 представлена информация о структуре импорта Ростовской области до введения санкций в 2014 г.-2015 г. 106

Также Турция и Египет являются одними из основных направлений потока туристов (на Турцию и Египет в первом полугодии 2015 года пришлось 40% выездного российского тур. потока), поэтому ограничение авиасообщения с ними нанесёт существенный ущерб всем туристическим агентствам региона, и может привести к банкротству некоторых из них.

- конструировать стратегию экономического развития с учётом уровня развития НТП;

---

[105] Диаграмма составлена автором самостоятельно на основании материалов, представленных на сайте Федеральной службы государственной службой статистики http://www.gks.ru/

[106] Диаграмма составлена автором самостоятельно на основании материалов, представленных на сайте Федеральной службы государственной службой статистики http://www.gks.ru/

Например, в современных условиях важнейший фактор развития региона — наличие качественной инфраструктуры связи — современных коммуникационных линий региональных компьютерных сетей, свободного доступа в Интернет.

- знать сильные и слабые стороны региона;

Ростовская область обладает высоким природно-ресурсным потенциалом (умеренно-континентальный климат, 65% земельных ресурсов составляют черноземы), поэтому приоритетным направлением развития Ростовской области является сельское хозяйство. Ресурсы региона позволяют применить современную стратегию регионального развития – доминирование по издержкам: с учетом накопленного населением опыта, специфической местной агрокультуры, достаточно высокой урожайности сельхозкультур при относительно низких издержках возможно получение высоких урожаев, что для многих других регионов недостижимо.

- своевременно заменять устаревшие отрасли хозяйства новыми и перспективными;

Анализ уровня экономического развития городских округов Ростовской области показал, что депрессивными являются Гуково, Донецк, Каменск-Шахтинский, Новошахтинск, Шахты.

В СССР шахтерские территории Ростовской области были одними из самых богатых на Дону. За четверть века, прошедшие после распада СССР, число работающих шахт сократилось здесь более чем в 10 раз. В шахтерских городах сегодня самый высокий уровень безработицы, самые высокие тарифы на коммунальные услуги и одни из самых низких зарплат. Перспективу развития для данных регионов связывают с с перепрофилированием экономики городов на отрасли, не связанные с углепромом.

- применять комплекс различных методик стратегического управления;

Одним из инновационных и перспективных направлений регионального развития является маркетинг территорий или имиджевый маркетинг, который позволяет сформировать рациональный механизм аккумулирования имеющихся и доступных из вне ресурсов для производства востребованных на рынках общественных благ и услуг, воспроизводства территории как конкурентного товара. Региональный маркетинг отражает упущенные или неосознаваемые возможности региона. Инструментами регионального маркетинга являются:

- частно-государственное и частно-муниципальное партнёрство при формировании территориальных научно-производственных кластеров;

- создание очаговой инновационной структуры региона как базы для производства уникальной продукции под региональным брендом (Для РО это могут быть вина, специфические кондитерские и мясные изделия, сыры, хлебобулочные изделия).

-поэтапная модернизация производственного и трудового потенциала

компаний в инфраструктурных сферах, ориентированных на обустройство среды проживания населения в соответствии с нормативами европейского уровня.

Таким образом, управление развитием региона должно носить стратегический характер, учитывать возможности его социально--экономического потенциала и нацеливаться на достижение долгосрочных целей развития территории. Основной целью стратегического регионального развития является долгосрочный рост качества жизни населения, источником роста региональной экономики является его социально-экономический потенциал, механизмом реализации регионального управления является социально-экономическая политика, подразумевающая выбор конкретных методов её реализации, индикаторами развития региона являются показатели уровня и качества жизни населения.

Рудых А.Д.
аспирант
Амосова Н.А., доктор экономических наук
научный руководитель, доцент, профессор
Департамент финансовых рынков и банков
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Россия, г. Москва

ПРИМЕНЕНИЕ БАЗЕЛЬСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЛИКВИДНОСТИ ДЛЯ ОЦЕНКИ РИСКА НЕСБАЛАНСИРОВАННОЙ ЛИКВИДНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

В целях поиска и развития методов оценки риска несбалансированной ликвидности была выдвинута гипотеза о том, что базельские показатели LCR и NSFR могут быть использованы как инструменты оценки данного вида риска. Для доказательства данной гипотезы автором были проведены собственные расчеты значений показателей краткосрочной ликвидности и чистого стабильного финансирования, результаты которых были сопоставлены с нормативами ликвидности Банка России. В результате проведенного анализа была выявлена эффективность и перспективность базельских показателей как инструментов оценки риска несбалансированной ликвидности.

Ключевые слова: банки, Базель III, риск ликвидности, нормативы ликвидности, показатель краткосрочной ликвидности, показатель чистого стабильного фондирования.

В 2014 году Банк России начал активно отзывать у кредитных организаций лицензии с целью очистки банковского сектора от недобросовестных банков. За период с января 2014 года по сентябрь 2016 года было отозвано более 250 лицензий. И среди формулировок Центрального банка можно выделить две основные причины отзыва

лицензии. Первая причина – это утрата собственного капитала банка и как следствие снижение нормативов достаточности капитала ниже 2%. Вторая причина – нарушение законодательства в плане противодействия легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма. Однако у Банка России есть еще одна формулировка, в которой часто дополнительной причиной отзыва лицензии указывается утрата ликвидности.

Процесс очистки банковского сектора совпал с введением секторальных санкций в 2014 году, которые ограничили доступ отечественных банков на глобальный финансовый рынок, а также внутренними проблемами отечественной экономии. В результате чего у коммерческих банков обострились проблемы с ликвидностью.

В столь непростых условиях важное значение приобретает вопрос об оценке риска несбалансированной ликвидности коммерческих банков, как одного из основных аспектов управления рисками.

Для оценки риска несбалансированной ликвидности банки традиционно применяли набор инструментов, из которых наиболее распространенным является метод коэффициентов. В отечественной практике метод коэффициентов уже давно был формализован в виде обязательных нормативов ликвидности, установленных Банком России, а именно в виде норматива мгновенной ликвидности (Н2), норматива текущей ликвидности (Н3) и норматива долгосрочной ликвидности (Н4).

Однако данные коэффициенты имеют ряд недостатков, связанных с особенностями российских правил бухгалтерского учета, актуальностью показателей только на момент расчета и отрывом от планирования входящих и исходящих денежных потоков.

В этом свете перспективным методом оценки риска несбалансированной ликвидности видятся показатели, предложенные Базельским комитетом по банковскому надзору (БКБН), а именно LCR (Liquidity Coverage Ratio) и NSFR (Net Stable Funding Ratio). Данные показатели, как и другие предложения Базель III, стали ответом на финансовый кризис 2008-2009 годов.

LCR или показатель краткосрочной ликвидности рассчитывается как отношение совокупности высоколиквидных активов к чистому оттоку денежных средств за 30 дней. Показатель необходим для того, чтобы банки поддерживали необходимый уровень необремененных высоколиквидных активов, которые легко можно конвертировать в денежные средства для обеспечения потребности банка в ликвидных средствах в течение 30 дней [2]. Минимальные требования к показателю составляют 100%. Стоит дополнительно отметить, что данный показатель уже внедрен в отечественную практику регулирования и методика его расчета формализована в Положении Банка России от 30 мая 2014 г. N 421-П «О порядке расчета показателя краткосрочной ликвидности».

NSFR или показатель чистого стабильного фондирования разработан таким образом, чтобы различные виды активов, такие как инвестиционные активы, внебалансовые статьи, секьюритизируемые и т.п. активы финансировались за счет объема стабильных пассивов с точки зрения уровня их ликвидности [2]. Учет внебалансовых обязательств в дополнение к балансовым позволяет более полно оценить риск несбалансированной ликвидности банка. Также, как и в случае с LCR минимальное требование к величине показателя составляет 100%.

Аналогами LCR и NSFR в отечественной практике являются норматив мгновенной ликвидности (Н2) и норматив долгосрочной ликвидности (Н4). Все эти показатели объединяет то, что LCR и Н2 рассчитываются на срок до 30 дней, а NSFR и Н4 на срок от года. Главные отличия заключаются в следующем:

- базельские показатели учитывают фактический срок до погашения требований и обязательств, а не сам договорной срок в отличии от нормативов ликвидности;
- базельские показатели оперируют денежными потоками, когда как нормативы ликвидности предполагают анализ балансовых показателей на отчетную дату.

На основании этих достаточно фундаментальных различий можно предположить, что базельские показатели больше подходят для оценки риска несбалансированной ликвидности, нежели обязательные нормативы, т.к. они лишены вышеописанных проблем Н2 и Н4.

Для доказательства этого предположения используются данные, основанные на случайной выборке, масштаб которой охватывает не менее 65% совокупных активов банковской системы. Выборка включает 63 действующих банка и 13 случаев отзыва лицензии (дефолта).

Самостоятельный расчет показателей LCR [3] и NSFR [4] осуществлен в соответствии с международными стандартами по оценке риска несбалансированной ликвидности, опубликованными БКБН. Статистической основой послужила отчетность 76 банков по МСФО за период с 01.01.2014 по 01.01.2016. Все действующие банки были разделены на 5 групп в зависимости от величины активов. Остальные 13 банков, у которых в течение периода наблюдения была отозвана лицензия, выделены в отдельную категорию.

Было выявлено, что не все действующие отечественные банки могут выполнять требования Базель III. Это доказывает тот факт, что только 25 из 63 банков на 01.01.2016 не нарушали нижнее пороговое значение по показателю краткосрочной ликвидности (на 01.01.2015 – 19 из 63, на 01.01.2014 – 12 из 63) и 12 из 63 банков не нарушили нижнее пороговое значение по показателю чистого стабильного фондирования (на 01.01.2015 и 01.01.2014 – 10 из 63). При этом ни один из представленных банков не нарушал значения обязательных нормативов ликвидности Н2 и Н4.

В таблице 1 приведено сравнение максимальных, средних и минимальных значений LCR и Н2 по группам действующих банков. Видно, что минимальные значения показателя краткосрочной ликвидности в некоторых случаях значительно ниже 100%. Однако, стоит отметить, что у банков 4-й и 5-й групп минимальные значения LCR находятся в пределах 60-99%, когда как у банков 1-й группы значения зачастую не превосходят 26% (см. табл. 1).

Таблица 1. Сравнение показателей LCR и Н2 в разбивке по 5 группам банков, ранжированных по величине активов за 2013-2015 гг.

Группа	Значения показателей по группе	01.01.2016		01.01.2015		01.01.2014	
		LCR	Н2	LCR	Н2	LCR	Н2
1	Максимальное	191,5%	148,3%	77,2%	112,9%	95,6%	54,0%
	Среднее	65,5%	107,4%	32,9%	55,9%	37,6%	43,3%
	Минимальное	25,7%	50,1%	21,0%	27,3%	22,6%	37,4%
2	Максимальное	109,7%	156,8%	169,8%	87,0%	61,5%	74,6%
	Среднее	66,0%	108,5%	73,4%	59,8%	41,7%	54,9%
	Минимальное	42,7%	81,9%	27,8%	37,7%	33,6%	40,5%
3	Максимальное	161,1%	257,2%	130,4%	249,1%	106,3%	185,1%
	Среднее	80,1%	85,1%	67,6%	59,7%	55,8%	58,3%
	Минимальное	37,5%	54,9%	33,9%	27,9%	35,3%	32,1%
4	Максимальное	170,1%	205,4%	191,0%	192,1%	152,6%	82,4%
	Среднее	113,8%	96,5%	83,4%	87,8%	59,0%	56,1%
	Минимальное	99,8%	113,8%	91,9%	92,1%	60,1%	57,0%
5	Максимальное	183,9%	531,6%	206,2%	183,9%	188,0%	147,1%
	Среднее	80,7%	103,2%	78,6%	72,6%	69,2%	66,0%
	Минимальное	89,9%	140,9%	87,2%	78,8%	78,8%	67,4%

Источник: составлено автором на основании данных отчетности по МСФО и ф. 0409135 Банка России [1] для 76 банков за 2013-2015 гг.

Подобное наблюдается и с соблюдением показателя NSFR (см. табл. 2). Минимальное значение показателя чистого стабильного фондирования в анализируемом периоде составляет 25%, что является катастрофически низкой оценкой. При этом можно заметить, что у банков из 1-й группы среднее значение NSFR выше (на уровне 87-97%), чем у банков из 4-й и 5-й групп (на уровне 22,5-58%).

Таблица 2. Сравнение показателей NSFR и Н4 в разбивке по 5 группам банков, ранжированных по величине активов за 2013-2015 гг.

Группа	Значения показателей по группе	01.01.2016		01.01.2015		01.01.2014	
		NSFR	Н4	NSFR	Н4	NSFR	Н4
1	Максимальное	104,9%	67,7%	122,8%	111,6%	109,4%	110,6%
	Среднее	90,5%	59,0%	96,0%	99,4%	94,8%	102,3%
	Минимальное	57,2%	47,5%	67,4%	86,9%	46,7%	70,0%

2	Максимальное	112,9%	55,3%	92,1%	113,0%	86,8%	90,9%
	Среднее	95,7%	47,4%	87,7%	73,7%	73,0%	66,8%
	Минимальное	67,8%	28,7%	61,5%	66,3%	60,4%	51,3%
3	Максимальное	118,7%	95,6%	111,7%	105,0%	102,6%	103,0%
	Среднее	87,3%	58,6%	90,3%	80,4%	80,8%	81,8%
	Минимальное	26,7%	11,9%	28,1%	28,4%	24,9%	20,8%
4	Максимальное	108,8%	108,0%	105,8%	109,1%	124,3%	108,1%
	Среднее	84,1%	43,0%	77,2%	89,0%	72,3%	79,1%
	Минимальное	79,5%	54,6%	82,1%	77,8%	81,6%	78,7%
5	Максимальное	114,8%	140,8%	117,0%	100,0%	109,4%	107,0%
	Среднее	74,7%	42,2%	75,6%	64,5%	79,7%	68,4%
	Минимальное	89,9%	140,9%	87,2%	78,8%	78,8%	67,4%

Источник: составлено автором на основании данных отчетности по МСФО и ф. 0409135 Банка России [1] для 76 банков за 2013-2015 гг.

На основе анализа показателей прослеживается зависимость между соотношением кратко- и долгосрочного фондирования. Эта закономерность заключается в том, что у крупных банков, которые относятся к 1-й и 2-й группам, в большей степени преобладает долгосрочное фондирование. Это позволяет крупнейшим банкам осуществлять больше капитальных вложений в экономику страны. У средних банков, относящихся к 3-й группе, прослеживается некоторый баланс между долго- и краткосрочным фондированием. А вот у малых банков, относящихся к 4-й и 5-й группам фондирование имеет краткосрочный характер, что позволяет им более эффективно кредитовать в рамках делового цикла.

Выборка банков, с отозванной лицензией показывает, что банки, которые более всего подвержены угрозе дефолта более всего склонны к нарушению показателей LCR и NSFR. Как видно из таблиц 3 и 4 на 01.01.2016 только 6 из 13 банков не нарушили значение показателя LCR (на 01.01.2015 – 1 из 13, а на 01.01.2014 – 2 из 13), а значение NSFR соблюдали только 2 из 13 (на 01.01.2015 и 01.01.2014 – 1 из 13).

Таблица 3. Сравнение показателей LCR и H2 по совокупности из банков с отозванной лицензией за 2013-2015 гг.

Номер банка	**01.01.2016**		**01.01.2015**		**01.01.2014**	
	LCR	**H2**	**LCR**	**H2**	**LCR**	**H2**
Банк 1	74,4%	100,6%	62,5%	54,8%	58,7%	86,2%
Банк 2	105,4%	69,4%	60,8%	85,6%	66,2%	30,3%
Банк 3	125,4%	66,6%	121,1%	56,5%	79,2%	57,9%
Банк 4	36,9%	53,9%	61,8%	137,9%	58,0%	144,0%
Банк 5	140,4%	107,0%	90,6%	58,5%	80,6%	50,3%
Банк 6	77,9%	94,5%	78,7%	123,7%	46,6%	33,6%
Банк 7	26,3%	208,6%	82,6%	36,8%	91,8%	43,1%
Банк 8	108,3%	93,2%	78,9%	53,2%	120,2%	45,7%

Банк 9	87,9%	97,7%	77,9%	94,3%	78,9%	74,2%
Банк 10	58,2%	94,9%	41,0%	48,3%	39,7%	53,5%
Банк 11	63,6%	95,7%	90,3%	84,6%	66,1%	55,4%
Банк 12	120,3%	167,5%	60,8%	46,6%	118,5%	89,5%
Банк 13	101,6%	100,9%	40,3%	58,6%	64,4%	49,4%
Максимальное значение по совокупности банков	*140,4%*	*208,6%*	*121,1%*	*137,9%*	*120,2%*	*144,0%*
Среднее значение по совокупности банков	*87,9%*	*95,7%*	*77,9%*	*58,5%*	*66,2%*	*53,5%*
Минимальное значение по совокупности банков	*26,3%*	*53,9%*	*40,3%*	*36,8%*	*39,7%*	*30,3%*

Источник: составлено автором на основании данных отчетности по МСФО и ф. 0409135 Банка России [1] для 76 банков за 2013-2015 гг.

Таблица 4. Сравнение показателей NSFR и Н4 по совокупности из банков с отозванной лицензией за 2013-2015 гг.

Номер банка	**01.01.2016**		**01.01.2015**		**01.01.2014**	
	NSFR	**Н4**	**NSFR**	**Н4**	**NSFR**	**Н4**
Банк 1	87,3%	82,9%	96,2%	85,8%	82,4%	81,8%
Банк 2	64,7%	54,4%	76,4%	76,0%	78,5%	106,4%
Банк 3	53,8%	80,9%	66,0%	100,6%	62,5%	91,0%
Банк 4	102,7%	26,7%	87,2%	70,3%	67,1%	29,0%
Банк 5	67,3%	106,0%	65,9%	74,4%	73,4%	102,9%
Банк 6	93,6%	101,9%	63,0%	29,2%	64,7%	43,5%
Банк 7	80,5%	53,5%	76,7%	57,7%	78,9%	79,1%
Банк 8	14,6%	20,3%	13,4%	25,4%	28,9%	28,2%
Банк 9	73,1%	78,7%	84,7%	90,9%	62,7%	71,1%
Банк 10	108,8%	47,2%	120,6%	110,8%	100,9%	102,5%
Банк 11	42,4%	64,3%	50,9%	87,3%	63,9%	110,2%
Банк 12	81,3%	57,9%	94,1%	107,1%	82,8%	96,2%
Банк 13	64,4%	62,3%	74,2%	93,5%	68,0%	86,9%
Максимальное значение по совокупности банков	*108,8%*	*106,0%*	*120,6%*	*110,8%*	*100,9%*	*110,2%*
Среднее значение по совокупности банков	*73,1%*	*62,3%*	*76,4%*	*85,8%*	*68,0%*	*86,9%*
Минимальное значение по совокупности банков	*14,6%*	*20,3%*	*13,4%*	*25,4%*	*28,9%*	*28,2%*

Источник: составлено автором на основании данных отчетности по МСФО и ф. 0409135 Банка России [1] для 76 банков за 2013-2015 гг.

Максимальные и средние значения базельских показателей банков-дефолтников не сильно отличаются от аналогичных значений действующих банков. Однако, минимальные значения показателей у банков с отозванной лицензией существенно ниже, чем у действующих банков. Так на основе анализа банков-дефолтников можно сделать вывод, что к моменту отзыва

лицензии значения LCR и NSFR имели высокую волатильность. При этом нельзя выделить для всей совокупности банков наличие выраженного направления движения показателей.

Анализ выборки показал, что сейчас многие банки имеют повышенный риск дефицита ликвидности. При этом стоит отметить, что на всем анализируемом временном горизонте все банки исправно выполняли нормативы ликвидности Н2 и Н4.

Выявленные отклонения от установленных минимальных значений базельских показателей пока имеют справочный характер и не несут регуляторной функции. Кроме этого, данные полученные по результатам исследования показывают, что решение БКБН о постепенном повышении минимального требования к значению LCR (в 2015 г. LCR ≥ 60%, в 2016 г. LCR ≥ 70%, в 2017 г. LCR ≥ 80%, в 2018 г. LCR ≥ 90%, в 2019 г. LCR ≥ 100%) является правильным и взвешенным. Также, полноценное внедрение NSFR с 2019 года также преследует цель создания переходного периода для банков, в течение которого они смогут адаптировать не только свою структуру активов и пассивов, но спланировать свои денежные потоки.

В заключение стоит отметь, что показатели, предложенные Базель III, действительно позволяют оценивать риск несбалансированной ликвидности коммерческих банков и выявить величину дефицита или избытка ликвидности, в отличии от обязательных нормативов ликвидности Банка России. И данное исследование показывает, что в настоящее время существенная доля банковского сектора подвержена риску несбалансированной ликвидности, как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективе. Наличие переходного периода между принятием положений Базель III и началом их регуляторного применения, а также постепенное повышение требований к минимальному значению показателя LCR является абсолютно правильным и необходимым решением для потенциального снижения риска несбалансированной ликвидности банков и повышения стабильности банковской системы.

Использованные источники:

1. Справочник по кредитным организациям: Информация по кредитным организациям Банка России [Электронный ресурс] // URL: http://www.cbr.ru/credit/main.asp.
2. Basel III: International framework for liquidity risk measurement, standards and monitoring, BCBS, December 2010.
3. Basel III: The Liquidity Coverage Ratio and liquidity risk monitoring tools, BCBS, January 2013.
4. Basel III: the net stable funding ratio, BCBS, October 2014.

Рукавицын В.М.
главный государственный т
аможенный инспектор Курской таможни
доцент
кафедра таможенного дела и мировой экономики
Рогов Р.А., к.с.-х.н.
доцент
кафедра таможенного дела и мировой экономики
Коварда В.В., к.ф.-м.н.
доцент
кафедра таможенного дела и мировой экономики
Юго-Западный государственный университет
Россия, г. Курск

ВОСПИТАТЕЛЬНО-ПРОФИЛАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КУРСКОЙ ТАМОЖНИ)

В статье описана организация воспитательно-профилактической работы в таможенных органах. Особое внимание уделено основным мероприятиям и методам воспитательно-профилактического воздействия на должностных лиц, а также критериям оценки состояния служебной дисциплины.

Ключевые слова: воспитательно-профилактическая работа, таможенные органы, Курская таможня, коррупция, дисциплина

Rukavitsin V.M., chief state customs inspector of the Kursk customs
associate Professor of the Department of customs Affairs and the global economy
South-West state University
Russia, Kursk
Rogov R.A. candidate of agricultural Sciences, associate Professor
Head of the Department of customs Affairs and the global economy
South-West state University
Russia, Kursk
Kovarda V.V., candidate of physico-mathematical Sciences
associate Professor of the Department of customs Affairs and the global economy

South-West state University
Russia, Kursk

EDUCATIONAL AND PREVENTIVE WORK IN CUSTOMS BODIES OF THE RUSSIAN FEDERATION (ON THE EXAMPLE OF KURSK CUSTOM)

The organization of educational and preventive work in customs bodies. Particular attention is paid to core activities and methods of educational and preventive impact on the officials, as well as the criteria for assessing the state of discipline are described in the article.

Keywords: educational and preventive work, the customs authorities, Kursk customs, corruption, discipline

Организация и проведение воспитательно-профилактической работы с должностными лицами и работниками в таможенных коллективах осуществляется в соответствии с Конституцией Российской Федерации, Трудовым кодексом Российской Федерации, таможенным законодательством, Федеральными законами «О службе в таможенных органах Российской Федерации», «О государственной гражданской службе Российской Федерации», «О противодействии коррупции» [1], положениями Дисциплинарного устава таможенной службы Российской Федерации и другими нормативными актами Российской Федерации, Указами Президента Российской Федерации, Постановлениями и Распоряжениями Правительства Российской Федерации, Государственной программы «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016 – 2020 годы», нормативными и иными правовыми актами ФТС России, правовыми актами ЦТУ и Курской таможни.

Начальники структурных подразделений и таможенных постов несут персональную ответственность за состояние служебной дисциплины и проведение воспитательно-профилактической работы с должностными лицами и работниками таможенных коллективов. Воспитательно-профилактическая работа осуществляется дифференцированно, с учетом профессиональных, возрастных, социальных, психологических, национальных, религиозных и иных индивидуальных особенностей должностных лиц и работников.

Контроль, анализ и координацию воспитательно-профилактической работы в таможне осуществляют должностные лица отдела инспектирования и профилактики правонарушений.

Воспитательно-профилактическая работа проводится начальниками таможенных постов и структурных подразделений, имеющими в подчинении должностных лиц и работников, на основании плана воспитательно-профилактической работы таможни и таможенных постов.

Итоги и анализ состояния воспитательно-профилактической работы подводятся начальником таможни, начальниками таможенных постов и

отделов (отделений).

Целями и задачами воспитательно-профилактической работы являются:

- формирование у должностных лиц социальной ответственности за результаты служебной деятельности, создание атмосферы непримиримого отношения к коррупционному поведению, взяточничеству и иным нарушениям служебной и трудовой дисциплины [2];
- создание здорового морального и психологического климата в таможенных коллективах;
- воспитание высоких нравственных и морально-психологических качеств, ответственного отношения к исполнению должностных обязанностей;
- развитие у должностных лиц и работников чувства патриотизма, гордости за свою профессию, ответственности за решение задач по обеспечению экономической безопасности России, государственного мышления и антикоррупционного мировоззрения;
- достижение положительных результатов в ходе индивидуально-воспитательной работы, непрерывности воспитательного процесса с применением прогрессивных форм и методов обучения и воспитания;
- обеспечение предупредительных, профилактических мер по поддержанию дисциплины и законности, правильного применения дисциплинарной практики, рационального сочетания форм морального и материального поощрения должностных лиц и работников;
- повышение профессионального уровня должностных лиц и работников;
- совершенствование физического развития должностных лиц, укрепления их здоровья, выносливости, способности действовать в условиях физических и психологических перегрузок.

Основными методами воспитательно-профилактического воздействия на должностных лиц являются:

- убеждение;
- личный пример;
- поощрение;
- дисциплинарное взыскание;
- правовое информирование.

Основными мероприятиями воспитательно-профилактической работы, проводимые в таможне, являются следующие.

1. Организация и проведение служебных проверок по фактам нарушений должностными лицами требований законодательства, нормативных и правовых актов (по решению начальника таможни) в целях полного, объективного и всестороннего установления фактов нарушения служебной дисциплины, причин и условий, способствовавших ее нарушению.

2. Анализ состояния воспитательно-профилактической и индивидуальной работы, служебной дисциплины, определение путей устранения недостатков.

3. Инструктивно-методические занятия с руководителями структурных подразделений (должностными лицами), ответственными в таможне и на таможенных постах за предупредительно-профилактическую и воспитательную работу, по проведению индивидуальной работы с подчиненными.

4. Проведение занятий с должностными лицами по общественно-государственному ориентированию.

5. Работа в комплексных проверках таможенных постов и функциональных отделов с анализом состояния индивидуальной и предупредительно-профилактической работы.

6. Работа комиссии Курской таможни по соблюдению требований к служебному поведению государственных служащих и урегулированию конфликта интересов.

7. Организация и контроль проведения воспитательных, информационных, культурных и спортивных мероприятий в подразделениях таможни, направленных на повышение культуры общения и поведения должностных лиц, соблюдение и пропаганду здорового образа жизни. Проведение спортивных соревнований и мероприятий спортивно-массовой работы, смотров-конкурсов самодеятельного художественного творчества

8. Проведение мероприятий по реализации Федерального закона «О противодействии коррупции», Указа Президента Российской Федерации от 01.04.2016 № 147 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2016 - 2017 годы», приказа ФТС России от 26.04.2016 № 868 «Об утверждении плана Федеральной таможенной службы по противодействию коррупции в таможенных органах Российской Федерации, представительствах таможенной службы Российской Федерации в иностранных государствах и учреждениях, находящихся в ведении ФТС России, на 2016-2017 годы», Государственной программы «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016 – 2020 годы».

9. Осуществление мероприятий начальниками подразделений по своевременному выявлению и пресечению нарушений в служебной деятельности должностными лицами при исполнении должностных обязанностей.

10. Организация и контроль за проведением индивидуальной воспитательной и предупредительно-профилактической работы непосредственно на таможенных постах, в отделах, группах, сменах, направленной на повышение личной ответственности должностных лиц за порученный участок работы, соблюдение Кодекса этики и служебного поведения должностных лиц таможенных органов Российской Федерации, служебного распорядка государственного органа, добросовестное

выполнение своего должностного регламента.

Для оценки состояния служебной дисциплины устанавливаются следующие критерии.

1. Уровень исполнения должностных обязанностей в соответствии с должностными инструкциями и должностными регламентами.

2. Состояние, планомерность и эффективность профилактической работы по предупреждению должностных преступлений, происшествий и нарушений служебной дисциплины.

3. Состояние работы по предупреждению и недопущению коррупционных проявлений среди должностных лиц, соблюдение ограничений и запретов, установленных при прохождении государственной службы.

4. Соблюдение правил внутреннего служебного и трудового распорядка таможни.

5. Морально-психологический климат в коллективе, характер взаимоотношений между должностными лицами, их социальная активность.

6. Соблюдение должностными лицами таможни Общих принципов служебного поведения федеральных государственных служащих и Кодекса этики и служебного поведения должностных лиц таможенных органов Российской Федерации.

7. Знание непосредственными начальниками подразделений морально-деловых качеств и особенностей подчиненных.

8. Уровень работы по охране труда, жизни и здоровья должностных лиц.

9. Наличие допущенных нарушений служебной дисциплины, происшествий и должностных преступлений на службе.

Проверки состояния воспитательно-профилактической работы в подразделениях таможни осуществляются должностными лицами кадровых подразделений по инспектированию и профилактике правонарушений.

Проведение проверок состояния воспитательно-профилактической работы должно способствовать обеспечению реализации Федерального закона Российской Федерации от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции», Концепции развития таможенных органов Российской Федерации, одобренной распоряжением Правительства Российской Федерации от 14.12.2005 № 2225-р, Указа Президента Российской Федерации от 01.04.2016 № 147 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2016 - 2017 годы», приказа ФТС России от 26.04.2016 № 868 «Об утверждении плана Федеральной таможенной службы по противодействию коррупции в таможенных органах Российской Федерации, представительствах таможенной службы Российской Федерации в иностранных государствах и учреждениях, находящихся в ведении ФТС России, на 2016-2017 годы», приказа ЦТУ от 23.05.2016 № 299 «Об утверждении Плана по противодействию коррупции в таможенных органах

Центрального таможенного управления на 2016-2017 годы» и приказа Курской таможни от 30.05.2016 № 250 «Об утверждении плана по противодействию коррупции в Курской таможне на период 2016-2017 гг.» и стимулированию добросовестного исполнения обязанностей должностными лицами таможни на высоком профессиональном уровне.

Проверка состояния воспитательно-профилактической работы в подразделениях таможни осуществляется по основным направлениям:

- ведение планирующей документации, наличие и качество материалов анализа состояния служебной и трудовой дисциплины в соответствии с требованиями распоряжения ФТС России от 23.01.2006 № 21-р «Об утверждении Методических рекомендаций начальникам таможенных органов по организации и проведению воспитательно-профилактической работы», отражение вопросов состояния воспитательно-профилактической работы, служебной и трудовой дисциплины на служебных совещаниях руководством структурного подразделения;
- проверка выполнения запланированных мероприятий воспитательно-профилактической работы, антикоррупционных мероприятий;
- проверка ведения учета дисциплинарных взысканий и поощрений в дневниках индивидуально-воспитательной работы, наличие копий приказов по результатам служебных проверок и принятые меры;
- проверка наличия и выполнения планов индивидуально-воспитательной работы с должностными лицами, допустившими нарушения служебной дисциплины.

Безусловно, огромную воспитательную роль в таможенных органах РФ играет институт наставничества. Наставничество представляет собой разновидность индивидуально-воспитательной работы с впервые принятыми должностными лицами на службу (работу), не имеющими трудового стажа служебной деятельности в таможенных органах, или с должностными лицами, назначенными на должность, по которой они не имеют опыта работы.

Целями и задачами наставничества являются:

- формирование у впервые принятых на службу (работу) социальной ответственности за результаты служебной деятельности, непримиримого отношения к коррупционному поведению, взяточничеству и иным нарушениям служебной и трудовой дисциплины;
- оказание помощи впервые принятым на службу (работу) в овладении избранной специальностью;
- улучшение воспитательно-профилактической работы с должностными лицами таможни;
- изучение морально-деловых и профессиональных качеств впервые принятых на службу (работу);
- формирование кадрового резерва из должностных лиц для выдвижения на вышестоящие должности.

Руководитель подразделения подбирает наставников из числа наиболее профессионально подготовленных должностных лиц, имеющих жизненный опыт, стаж государственной службы не менее трех лет, в том числе в занимаемой должности не менее одного года.

Наставник должен обладать способностями к воспитательной работе и может иметь одновременно не более двух подшефных.

Основанием для работы наставника является индивидуальный план подготовки должностного лица к исполнению должностных обязанностей.

Замена наставника производится в случаях:

- увольнения наставника;
- перевода в другое подразделение подшефного или наставника;
- привлечения наставника к дисциплинарной ответственности.

Непосредственную ответственность за работу наставников с подшефными несут начальники подразделений, которые:

- разрабатывают индивидуальный план подготовки должностного лица;
- проводят инструктажи наставников и их подшефных, обеспечивают им возможность осуществления своих обязанностей;
- осуществляют систематический контроль за работой наставников;
- анализируют, обобщают и распространяют положительный опыт работы наставников;
- создают необходимые условия для совместной службы (работы) наставников с подшефными;
- определяют меры поощрения наставников;
- утверждают отчеты подшефного и отзыв-характеристику наставника;
- вносят на аттестационную комиссию свои предложения в отношении должностных лиц, прошедших испытание и обучение с наставником.

Наставник обязан:

- знать положения Конституции Российской Федерации, таможенного законодательства, Федерального закона Российской Федерации от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции», Указа Президента Российской Федерации от 01.04.2016 № 147 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2016 - 2017 годы», Кодекса этики и служебного поведения должностных лиц таможенных органов Российской Федерации, Дисциплинарного устава таможенной службы Российской Федерации, законы, регламентирующие порядок прохождения службы должностными лицами таможенных органов Российской Федерации, требования нормативных актов, определяющих служебную деятельность подшефного, основные вопросы прохождения службы и профессиональной подготовки должностных лиц таможни;
- изучать деловые и морально-психологические качества подшефных, их отношение к службе, поведение в коллективе;
- оказывать подшефному всестороннюю помощь в овладении

избранной специальностью, отрабатывать с ним приемы и способы качественного выполнения служебных обязанностей;

- своевременно принимать профилактические меры по недопущению нарушений законности и дисциплины подшефным;

- содействовать привитию подшефному непримиримого отношения к коррупционному поведению;

- контролировать выполнение плана работы подшефным и отчитываться о работе с ним перед начальником подразделения, представлять его на заседании аттестационной комиссии;

- содействовать расширению кругозора, повышению профессионального и культурного уровня подшефного;

- прививать подшефному активную жизненную позицию;

- развивать в подшефном государственное мышление и антикоррупционное мировоззрение;

- составлять отзыв-характеристику по итогам испытания и обучения.

В свою очередь подшефный обязан:

- изучать положения Конституции Российской Федерации, таможенного законодательства, Федерального закона Российской Федерации от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции», Указа Президента Российской Федерации от 01.04.2016 № 147 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2016 - 2017 годы», Кодекса этики и служебного поведения должностных лиц таможенных органов Российской Федерации, Дисциплинарного устава таможенной службы Российской Федерации, законы, регламентирующие порядок прохождения службы должностными лицами таможенных органов Российской Федерации, нормативные и иные правовые акты ФТС России, ЦТУ и Курской таможни, определяющие особенности деятельности подразделения и функциональные обязанности по занимаемой должности;

- выполнять индивидуальный план обучения в установленные сроки;

- постоянно работать над повышением профессионального мастерства, овладевать практическими навыками по занимаемой должности;

- учиться у наставника передовым методам и формам работы, правильно строить свои взаимоотношения в коллективе;

- совершенствовать свой общеобразовательный и культурный уровень, хранить и приумножать лучшие традиции таможенной службы;

- отчитываться о своей работе перед начальником структурного подразделения и наставником;

- участвовать в общественной жизни таможенного коллектива, а также в культурно-досуговой и спортивно-массовой работе таможни.

В качестве стимулирования, за исполнение обязанностей наставника, должностные лица могут поощряться начальником таможенного органа.

Таким образом, организация повседневной воспитательно-профилактической работы с подчиненными должностными лицами является

важной задачей руководства таможенных органов, так как в ее процессе формируются те личностные, деловые и профессиональные качества сотрудника, которые позволяют ему качественно выполнять свои должностные обязанности.

Использованные источники:

1 О противодействии коррупции [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ.

2 Лаптев Р. А., Коварда В. В., Шатунова А. Р. Понятие и виды коррупции как социального и исторического явления // Молодой ученый. — 2014. — №18. — С. 386-388.

Савельева О. С.
аспирант
Институт социологии и регионоведения
Южный федеральный университет
стажер-исследователь
Институт социально-экономических и гуманитарных исследований ЮНЦ РАН
Россия, г. Ростов-на-Дону

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ ЭТНИЧЕСКИХ ГРУПП В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ[107]

Аннотация. В статье анализируется структурная (социально-экономическая) адаптация этнических групп в Ростовской области. Несмотря на то, что интеграция этнических групп происходила в одном принимающем социуме, в их социопрофессиональных стратегиях больше различий, чем схожего. Представители традиционных диаспор в течение времени полностью интегрировались в принимающий социум (их социопрофессиональная структура практически идентичная коренному населению). «Новые» диаспоры остаются закрытыми, ориентируясь на традиционные секторы экономики. При этом значительная часть представителей этнических групп, отнесенная статистикой к «экономически неактивному населению», находится в теневом секторе экономики. Поэтому конфликтогенность новых диаспор в Ростовской области, в том числе, определяется рядом социально-экономических факторов.

Ключевые слова: национальные меньшинства, межнациональные отношения, этническая общность, диаспора, социопрофессиональная структура, конфликтность, социально-экономическая адаптация.

O. Saveleva., postgraduate, Institute of Sociology and Area Studies,

[107] Статья подготовлена в рамках базовой темы НИР ИСЭГИ ЮНЦ РАН «Проблемы демографического и социально-экономического развития южного макрорегиона» (№ 0260-2014-0004)

Southern Federal University, Russia, Rostov-on-Don
junior researcher, Institute for Social and Economic Research and Humanities SSC RAS, Russia, Rostov-on-Don

SOCIO-ECONOMIC ADAPTATION OF ETHNIC GROUPS IN THE ROSTOV REGION

Abstract. The article analyzes the structural (socio-economic) adaptation of ethnic groups in the Rostov region. Despite the fact that the integration of ethnic groups occurred in a host society, their socio-professional strategies are more differences than similarities. Over time representatives of traditional diasporas completely integrated into the society of the receiving (their socio-professional structure almost is identical to the indigenous population). The "new" diaspora remain are closed, focusing on the traditional sectors of the economy. A substantial portion of the ethnic groups, the statistics referred to "economically inactive population" of labor resources ethnoeconomics. A considerable part of output is in the informal sector of the economy. Therefore, the new conflict potential of diasporas in the Rostov region, including by a number of socio-economic factors.

Keywords: ethnic minorities, interethnic relationships, ethnic group, diaspora, professional structure, conflict, economic adaptation.

Адаптация диаспор является сложным процессом многоуровневого приспособления общины диаспоры к условиям социальной среды. В процессе структурной (социально-экономической) адаптации этническая группа стремится получить доступ к наибольшему количеству ресурсов, т.е. данный процесс имеет одновекторный характер. Один из показателей успешной адаптации - приобретение социального статуса в новой социально-экономической среде [7].

В Ростовской области можно выделить два самостоятельных типа диаспор:

1. Традиционные диаспоры (армянская, греческая, немецкая). Их отличает продолжительное проживание в регионе, что определяет специфику расселения, тип поселений, тенденции занятости, высокую степень социокультурной адаптации и слабо выраженную конфликтность;

2. Диаспорные общины, сформировавшиеся в постсоветский период. Основными условиями формирования диаспор были как стрессовые (чеченцы, турки-месхетинцы), так и экономические причины (даргинцы, аварцы и др.). При этом миграция имела стихийный, неконтролируемый характер. Представители таких этнических групп преимущественно проживают в сельской местности, отличаются большей компактностью проживания в ограниченном числе районов области, имеют относительно высокий уровень миграционного и естественного прироста, специализируются на определенном виде деятельности.

Конфликтогенность диаспор, сформировавшихся в постсоветский

период, в Ростовской области зависит от ряда социально-экономических и культурно-психологических факторов. При этом социально-экономические проблемы сейчас выходят на первый план.

Новый виток напряженности связан с этнопрофессиональной дифференциацией населения. Так, по мнению Г.С. Денисовой, мотивация межэтнических конфликтов смещается с проблем повседневного общения к экономическим вопросам. В период 1996-2015 гг. в Ростовской области зафиксировано 93 конфликта, которые характеризуются участием представителей различных этнических групп. Представители кавказских общин при опросе в качестве причин разногласий, в том числе, указали конкуренцию за землю и рабочие места [4, с. 118].

Говоря о традиционных диаспорах, сразу же нужно сказать, что их социопрофессиональная структура сейчас практически идентична коренному населению, что говорит об успешной интеграции. Ярким примером является армянская диаспора [1]. Нет ни одной крупной социальной сферы жизни южного макрорегиона, ни одной социопрофессиональной группы, в которой бы присутствие и влияние армян в настоящее время не было ощутимым (и при этом не продолжало бы постепенно увеличиваться). Отличительной особенностью армянской диаспоры на Юге России является наибольший по сравнению с другими этническими группами уровень интеграции в местное социально-экономическое и политическое пространство. Значителен удельный вес армян в бизнесе, науке, культуре и искусстве, общественном секторе, органах муниципальной и региональной власти. Городское армянское население демонстрирует традиционно высокую ориентацию на сферу торговли. Показательно, что еще по результатам переписи населения Российской империи 1897 г. в Ростове 2/3 армянского населения было занято в сфере торговли, разнообразного посредничества и кредитования (у других крупных национальных групп города этот показатель составлял не более 8%, только у евреев подскакивая до 38%) [8, с.89]. Сейчас, конечно, процент занятых данным видом экономической деятельности значительно снизился до 8%, но все равно превалирует у армян, опережая аналогичный показатель среди русского населения в 2 раза (рис.1).

Ж – ЖКХ, бытовое обслуживание населения; З – Здравоохранение и социальное обеспечение; К – Культура и искусство; Л – Лесное хозяйство; Н – Наука и научное обслуживание; Обр – Образование; ОП – Общественное питание; ОРТ – Оптовая и розничная торговля; П – Промышленность; С – Связь; СХ – Сельское хозяйство; Стр – Строительство; Т – Транспорт; У – Управление; Ф – Финансы, кредит, страхование

Рис.1 Социопрофессиональная структура русских, армян и турок-месхетинцев в Ростовской области, 2002 г. [2]
(в % к каждой этногруппе)

Рис. 2 Наличие высшего образования у некоторых этнических групп в Ростовской области, 2010 г. [3]
(в % к каждой этногруппе)

Доля имеющих высшее образование среди армянского и русского населения сейчас практически равны, что указывает на высокий уровень конкурентоспособности представителей армянской диаспоры в Ростовской области (рис.2). Например, уровень представленности врачей среди армян в 1,5-3 раза выше, чем в других регионах. А количество лиц с научной степенью среди представителей кавказских общин у армян самое высокое (табл. 1).

Таблица 1

Лица с научной степенью у представителей кавказских общин
столбцы: 1 – число остепененных (чел.); 2 – остепененные на 1 тыс. чел.

народы	**Краснодарский край**		**Ростовская обл.**	
	1	**2**	**1**	**2**
армяне	554	*2,06*	505	*4,56*
азербайджанцы	22	*2,17*	32	*1,78*
грузины	52	*2,92*	35	*4,23*

чеченцы	7	*3,04*	16	*1,4*
аварцы	8	*4,32*	14	*3,05*
даргинцы	3	*2,85*	3	*0,36*
кумыки	4	*6,9*	4	*2,65*
лезгины	6	*1,46*	16	*4,11*
лакцы	9	*11,0*	5	*7,67*
табасараны	10	*6,1*	0	*0*
адыгейцы	132	*9,56*	7	*18,7*
ингуши	3	*3,7*	13	*8,53*
кабардинцы	9	*7,9*	3	*4,5*
карачаевцы	5	*4,5*	4	*7,0*
осетины	32	*7,1*	14	*5,0*
месхетинцы	7	*0,8*	3	*0,08*

Социально-экономическая адаптация диаспор, сформировавшихся в 90-е гг., остается трудной. Например, эволюция этнической общности турок-месхетинцев, которая сейчас входит в пятерку демографического рейтинга области, в новых условиях пребывания характеризуется тенденцией к замыканию турецкой общины. Безусловно, в такой ситуации были очевидными и торможение процесса культурного развития этнической общности, и проблемы консолидации и реэмиграции. Данные процессы оказали влияние на то, что до сих пор основными сферами экономической деятельности месхетинцев, аварцев, чеченцев, даргинцев остаются сельское хозяйство и животноводство. Например, в сравнении с русскими и армянами видно, что месхетинцы имеют традиционные сферы занятости и вне их границ практически не присутствуют (рис.1).

Конечно, сформировалась и незначительная прослойка интеллигенции среди представителей северокавказских диаспор (учителя, агрономы и др.), но по сравнению с аналогичным показателем у других национальностей, она очень мала. Малая доля имеет высшее образование, ориентируясь на аграрный сектор экономики (рис.2). Данный показатель не только меньше, чем у другой крупной диаспоры – армян, но и не имеет тенденции к увеличению.

Таблица №2 наглядно демонстрирует, что представители северокавказских общин в два раза меньше живут за счет доходов с трудовой деятельности, но в большей благодаря личному подсобному хозяйству. Также половина респондентов отметили основным источником средств к существованию – иждивение.

Таблица 2

Основные источники дохода некоторых этнических групп в Ростовской области, 2010 г. [3]
(в % к каждой этногруппе)

Национальная	Трудовая	Личное подсобное	Иждивение,

принадлежность	деятельность	хозяйство	помощь других лиц, алименты
Русские	44,3	1,4	25,5
Армяне	42,7	3,0	32,4
Греки	42,8	1,7	24,3
Немцы	47,4	2,4	14,1
Чеченцы	22,2	16,1	49,9
Даргинцы	22,9	22,1	45,9
Аварцы	28,6	14,8	46,0
Турки	21,0	14,0	49,9

Эти цифры несут за собой большую проблему. Как показывает практика полиэтнических обществ, аграрный сегмент национального хозяйства почти не наблюдается статистикой и налоговыми органами. Этноэкономика и исторический опыт Юга России и Северного Кавказа в особенности подтверждают этот тезис [5].

Статусно-экономические позиции этносов Северного Кавказа, в силу сохранения ими в значительной мере агропромышленного хозяйства, определяются в первую очередь, размером и качеством занимаемой ими территории, доступностью к ресурсам и совокупностью демографических характеристик. По мнению экспертов, личные подсобные хозяйства выходцев из северокавказских республик представляют собой крупные животноводческие фермы, на которых выращивается от 15 до 75% скота в зависимости от района. Однако в силу низких закупочных цен на мясо частники вывозят мясо за пределы области. По оценкам экспертов в районах через рынки реализуется только от 1,5 до 4% мяса личных подсобных хозяйств [4, с. 119]. Таким образом, владельцы личных подсобных животноводческих хозяйств не платят соответствующие налоги, не участвуют в формировании регионального бюджета. Однако пользуются всей социальной инфраструктурой района. Значительная часть хозяйственной деятельности северокавказских общин находится в тени, точнее – в латентном состоянии по отношению к статистическим и налоговым органам (табл.3).

Таблица 3

Наличие трудовой деятельности некоторых этнических групп в Ростовской области, 2010 г. [3] (в % к каждой этногруппе)

	Нет трудовой деятельности	Есть трудовая деятельность
Русские	53,0	46,9
Армяне	55,4	44,6
Греки	54,1	46,1
Немцы	48,8	51,1
Чеченцы	74,8	25,2
Даргинцы	73,1	27,0
Аварцы	68,2	31,7

Турки	77,3	22,7

Такого рода явление расценивается старожильческим населением не только как несправедливость, но еще и интерпретируется в контексте негативных межэтнических отношений. Безнаказанность правонарушений рассматривается местными жителями как вседозволенность и вызывает негативное отношение к кавказцам. Кроме того, северокавказские этнические группы предпочитают селиться группами (например, турки-месхетинцы группами численностью в несколько десятков или 100-300 человек). Неудивительно, что в сельских населенных пунктах, где появлялись их общины существенно трансформировалась национальная структура населения, что приводило к обострению межнациональных отношений и множественным этнобытовым конфликтам. Наиболее конфликтными стали восточные и северо-восточные сельские районы области, которые являются традиционно проблемными в вопросах занятости и куда в основном и направляются мигранты из республик Северного Кавказа. Проблема заключается в том, что сокращается занятость и уровень доходов старожильческого населения, традиционно занятого в сельскохозяйственном производстве [9, с. 283].

Таким образом, национальные меньшинства занимают достойное место в общей системе межнациональных отношений в Ростовской области. Часть этнических групп продвинулась значительно вперед в плане адаптации и интеграции в соответствующие сферы хозяйствования, другие находятся еще на пути поиска, решая одновременно вопросы своего обустройства, адаптации. Принимающему сообществу необходимо учитывать данные факторы, так как на лицо проблемный потенциал.

Использованные источники:

1. Savelyeva O. Basic spheres of economic activity of the armenians in the south Russia / O. Savelyeva // Научный альманах стран Причерноморья. – 2016. - №3. – С. 48-53.
2. Всероссийская перепись населения 2002 г. // Электрон. статист. дан. – Режим доступа: http://www.perepis2002.ru/index.html?id=11.
3. Всероссийская перепись населения 2010 г. // Электрон. статист. дан. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.html
4. Денисова Г.С. Экономический фактор межэтнических конфликтов в сельских районах Ростовской области / Г.С. Денисова // Этносоциальные процессы и риски на Юге России: материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 75-летию АГУ (25-26 сентября 2015 г., г. Майкоп) / отв. ред. Р.Д. Хунагов. - Майкоп: редакционно-издательский отдел АГУ, 2015. – С. 118-120.
5. Колесников Ю. С. Этноэкономика в судьбах модернизации Юга России / Ю.С. Колесников // Пространство экономики. - 2003. - №2. - С.19-24.

6. Панфилова Ю.С. Динамика межпоколенной социальной мобильности в Ростовской области: опыт пилотажного социологического исследования / Ю.С. Панфилова // Альманах современной науки и образования. – 2016. - №5 (107). – С. 59-62.
7. Полуянов В.К. Диаспорные общины в ростовской области: формирование, типология, проблемы адаптации [Текст]: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. социол. наук (22.00.04) / Полуянов Виктор Константинович; ЮФУ. – Ростов-на-Дону, 2007.
8. Сущий С.Я. Армяне Юга России и Крыма (геодемографический очерк)/С.Я. Сущий. – Ростов н/Д.: Изд-во Копи-центр, 2015. – 287 с.
9. Тарасова М.В. Этнополитические конфликты в Ростовской области / М.В. Тарасова // Модернизация полиэтничного макрорегиона и сопредельных государств: опыт, проблемы, сценарии развития: материалы Всероссийской научной конференции (г. Ростов-на-Дону, 18-19 сентября 2014 г.) / отв. ред. акад. Г.Г. Матишов. – Ростов н/Д: Изд-во ЮНЦ РАН, 2014. – С. 280-285.

Салахова А.Э.
студент 3 курса
ФГБОУ ВО Башкирский ГАУ
Республика Башкортостан, г. Уфа

ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ ОХРАНЫ ЗДОРОВЬЯ

Аннотация: *в статье раскрывается один из важнейших регуляторов концепции охраны здоровья, рассматривается ряд проблем, связанных с ней, а также приводятся методы разрешения.*

Ключевые слова: *концепция, охрана здоровья, здоровье.*

Под службой охраны здоровья понимается совокупность мер политического, финансового, правового, общественного, медицинского нрава, нацеленных на сбережение и закрепление самочувствия человека, передача ему врачебной поддержке.

Проблема охраны здоровья в Российской Федерации связана с низким уровнем состояния популяционного здоровья, демографическим кризисом и нехваткой средств для обеспечения необходимого объема и качества медицинской помощи.

Охрана здоровья является фактором национальной безопасности и стратегической целью отечественного здравоохранения.

Анализ состояния проблемы охраны здоровья здоровых в Российской Федерации доказывает ее безусловную актуальность как фактора национальной безопасности и стратегической цели отечественного здравоохранения. Данная проблема возникла в результате критически низкого уровня состояния популяционного здоровья и особенно усилилась в связи с разразившимся демографическим кризисом, наряду с прогрессирующей нехваткой сил и средств для обеспечения необходимого

объема и качества медицинской помощи все более возрастающему потоку больных людей. Экономическая целесообразность внедрения концепции определяется также методологией оздоровительный мероприятий, основанной на преимущественном применении немедикаментозных технологий и ограничении приема лекарств, высокие цены на которые делают их малодоступными для большей части населения.

Целью предоставленной концепции считается интенсивное сбережение, восстановление и закрепление самочувствия людей нацеленных на понижение досрочной смертности, заболеваемости, наращивание средней длительности и свойства жизни в стране.

Главной задачей охраны здоровья считается самосознание здоровья. Субъектом делается здоровый человек. В стране уже принят ряд законодательных актов в области охраны здоровья населения. К ним относятся:

- Основы законодательства Российской Федерации по охране самочувствия людей, определившие профилактическую деятельность;

- Федеральный закон «О качестве и защищенности пищевых продуктов», нацеленные на улучшение качества и структуры питания, Федеральный закон «Об иммунопрофилактике заразных болезней», определяющий стратегию и систему мер в области профилактики ведущих заразных заболеваний;

-Федеральный закон «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения», ряд статей которого определяет, что гигиеническое образование и изучение граждан, нацеленные на увеличение их санитарной культуры, профилактику считаются обязательными;

В целях последующего улучшения государственные, политические деятели в сфере здравоохранения, сбережение и укрепление здоровья людей Российской Федерации, постановляю:

1.Правительству Российской Федерации: а) гарантировать к 2018 году : понижение смертности от заболеваний системы кровообращения до 649,4 варианта на 100 тыс. населения;

понижение смертности от дорожно-транспортных происшествий; понижение смертности от туберкулеза до 11,8 варианта на 100 тыс. населения;

понижение детской смертности, в первую очередь за счет понижения ее в регионах с высочайшим уровнем показателя;

б) создать и утвердить до 1 марта 2020г. комплекс мер, нацеленных на предложения врачебной поддержке общественности на базе государственной программы Российской Федерации “Становление здравоохранения”; в) создать и утвердить до 1 января 2020г. Стратегию становления врачебной науки в Российской Федерации на этап до 2025 года.

г) гарантировать до 1 ноября 2020 г. разработку и внесение в Муниципальную Думу Федерального Собрания РФ плана федерального

закона о обороне здоровья населения от результатов употребления сигарет.

2. Правительству Российской Федерации вместе с органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации:

а) обеспечить работу, охватывая культуры здорового питания, профилактик у алкоголизма и наркомании;

б) создать до 1 января 2020г. с ролью социальных организаций Стратегию фармацевтического обеспечения населения Российской Федерации;

в) создать до 1 мая 2020г. комплекс мер по обеспечению системы здравоохранения РФ врачебными кадрами, меры общественной помощи медицинских работников

г) окончить до 1 января 2020г. модернизацию наркологической службы Российской Федерации.

Использованные источники:

1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АГРАРНОЙ ПОЛИТИКИ В РФ *Ханнанова Т.Р.* Мир и политика. 2013. № 2 (77). С. 4.

2. РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ *Гарифуллина Э.Ф., Ханнанова Т.Р.* Право и политика. 2012. № 9. С. 1565-1571.

3. РАЗВИТИЕ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ НА ИННОВАЦИОННОЙ ОСНОВЕ *Ханнанов Р.А., Ханнанова Т.Р.* Аграрный вестник Урала. 2010. № 2 (68). С. 79-82.

4. РАЗВИТИЕ УЧЕНИЯ О ЮРИДИЧЕСКИХ ФАКТАХ В ГРАЖДАНСКОМ ПРАВЕ *Ханнанов Р.А.* Уфа, 2006.

5. ЮРИДИЧЕСКИЕ ПОСТУПКИ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ *Ханнанов Р.А.* Академия наук Российской Федерации; Уфимский научный центр; Башкирский государственный аграрный университет. Уфа, 2007.

6. АГРАРНОЕ ПРАВО: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ *Ханнанов Р.А.* Право и политика. 2008. № 4. С. 933-940.

7. ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВ ГРАЖДАН НА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЗНАЧИМУЮ ИНФОРМАЦИЮ *Гарифуллина А.Ф.* В сборнике: Молодежная наука и АПК: проблемы и перспективы Материалы III научно-практической конференции молодых ученных и аспирантов. 2009. С. 218-220.

8. ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВ ГРАЖДАН НА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЗНАЧИМУЮ ИНФОРМАЦИЮ *Гарифуллина А.Ф.* В сборнике: Научное обеспечение инновационного развития АПК материалы Всероссийской научно-практической конференции в рамках XX Юбилейной специализированной выставки "АгроКомплекс-2010". 2010. С. 220-222.

9. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН) *Гарифуллина А.Ф.* диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук / Башкирский государственный университет. Уфа, 2011.
10.К ВОПРОСУ ОБ УЧАСТИИ ПЧЕЛОВОДОВ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПКАХ
Галиева Г.А., Гималтдинова А.А., Шапошникова Р.Р. В сборнике: Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. 2015. С. 44-46.
11.К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМАХ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПЧЕЛОВОДСТВА *Ханнанова Т.Р., Шапошникова Р.Р.* В сборнике: Социально-экономические проблемы развития аграрной сферы экономики и пути их решения Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 85-летию Башкирского государственного аграрного университета. 2015. С. 445-447.
12.ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУДЕБНОЙ ВЛАСТИ *Ханнанов Р.А., Шапошникова Р.Р.* Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. 2013. Т. 3. № 4 (04). С. 86-88.
13.СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНЫХ ИНТЕРЕСОВ В СИСТЕМЕ ВЛАСТНО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ *Валиева А.Р.* диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук / Уфа, 2007.
14.ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЕЖИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ *Абрарова А.Ф., Галимьянова Л.Ф., Валиева А.Р.* В сборнике: Молодежная политика и общественное развитие в России и ее регионах Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Учреждение Российской академии наук, Институт социально-экономических исследований Уфимского научного центра. Уфа, 2009. С. 17-22.
15.ПРОБЛЕМА МОЛОДЕЖНОЙ ЗАНЯТОСТИ *Старикова А.С., Валиева А.Р.* В сборнике: Молодежная политика и общественное развитие в России и ее регионах Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Учреждение Российской академии наук, Институт социально-экономических исследований Уфимского научного центра. Уфа, 2009. С. 122-125.

Самута Е.В.
студент 4 курса
факультет «Банковского дела»
Лягуская Н. В.
научный руководитель, старший преподаватель

кафедра «Бухгалтерского учета, анализа и аудита»
Полесский государственный университет
Беларусь, г. Пинск

НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА НА ЭКОНОМИКУ И ОРГАНИЗАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Аннотация: *статья посвящена оценке налоговой нагрузки на экономику и организации Республики Беларусь.*

Ключевые слова: *налоги, налоговая нагрузка, налогообложение, налоговый анализ, налоговый учет.*

Annotation: *article focuses on the evaluation of the tax burden on the economy and the organization of the Republic of Belarus.*

Keywords*: taxes, tax burden, tax, tax analysis, tax accounting.*

Налоги, как и вся налоговая система, являются мощным инструментом управления экономикой в условиях рынка. От того, насколько правильно построена система налогообложения, зависит эффективное функционирование всего народного хозяйства[1, с.339].

Одним из показателей качества налоговой системы является удельный вес налоговых поступлений в бюджет к ВВП.

Величина налоговой нагрузки на экономику Республики Беларусь рассчитывается как отношение налоговых доходов консолидированного бюджета к ВВП.

Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на период 2015-2020 годы в области бюджетно-налоговой политики предусмотрено снижение налоговой нагрузки на 2-4 п.п. к ВВП.

В Республике Беларусь на протяжении последних 5 лет проводилась налоговая реформа, направленная на снижение налоговой нагрузки, как на организации, так и на экономику страны в целом. В результате ее проведения установлен самый краткий перечень налогов. На данный момент времени налогоплательщики-организации платят всего лишь пять основных налогов: налог на недвижимость, прибыль, экологический, налог на добавленную стоимость, землю. Снижены и ставки, например, налога на прибыль с 24% до 18%, подоходного с 30% до 13%. Созданы условия и по упрощенной системе налогообложения. Кроме того, было принято немало мер по совершенствованию налогового администрирования: изменилась периодичность уплаты налога, введена система электронного декларирования. Все это дало результат, так как реформа позволила подняться Республике Беларусь в социально экономическом развитии.

В результате изменение ставок налогов, расширения или сокращения налоговых льгот для сферы материального производства и услуг, налоги рассматриваются как основные государственные регуляторы экономики.

В настоящий момент времени размер величины налоговой нагрузки

неизменно значится среди проблем, беспокоящих экономику Республики Беларусь. По расчетам Министерства по налогам и сборам, налоговая нагрузка на субъектов хозяйствования в текущем году заметно снижается. При этом вместо традиционного сопоставления объема собираемых налогов к ВВП использовалось сравнение их с выручкой предприятия.

Налоговая нагрузка на организации Республики Беларусь в части платежей, контролируемых налоговыми органами, без учета сумм возмещений НДС из бюджета, по итогам работы в 1 полугодии 2015г. составила в среднем 6,1 % к выручке от реализации товаров, работ, услуг и по сравнению с аналогичным периодом прошлого года снизилась на 0,1 п.п.

Сокращение налоговой нагрузки обусловлено уменьшением доли акцизов в ее структуре с 0,9 до 0,7 % к выручке, что связано со снижением, в первом полугодии текущего года законодательно установленных ставок акцизов на бензин и дизельное топливо, а также переориентацией производителей этой продукции на производство топлива более высокого класса с более низкими ставками акцизов.

Сегодня в структуре налоговой нагрузки преобладает НДС. Его удельный все в выручке от реализации составил 3,7 % и по сравнению с прошлым годом снизился на 0,1 п.п., что обусловлено сокращением почти на 7 % сумм НДС, уплаченных при ввозе товаров из государств-членов Евразийского экономического союза, вследствие падения объемов импорта.

Удельный вес налога на прибыль в выручке возрос на 0,1 п.п., т.е. до 0,8 % – главным образом в связи с изменением порядка уплаты налога на прибыль, добычу природных ресурсов, величина которых возросла на 0,1 п.п. и составила 0,2 % к выручке – вследствие законодательного увеличения размера ставок налога за добычу калийной соли.

Если рассматривать другие виды налогов, то их доля в структуре налоговой нагрузки по сравнению с прошлогодним периодом не изменилась и составила соответственно по налогу на недвижимость – 0,3 %, земельному – 0,2 % и прочих – 0,2 %.

Уровень налоговой нагрузки предопределяется действующим законодательством, регламентирующим объекты налогообложения, налоговые базы, ставки и льготы. Кроме того, доля налогов в выручке зависит от индивидуальных и отраслевых особенностей предпринимательской деятельности каждой организации, направлений ее внешнеэкономической деятельности, уровня рентабельности продаж и т. д., что обуславливает широкий диапазон величины налоговой нагрузки на организации в разрезе видов экономической деятельности. Для большей наглядности налоговой нагрузки в разрезе основных видов деятельности представим данные на рисунке 1.

Рисунок 1. – Налоговая нагрузка в Республике Беларусь разрезе основных видов деятельности в 2014-2015гг.

Данный рисунок показывает, что наиболее высокий показатель налоговой нагрузки традиционно отмечается у организаций, производящих подакцизную продукцию, в том числе в сфере производства кокса и нефтепродуктов (16,4 %) и пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия (10,7 %). Наиболее низкий – у сельскохозяйственных организаций (2,8 %), большинство которых применяют особый режим налогообложения в виде уплаты единого налога для производителей сельскохозяйственной продукции по ставке 1 % от выручки.

Можно отметить, что в феврале-июле 2015г. организациям из бюджета было возмещено НДС на сумму 23,5 млрд р., что на 8 % меньше аналогичного периода прошлого года. С учетом сумм возмещений налоговая нагрузка на организации составила в среднем 4,2 % к выручке и по сравнению с прошлогодним уровнем не изменилась.

Таким образом, за последние годы сложилась тенденция к снижению налоговой нагрузки, как на организации, так и на экономику в целом, что

соответствует целям и задачам, поставленным в программе экономического развития страны. Республика Беларусь целенаправленно идет и создает такие условия для плательщиков, чтобы налоговое законодательство и порядок исчисления уплаты налога был простым, ясным и понятным.

Использованные источники:

1. Бухгалтерский и налоговый учет, финансовый анализ и контроль: учеб. пособие / А.О. Левкович [и др.]; под общ. ред. А.О. Левковича, О.А. Левковича. – 3-е изд., перераб. и доп. – Минск: Амалфея, 2012г. – 728 с.
2. Экономическая газета [Электронный ресурс] / Налоговая нагрузка 2015г. – Режим доступа: https://www.neg.by. – Дата доступа:18.10.2016г.

Саркисов В.Г., к.техн.н.
доцент
кафедра "Высшая математика и прикладная информатика"
Самарский государственный технический университет
Россия, г. Самара

К ВОПРОСУ О СПРАВЕДЛИВОМ ДЕЛЕЖЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ СРЕДИ УЧАСТНИКОВ КОАЛИЦИИ ИНВЕСТОРОВ

Аннотация. *Статья посвящена вопросу справедливого распределения полезности коалиции инвесторов. Источником дополнительной полезности служит синергетический эффект от формирования общего портфеля инвесторов с различными предпочтениями. Описываются варианты формирования дополнительной полезности, и рассматривается возможность консенсуса среди участников.*

Ключевые слова: *индивидуальные предпочтения, дележ, компромисс, инвестиционный портфель.*

Sarkisov V.G., Ph.D. (Technical Sciences),
Associate Professor of "Higher Mathematics and Applied Informatics"
Samara State Technical University
Russia, Samara

ON THE ISSUE OF EQUITABLE SHARING OF THE ADDITIONAL UTILITY TO THE PARTICIPANTS OF COALITION OF INVESTORS

Abstract. *The article focuses on the equitable distribution of utility of coalition of investors. The source of the additional utility is a synergistic effect on the formation of a common portfolio of investors with different preferences. It describes options for the formation of an extra utility, and considers the possibility of a consensus among the participants.*

Keywords: *individual preferences, sharing, compromise, investment portfolio.*

Объединение субъектов с общими интересами в коалицию широко распространено как в живой природе, так и в обществе. Коалиции

инвесторов известны с древних времен. В большинстве случаев они представляли собой объединение людей с целью реализации масштабного прибыльного проекта, который ни один из них не смог бы самостоятельно профинансировать в полном объеме.

Формирование организованных товарных и фондовых рынков и возникновение унифицированных инвестиционных инструментов (акций, облигаций, фьючерсов и т.д.) существенно расширило диапазон доступных инвестиционных возможностей, одновременно отдалив инвесторов от технической стороны проекта и позволив сосредоточиться на экономической составляющей.

Возникновение института инвестиционных фондов упростило объединение инвесторов с одинаковыми предпочтениями в коалиции и позволило передать управление общим портфелем профессионалам. Также важным аспектом является существенное упрощение выхода участника из состава коалиции.

Как традиционные коалиции, так и коалиции в форме инвестиционных фондов имеют существенную общую черту – они объединяют только инвесторов со схожими предпочтениями. Если же предпочтения инвесторов существенно различаются, то их объединение в коалицию с большой вероятностью приведет к конфликту при оценке качества процесса и результатов управления портфелем.

В [1] предложена методология, позволяющая сформировать общий портфель коалиции инвесторов с несовпадающими предпочтениями в модели Марковица. Благодаря возникающему при таком объединении синергетическому эффекту, каждый из участников такой коалиции получает более высокое качество управления портфелем (по его индивидуальным критериям), чем он получил бы при оптимальном управлении индивидуальным портфелем без образования коалиции.

В [2] методология обобщена на случай произвольного набора критериев, возрастающих по предпочтению всех инвесторов. В [3] рассмотрено применение разработанных методов для транснациональной инвестиционной компании, а в [4] – для инвестиционной деятельности промышленного холдинга. Результаты обобщены в [5].

Представленный в этих работах подход к получению дополнительной полезности не дает однозначного способа ее распределения между инвесторами. Более того, сама дополнительная полезность может быть получена в разных формах, например, в виде повышения математического ожидания доходности или в виде снижения некоторых показателей риска или их комбинации (рис.1):

Рис.1. Варианты получения дополнительной полезности при объединении инвесторов в коалицию

Очевидно, что, в силу различия индивидуальных предпочтений, участники такой коалиции выберут разные формы получения дополнительной полезности (рис.2). Это создает возможности максимизации полезности, но провоцирует конфликт между участниками коалиции. Далее можно рассматривать дополнительную полезность в качестве ресурса, что позволит использовать один из известных механизмов распределения ресурсов.

Рис.2. Изменение портфеля коалиции при различиях в способах получения дополнительной полезности

Применение стандартных механизмов обычно предполагает неизменность распределяемого ресурса. В рассматриваемой задаче

количество ресурса оценивается индивидуально каждым участником в соответствии с его функцией полезности. Более того, реальное количество дополнительной полезности зависит от распределения. Эти особенности создают предпосылки для использования итерационных процедур поиска оптимального распределения ресурса. Результатом реализации такой процедуры должен стать консенсус участников относительно распределения дополнительной полезности.

Если в результате процедур без взаимных выплат (штрафов) консенсус найти не удается, то целесообразно введение в обращение внутри коалиции виртуальных облигаций и опционов на результат управления основным портфелем. Это создает дополнительные возможности перераспределения, позволяющие наиболее гибко управлять передачей полезности инвесторам в удобной для них форме.

Использованные источники:

1. *Саркисов В.Г.* Система оптимального управления коллективными инвестициями в модели Марковица // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Технические науки. 2013. № 4 (40). С. 45-52.

2. *Саркисов В.Г.* Недоминируемые коллективные портфели при несовпадении целевых функций инвесторов // Перспективные направления развития финансовых рынков сборник статей по материалам участников международной заочной научно-практической конференции. Издательство «Научный консультант». 2014. С. 37-47.

3. *Саркисов В.Г.* Оптимизация портфеля транснациональной инвестиционной компании // Управление развитием крупномасштабных систем (MLSD'2014). Сборник научных трудов. Под общей редакцией С.Н. Васильева, А.Д. Цвиркуна. Москва, 2014. С. 95-102.

4. *Саркисов В.Г., Вагапова Н.Р.* Инвестиционная компания в структуре промышленного холдинга // Управление развитием крупномасштабных систем (MLSD'2013) Труды Седьмой международной конференции: в 2 томах. Институт проблем управления им. В.А.Трапезникова РАН; под общей редакцией С.Н. Васильева, А.Д. Цвиркуна. 2013. С. 213-219.

5. *Болдырева И.А., Бородач Ю.В., Головко В.Б., Малышенко В.А., Малышенко К.А., Саркисов В.Г., Финогенова Ю.Ю.* Финансовый рынок и финансово-инвестиционная инфраструктура. Новосибирск, 2015.

Сафиуллин И.Р.
студент 3 курса
экономический факультет
Мнацаканян С. Т.
студент 3 курса
экономический факультет
Нуретдинов И.Г., к.э.н.
доцент
экономический факультет
Ульяновская государственная сельскохозяйственная
академия им. П.А. Столыпина
Россия, г. Ульяновск

ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ТОРГОВЛИ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Аннотация: в статье рассматриваются проблемы налогообложения торговых участников через социальную сеть, проблемы территориальной соподчиненности.

Ключевые слова: социальная сеть, налогообложение, торговая деятельность.

Cafiullin IR, 3rd year student of the Faculty of Economics
Ulyanovsk State Agricultural Academy im.P.A.Stolypina,
Russia, Ulyanovsk
Mnatsakanyan ST, 3rd year student of the Faculty of Economics
Ulyanovsk State Agricultural Academy im.P.A.Stolypina,
Russia, Ulyanovsk
Nuretdinov IG, Ph.D., Associate Professor, Faculty of Economics
Ulyanovsk State Agricultural Academy im.P.A.Stolypina,
Russia, Ulyanovsk

PROBLEMS OF TAXATION OF TRADE THROUGH THE SOCIAL NETWORKS

Abstract: The article deals with the problems of taxation of trading participants through the social network, the problem of territorial subordination.

Tags: social network, taxation, trading activity.

Появление социальных сетей россияне использовали не только для общения и развлечения, но и для улучшения своего материального положения. И речь сейчас идет не о зарегистрированных предпринимателях или магазинах, имеющих страничку во «ВКонтакте» или других местах массового скопления людей, а о простых гражданах, для которых виртуальное пространство стало пространством для «подзаработать». Элементарный поиск выдаст вам несколько сотен страниц, где предприимчивые граждане предлагают вам купить одежду, обувь,

бижутерию, кожгалантерею и массу других товаров.

По данным опроса, проведенного исследовательской компанией OMI, более половины респондентов (66,5%) знают о такой форме покупок. Чуть более трети из них (38,9%) осуществляют покупки у частных лиц через социальные сети 1-2 раза в квартал, еще 16,4% - 1-2 раза в месяц.

Чаще всего такую форму торговли отличают более низкие цены, при этом за качество никто практически не отвечает.

Даже если допустить, что покупатель все же получит обещанный товар, никто не может гарантировать его качество, а доказать, что вы купили данный товар именно у этого продавца, может быть проблематично, поскольку договор не подтверждается чеком.

Продажи через Интернет регулируются правилами о розничной купле-продаже (параграфом 2 «Розничная купля-продажа» главы 30 Гражданского кодекса РФ и Законом «О защите прав потребителей»). По правилам, продавец и покупатель должны оформлять договор купли-продажи. На практике этого часто не происходит [1, 2].

В сети продавцам не нужно платить арендную плату, приобретать торговое оборудование и нанимать штат сотрудников. У покупателей же есть возможность купить товары по более низким, чем в реальности, ценам и не тратить время на походы по магазинам.

По законам, если человек продает что-то неоднократно, получает от этого прибыль и не платит налоги, он является нарушителем.

Если продавец не зарегистрирован как индивидуальный предприниматель, это не спасет его от ответственности за неуплату НДС. По закону, к лицам, по факту ведущим предпринимательскую деятельность, применяются все относящиеся к предпринимателям нормы. Продавцу-любителю будет безопаснее зарегистрировать ИП и уплатить налоги, если в качестве покупателя выступает организация, которая зафиксирует покупку в своем бухгалтерском или налоговом учете. То же касается и тех, кто собирается пересылать свои товары почтой покупателям в других городах или странах [3].

Налоги являются основным видом доходов любого государства. Коммерческая деятельность по общему правилу подлежит налогообложению независимо от формы ее осуществления, в том числе и электронная коммерция, как определенная форма деятельности, направленная на систематическое извлечение прибыли, также должна облагаться налогом. Однако в связи с особенностями электронной коммерции налогообложение в данном случае требует специальных подходов.

Еще одним из вопросов, обсуждающимся в науке, является вопрос правовой оценки Интернета в целях налогообложения деятельности, осуществляемой в электронной коммерции. С одной стороны, сделки, заключаемые через Интернет, оцениваются как традиционная форма ведения бизнеса, с другой — необходима новая форма налогообложения, поскольку

есть случаи, при которых невозможно определить, каким образом использовать существующие элементы налогообложения. Инспекция федеральной налоговой службы трактует деятельность онлайновых новаций как определенный вид деятельности (реклама, услуги, торговля и т.п.).

В мае 1998 года Всемирная торговая организация приняла решение освободить от обложения таможенными пошлинами данные и программные продукты, приобретенные и доставленные с помощью Интернета. Некоторые страны создали собственные специальные программы стимулирования развития интернет-коммерции [4].

Определение налоговой юрисдикции, учитывая экстерриториальность сети Интернет, один из важнейших вопросов налогообложения, требующих решения. В правовой доктрине рассматривается вопрос о возможности применения одного из двух принципов:

1) В зависимости от постоянного представительства. Он заключается в том, что место деятельности субъекта, расположенного в одном государстве, через которое осуществляются коммерческие операции предприятия, являющегося лицом с постоянным местопребыванием (резидентом) в другом государстве, признается в зависимости от таких критериев, как наличие материальных активов (здания, сооружения и прочее), используемых для извлечения прибыли, наличие зависимых агентов (лиц, уполномоченных заключать контракты от имени зарубежной компании и регулярно пользующихся этими полномочиями) и так далее;

2) В зависимости от территориальности. Согласно данному принципу все доходы хозяйствующего субъекта, вне зависимости от его национальной принадлежности и резидентства, возникающие в данной юрисдикции подлежат налогообложению.

Подводя итог, можно отметить, что развитые страны и международные организации частично решили проблемы налогообложения ЭК путем совершенствования существующих налогов, прежде всего при определении и уплате НДС.

Использованные источники:

1. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 23.05.2016).
2. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 03.07.2016) "О защите прав потребителей".
3. http://www.sostav.ru/news/2012/05/21/vkontakte_biznes/
4. http://ahawks.ru/socialnye-seti/socialnoe-prodvizhenie-moimi-glazami.html

Сидорова Н.С.
студент 4 курса
факультет управления
Нуретдинова Ю.В., д.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «Экономического анализа и государственного управления»
ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный университет»
Россия, г. Ульяновск

УЧЁТ КАК ФУНКЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ

Аннотация: *В данной статье рассмотрена проблема необходимости по ведению учета объектов собственности на муниципальном уровне. Проанализированы характерные особенности реестра как формы систематизации учета данных об объектах муниципальной собственности примере муниципального образования «город Ульяновск».*

Ключевые слова: *Муниципальное образование, Собственность, Учет, Реестр, Методы управления, Оптимизация*

ACCOUNTING AS A FUNCTION OF MUNICIPAL PROPERTY

Abstract: In this article the problem of the need for record-keeping property at the municipal level. We analyzed the characteristics of the registry as a form of organizing data registration of objects of municipal property the example of the municipality "Ulyanovsk".

Keywords: Municipality, Property Registration, Registry, Management Methods, Optimization

Наличие государственного имущества является базирующим признаком существования как страны в целом, так и ее структурных составляющих. Согласно ГК РФ, государственной собственностью в Российской Федерации является имущество, принадлежащее на праве собственности Российской Федерации (федеральная собственность), и имущество, принадлежащее на праве собственности субъектам Российской Федерации - республикам, краям, областям, городам федерального значения, автономной области, автономным округам (собственность субъекта Российской Федерации).

Согласно твердо сформировавшимся принципам законности, целесообразности, социально-экономической обоснованности и иерархичности, проводится разграничение государственной собственности и установление соответствующих границ между Российской Федерацией, субъектами Российской Федерации и муниципальными образованиями в целях обеспечения социально- экономических и экологических задач по рациональному использованию государственного (муниципального) имущества.

Рассматривая обособленную категорию – собственность муниципального образования, необходимо руководствоваться ч. 1 ст. 50 Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 2003 г, где обозначены виды предназначения объектов муниципального образования.

Весьма разумно в процессе управления государственной(муниципальной) собственностью первоначальным этапом воспроизводить процедуры по учету имеющегося у государства имущества, в результате которого будут приниматься управленческие решения о судьбе того или иного объекта собственности. Основные положения по данному вопросу освещены в Постановлении Правительства РФ от 16 июля 2007 г. № 447 «О совершенствовании учета федерального имущества».

Для обеспечения сохранности и эффективности использования объектов собственности государства, региона, муниципалитета явной необходимостью выявляется учет государственного и муниципального имущества, правомерность которого подкрепляется сложившейся иерархией нормативно-правовых актов страны.

Право самостоятельности управления муниципальной собственностью органами местного самоуправления зафиксировано в основном законе Российской Федерации – Конституции, а именно на это указывает глава 8 «Местное самоуправление».

Автономия органов муниципального образования (в том числе в сфере управления имуществом) также находит свое отражение в вышеупомянутом Федеральном законе «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 № 131-ФЗ и в Законе Ульяновской области «О порядке решения вопросов местного значения вновь образованных городских и сельских поселений Ульяновской области» от 29.11.2005 № 128-ЗО.

Важным моментом в учете государственной (муниципальной) собственности является отображение реально существующих имущественных объектов. Объекты муниципальной собственности в виде объектов недвижимого имущества, а так же отдельных объектов движимого имущества отображаются в реестре, ведением которого занимаются органы местного самоуправления. Данный аспект составляет основу ведения учета муниципальной собственности.

Реестр объектов собственности для каждого муниципального образования необходим в целях выполнения определенных задач:

1. Периодическая инвентаризация имущества, закрепленного за муниципальными предприятиями и учреждениями, а также имущества казны
2. Идентификация каждого объекта недвижимого, некоторого движимого имущества
3. Выявление на территории муниципального образования бесхозяйного движимого и недвижимого имущества, включение его в реестр

муниципальной собственности и определение методов управления

4. Включение в реестр собственности безвозмездно передаваемого поселению имущества

5. Включение в реестр приобретенного (реконструированного, построенного) за счет бюджета имущества (части имущества) и заключение соответствующих договоров использования такого имущества;

Учет муниципального имущества в городе Ульяновск организуется и осуществляется держателем Реестра - Комитетом по управлению городским имуществом, который обеспечивает одну из мер по выполнению вышеуказанных задач, а именно рассылает всем балансодержателям муниципального имущества карты учета муниципального имущества на каждый объект учета, также принимает заполненные карты учета и проводит экспертизу представленных данных и организует занесение их в электронный банк данных с присвоением каждому объекту индивидуального реестрового номера.

В Ульяновской области (локальнее, в МО «город Ульяновск») порядок учета и ведения реестра представлен Положением "Об организации учета муниципального имущества и ведении реестра муниципального имущества г. Ульяновска",принятым Решением Ульяновской Городской Думой 30 октября 2002 года № 186.

Согласно данному документу, структурный состав реестра представлен разделами:

- жилищный и нежилой фонд, находящийся в муниципальной собственности (объекты недвижимого имущества);
- муниципальные предприятия и учреждения, обладающие самостоятельным балансом и являющиеся юридическим лицом (муниципальные предприятия и учреждения в целом как имущественный комплекс)
- муниципальное имущество, учтенное в активах предприятий долевой собственности;
- коммуникации (инженерные сети, коммуникации, системы жизнеобеспечения города, благоустройства и т.п.);
- муниципальная казна (объекты, не находящиеся на балансе, но подлежащие учету);
- движимое имущество.

При рассмотрении одной из задач ведения реестра выявились определенные шаги, предпринимаемые местными органами власти:

Ссылаясь на статьи Гражданского Кодекса РФ, в целях выявления выморочного (ст. 1151) и бесхозяйного (ст. 225) имущества необходимо:

1. Запросить информацию об отсутствии собственников за несколько последних лет:

— из органов ЗАГС;

— из налоговых органов о домовладениях (частях домовладений;

— у органов территориального общественного самоуправления

2. Организовать систематическое проведение поквартального обхода поселения с целью выявления бесхозяйных и выморочных объектов (1 раз в год)

3. Организовать техническую паспортизацию объектов и подготовку землеустроительных документов по выявленным бесхозяйным и выморочным объектам

4. Поставить бесхозяйные объекты на учет в органе, осуществляющем регистрацию прав на недвижимое имущество

5. Направить перечень выявленных выморочных объектов в Департамент государственного имущества и земельных отношений Ульяновской области и просьбу о передаче этих объектов в муниципальную собственность в силу прямого указания закона

6. По истечении года обратиться в суд с требованием о признании права муниципальной собственности.

Включение (исключение) объекта муниципального имущества в Реестр (из Реестра) оформляется постановлением администрации города Ульяновска. Акт приема - передачи объекта утверждается председателем Комитета.

Основанием для включения или исключения объектов из Реестра являются:

-Закон и иной законодательный акт Российской Федерации, Ульяновской области;

-Решение Правительства РФ;

-Правовой акт Ульяновской Городской Думы;

-Соответствующий договор;

-Решение суда;

-иные основания, установленные законодательством РФ.

В результате учета имеющегося имущества, муниципальные власти по каждому объекту собственности, внесенного в реестр, предпринимают необходимые меры для дальнейшей оптимизации недвижимого имущества посредством определения пользователя и определения методов управления объектами :

- Передачи его в хозяйственное ведение муниципальным унитарным предприятиям
- Передачи в оперативное управление муниципальным учреждениям
- Приватизации
- Аренды
- Передача в доверительное управление или на условиях концессионных соглашений

- Прочих операций с недвижимостью.

Говоря о нормативно-правовой базе целого государства, либо каждого отдельного субъекта Российской Федерации, важно отметить существование упорядочивания общественных отношений и эффективность реализации нормы права в реальной жизни благодаря четкой структуризации системы законодательных и нормативных документов.

Иерархия законодательства каждого конкретного субъекта имеет определенную специфику, которая предопределяется совокупностью различных факторов и находит свое проявление в наименованиях актов, их перечне, порядке принятия и внесения изменений, правовых формах выражения иерархической зависимости и других моментах.

Самостоятельность управления муниципальным имуществом муниципального образования « г. Ульяновск» обеспечивается принятием Ульяновской городской Думой Положения «Об организации учета муниципального имущества и ведении реестра муниципального имущества»

В сфере изучения необходимости и технологии ведения реестров муниципального имущества рассматриваемого субъекта Российской Федерации, стоит выделить соответствующие данному спектру вопросов нормативные акты Ульяновской области, Правительственные и ведомственные нормативно-правовые акты. Примерами таковых являются:

— постановление Правительства РФ от 16.07.2007 № 447 «О совершенствовании учета федерального имущества»;

— приказ Министерства экономического развития и торговли РФ от 11.09.2007 № 307 «Об утверждении правил ведения реестра федерального имущества»;

— Закон Ульяновской области от 06.05.2002 "О порядке управления и распоряжения государственной собственностью Ульяновской области" № 20-ЗО

Вне зависимости от уровня индустриального и интеллектуального развития государства, вопросы управления объектами собственности играют особую роль в экономической и социально-культурной жизни общества, являясь достаточно важными и актуальными в любой из периодов истории.

Важность рассматриваемого вопроса заключается в наличии растущих общественных потребностей, удовлетворение которых - основная цель государства.

Важнейшим экономическим ресурсом на государственном (муниципальном) уровне является недвижимость, выступая одновременно пространственной средой для осуществления человеческой деятельности. Следовательно, необходима точная фиксация данных источников восполнения потребностей населения.

Согласно главному закону государства (Конституции РФ): "В Российской Федерации признаются и защищаются равным образом частная, государственная, муниципальная и иные формы собственности".

Данный факт удостоверяет в самостоятельности муниципалитета и позволяет видеть, что муниципальная собственность существует на равных основаниях как с частной, так и с государственной и другими формами собственности.

Исходя из подобных убеждений, следует акцентировать внимание на схожесть предпринимаемых мер по управлению объектами собственности на государственном и местном уровнях.

Учет, как составная часть управления экономическими процессами, находит свое проявление в обеспечении органов власти постоянной информацией о каждом идентифицированном объекте собственности муниципального образования. Формой систематизации и учета является реестр, выступающий в виде электронного банка данных о наличии и состоянии объектов соответствующего движимого и недвижимого имущества.

Учетно-аналитический метод позволяет местным органам власти определить, какого рода объекты собственности приносят доход, какие влекут расходы, а какие и вовсе являются бесхозными по факту. На основе анализа данных реестра определяется судьба каждого учтенного объекта на основе принципов, соответствующих оптимизации развития муниципального образования.

Использованные источники:

1. Конституция Российской Федерации 12.12.1993 г (с учетом поправок, внесенных Законами РФ от 30.2.2008 № 6 – ФКЗ,ОТ 30.12.2008 № 7 – ФКЗ, от 05.02. 2014 № 2 – ФКЗ, от 21.07.201 4 № 11 – ФКЗ.)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч. 1 [Электронный ресурс] : федер. закон от 30.11.1994 №51-ФЗ ред. от 06.12.2011
3. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»
4. Закон Ульяновской области от 29.11.2005 № 128-ЗО «О порядке решения вопросов местного значения вновь образованных городских и сельских поселений Ульяновской области».
5. Закон Ульяновской области от 06.05.2002 "О порядке управления и распоряжения государственной собственностью Ульяновской области" № 20-ЗО
6. Приказ Министерства экономического развития и торговли РФ от 11.09.2007 № 307 «Об утверждении правил ведения реестра федерального имущества»;
7. Постановление Правительства РФ от 16.07.2007 № 447 «О совершенствовании учета федерального имущества»;
8. Жердева О.И. Учет муниципальных объектов и ведение реестра муниципальной собственности поселений [Электронный ресурс], - http://yastudent.com/pravo/uchet-municipalnyx-obektov-i-vedenie-reestra-municipalnoj-sobstvennosti-poselenij.html - научная статья в интернете

9. Государственное управление Учебник. В 2 т. Т. 2 / Под ред. В.А. Козбаненко. Изд. 2-е, с изм. и доп. М:«Статут», 2002. 592 с.

Солонина Е.Ю.
бухгалтер-кассир
ОВО по ГО
Леонов Д.П.
студент 4 курса
направление подготовки «Менеджмент»
ФГБОУ ВО «МГПИ имени М.Е. Евсевьева»
Шукшина Ю.А., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра менеджмента и экономики образования
ФГБОУ ВО «МГПИ имени М.Е. Евсевьева»
Россия, г. Саранск

ФОРМИРОВАНИЕ УЧЕТНОЙ ИНФОРМАЦИИ ПО КАССОВЫМ ОПЕРАЦИЯМ В 1С

Статья посвящена анализу действующей практики формирования учетной информации по кассовым операциям в программе 1С.

Ключевые слова: кассовые операции, ПКО, РКО, объявление на взнос наличными, авансовый отчет, кассовая книга, отчет кассира, журнал регистрации кассовых ордеров, контрольно-кассовые машины, административная ответственность, 1С.

Solonina E.Yu.
accountant cashier urban district of the Department of Internal Affairs of Saransk, Russia
Leonov D.P.
4th year student of direction of training "Management"
Federal state budgetary educational institution of higher education «Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva» Saransk
Scientific adviser:
Shukshina Yu, Ph.D.
Associate Professor, Department of Management and Economics of Education,
Federal state budgetary educational institution of higher education «Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva» Saransk

FORMATION OF ACCOUNTING INFORMATION CASH TRANSACTIONS IN 1C

This article analyzes the current practice of formation of accounting information on cash transactions in 1C program.

Keywords: cash transactions, classified on the cash contribution, expense report, cash book, a record of the cashier, log cash orders, control-cash machines,

administrative responsibility, 1C.

ОВО по ГО Саранск-филиал ФГКУ ОВО МВД по Республике Мордовия является бюджетным учреждением, бухгалтерский учет полностью автоматизирован, используются программы: «1С: Бухгалтерия для бюджетных организаций» 8.1., «1С: Бухгалтерия Зарплата+Кадры» 8.1., АРМ СЭД «Клиент ОФК», Налогоплательщик, «Клиент-Сбербанк». Учетная информация, формируемая в системе бухгалтерского учета, полностью защищена от несанкционированного доступа посторонних пользователей, так как имеется оборудованная серверная комната и сеть, которая соединяет рабочие компьютеры бухгалтерии. На каждом компьютере установлен пароль, персональные данные на каждого сотрудника защищены согласно Федеральному закону от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О персональных данных» [1]. Информация рабочих программ еженедельно архивируется и хранится на съемном диске сервера.

Бухгалтерская служба учреждения включает начальника ФЭО, главного бухгалтера, бухгалтера по материалам, бухгалтера по начислению заработной платы и кассира. Обязанности каждого сотрудника определены в должностных инструкциях. Кассир несет полную материальную ответственность за сохранность всех принимаемых им ценностей, с ним заключен договор о полной материальной ответственности.

Для учета движения денежных средств на банковских счетах, в кассе, а также для учета денежных документов и денежных средств в иностранной валюте используется счет 0 201 00 000 «Денежные средства учреждения». Для учета операций по движению денежных средств в учреждении применяются следующие счета: 0 201 01 000 «Денежные средства учреждения на банковских счетах»; 0 201 02 000 «Денежные средства учреждения во временном распоряжении»; 0 201 03 000 «Денежные средства учреждения в пути»; 0 201 04 000 «Касса»; 0 201 05 000 «Денежные документы»; 0 201 06 000 «Аккредитивы»; 0 201 07 000 «Денежные средства учреждения в иностранной валюте». [3]

Раскроем практику учета кассовых операций. Учет кассовых операций осуществляется в журнале № 1 по счету «Касса». Произведенные операции с наличными денежными средствами подтверждаются соответствующими документами, остатки выведены по кассовой книге. Кассовые операции оформляются приходными кассовыми ордерами по форме 0310001 и расходными кассовыми – по форме 0310002. Кассовый ордер по сути представляет собой письменный приказ учреждения кассиру совершить операцию, указанную в ордере. Приходный кассовый ордер применяется для оформления наличных денег в кассу (рис. 1)

Рисунок 1– Приходный кассовый ордер

Операции по поступлению денежных средств в кассу на основании приходного кассового ордера (ф. 0310001), квитанции (ф. 0504510) оформляются по счету бухгалтерскими записями. ПКО выписывается в одном экземпляре, подписывается главным бухгалтером. Квитанция подписывается главным бухгалтером и кассиром, заверяется штампом «оплачено» и регистрируется в журнале регистрации приходных и расходных кассовых документов и выдается на руки клиенту, а приходный ордер остается в кассе. ПКО может оформляться по окончании проведения кассовых операций на основании контрольной ленты, изъятой из контрольно-кассовой техники, бланков строгой отчетности, приравненных к кассовому чеку, предусмотренных Федеральный закон от 22.05.2003 № 54-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа» [2].

Расходный кассовый ордер применяется для оформления выдачи наличных денег из кассы (рис. 2).

Рисунок 2 – Расходный кассовый ордер

Выдача наличных денег для выплат заработной платы работникам производиться по расходно-кассовым ордерам (031002), расчетно-платежным ведомостям (0301009), платежным ведомостям (0301011). Операции по выбытию наличных денежных средств из кассы бюджетного учреждения на основании расходных кассовых ордеров, оформляются соответствующими записями. Выписывается РКО в одном экземпляре кассиром или работником бухгалтерии, подписывается руководителем и главным бухгалтером, регистрируется в журнале регистрации приходных и расходных кассовых документов. При выдаче денег по РКО или заменяющему его документу отдельному лицу кассир требует предъявления паспорта или другого документа удостоверяющего личность, записывает наименование и номер документа, кем и когда выдан и отбирает расписку получателя. Выдачу денег кассир производит только лицу, указанному в расходном кассовом ордере или заменяющем его документе.

Если выдача денег производиться по доверенности, оформленной в установленном порядке, в тексте ордера после фамилии, имени, отчества получателя денег бухгалтерией указывается фамилия, имя и отчество лица, которому поручено или доверено получение денег. Если выдача денег производиться по ведомости, перед распиской в получении денег кассир делает надпись: «По доверенности». Доверенность остается в документах как приложение к расходному кассовому ордеру или ведомости.

Сумма в РКО строго пишется прописью человеком, получающим денежные средства. На выплату денег по расчетно-платежной ведомости

РКО можно не выписывать. Основанием для выплаты служит подписанная руководителем ведомость.

Приходные кассовые ордера и квитанции к ним, а также расходные кассовые ордера и заменяющие их документы должны быть заполнены бухгалтерией четко и ясно чернилами, шариковой ручкой или на компьютере. Помарки или исправления в этих документах не допускаются.

Выдача приходных и расходных кассовых ордеров на руки лицам, вносящим или получающим деньги, запрещается.

Прием и выдача денег по кассовым ордерам может производиться только в день их составления. При получении приходных и расходных кассовых ордеров или заменяющих их документов кассир обязан проверить:

– наличие и подлинность подписи главного бухгалтера на документах, а на расходном кассовом ордере разрешительная виза начальника или подпись,

– правильность оформления документов,

– наличие приложений к документам.

В случае несоблюдения документы возвращаются в бухгалтерию для надлежащего оформления. Приходные и расходные ордера или заменяющие документы подписываются кассиром, а приложенные документы погашаются штампом или надписью «Оплачено» с указанием даты.

Сдача денег в банк оформляется специальным документом, который называется «Объявление на взнос наличными» (рис. 3).

Объявление на взнос наличными

Код формы документа по ОКУД 0402001

Отрывной талон к объявлению на взнос наличными №

ОБЪЯВЛЕНИЕ № 28 сентября 2016 г.

Дата

Место для наклейки отрывного талона

ДЕБЕТ

От кого Соломина Екатерина Юрьевна счет № 20202810839000100060

КРЕДИТ

Получатель УФК по Республике Мордовия счет № 40116810739000010012

(ОВО по ГО Саранск-филиал ФГКУ ОВО МВД по Республике Мордовия л/с 04091А81880)

ИНН 1326222963 Счет № 40116810739000010012

Наименование банка-вносителя Сбербанк России ОАО ВОЛГО-ВЯТСКИЙ БАНК(Мордовское ОСБ 8589-до 8589/060) БИК 048952615

Наименование банка-получателя Сбербанк России ОАО ВОЛГО-ВЯТСКИЙ БАНК (Мордовское ОСБ8589 -до 8589/060) БИК 048952615

71000-00

Сумма цифрами

в том числе по символам:

символ	сумма
11	71000,00

Сумма прописью Семьдесят одна тысяча руб. 00 коп.

Источник поступления Средства от приносящей доход деятельности

Код 18811301080017000130

В этом документе указывается, кем сдаются деньги и какие это деньги (выручка за оказанные услуги, уставный капитал) в какой банк. Объявление выдается банком, куда сдаются деньги. Когда банк принял деньги, он обязан вернуть квитанцию, на которой должна стоять круглая печать и подпись бухгалтера банка. На основании этой квитанции кассир делает расходный кассовый ордер и списывает деньги по кассе. Свидетельством того, что деньги поступили на счет, является ордер выданный банком.

Лимит остатка кассы устанавливается ежегодно. Бюджетным учреждениям, обслуживающимся в ОФК лимит остатка кассы устанавливается казначейством. Орган Федерального казначейства устанавливает единый лимит остатка кассы по бюджетным и внебюджетным средствам и представляет в учреждение Банка России или кредитную организацию, осуществляющую его расчетно-кассовое обслуживание, форму 0408020 «Расчет на установление предприятию лимита остатка кассы и оформление разрешения на расходование наличных денег из выручки, поступающей в его кассу». Указанный расчет лимита составляется ОФК методом обобщения аналогичных расчетов, представленных получателями средств федерального бюджета, открывшими у него лицевые счета. Получатели средств федерального бюджета обязаны, обращаются в орган Федерального казначейства по месту своего обслуживания для установления лимита остатка кассы. Если бюджетное учреждение не представило расчет на установление лимита остатка наличных денег в кассе, лимит остатка кассы считается нулевым, а не сданная денежная наличность на конец рабочего дня – сверхлимитной.

Также кассир ведет расчеты с подотчетными лицами (рис.4). Подотчетными лицами являются работники организации, получившие авансом наличие суммы денежных средств на предстоящие административно – хозяйственные и командировочные расходы. При этом подотчетные лица должны состоять с организацией в трудовых отношениях. Как правило, список работников, имеющих право получать в кассе наличные деньги под отчет на административно-хозяйственные нужды, определяется приказом или распоряжением начальника организации.

Рисунок 4 – Авансовый отчет

Подотчетными суммами признаются денежные авансы, выдаваемые организацией из кассы под его ответственность для выполнения определенных действий по поручению организации. Такие работники это подотчетные лица. Расчеты с подотчетными лицами есть в любой организации, и охватывают такие сферы как:

– приобретение запасных частей, материалов, канцелярских товаров, оплата конвертов и приобретение почтовых марок.

– оплата ремонта оргтехники, транспортных средств.

– омандировочные расходы по территории Российской Федерации.

На все эти расходы выделяются денежные средства из кассы организации.

Денежные средства под отчет выдаются не всем работникам, а только тем, кто указан в приказе организации. Например, одни работники в соответствии с приказом руководства вправе получать денежные средства только на приобретение ГСМ, тогда как другие – на оплату всех хозяйственных расходов. Остаток аванса должен сдаваться в кассу по приходному кассовому ордеру. Если подотчетное лицо израсходовало свои денежные средства, то перерасход по авансовому отчету выдается по расходному кассовому ордеру.

Выдача денежных средств подотчетному лицу при условии полного его отчета по раннее выданному ему авансу согласно его заявления с указанием назначения аванса и срока, на который он выдается, отражается по кредиту соответствующего счета 020134610 «Выбытия средств из кассы учреждения» и дебету соответствующих счетов 020800000 «Расчеты с подотчетными лицами» (020812560, 020813560, 020821560- 020826560,

020831560, 020832560, 020834560, 020862560, 020863560, 0208891560). Счет «Расчеты с подотчетными лицами» ведется по каждому подотчетному лицу.

Учет кассовых операций важная и ответственная процедура. Все операции по приему и выдаче денежных средств требуют особого внимания к оформлению первичных бухгалтерских документов. От правильного заполнения и своевременного занесения информации в программу зависит достоверность информации организации.

Все операции по поступлению и расходованию наличных денежных средств организации учитываются в кассовой книге по типовой форме № КО-4 (код по ОКУД 0310004). Кассовая книга – учетный список для отражения движения наличных денежных средств в кассе предприятия и операций по поступлению и выдаче. Правила ведения кассовой книги установлены Порядком ведения кассовых операций юридическими лицами [4] и должны выполняться кассиром при ее заполнении. Кассовая книга является регистром аналитического учета. В конце рабочего дня кассир составляет отчет кассира (рис. 5) в 2-х экземплярах, один из которых с приходными и расходными кассовыми ордерами и приложениями передает главному бухгалтеру, а второй после его подписи главным бухгалтером оставляет его у себя. Все собранные за отчетный период отчеты кассира прошиваются в установленном порядке. Приложениями передает главному бухгалтеру, а второй после его подписи главным бухгалтером оставляет его у себя. Кассовые документы подбираются по каждому дню и скрепляются вместе с отрывной частью кассовой книги. Затем за каждый отчетный период все первичные документы сшиваются воедино нитью. На обратной стороне последнего листа на нить наклеивается небольшой квадратик бумаги, ставиться печать предприятия.

Рисунок 5 – Отчет кассира

Каждый лист кассовой книги состоит из двух равных частей: одна из них заполняется кассиром как второй экземпляр через копировальную бумагу чернилами или шариковой ручкой. Первые и вторые экземпляры листов нумеруются одинаковыми номерами. Первые остаются в кассовой книге, вторые являются отчетом кассира и до конца операций за не день отрываются. Подчистки и оговоренные исправления в кассовой книге запрещаются. Сделанные исправления заверяются подписями кассира и главного бухгалтера. Контроль за правильным ведением кассовой книги входит в обязанности главного бухгалтера.

В организации с согласия кассира и при условии обеспечения полной сохранности кассовых документов кассовая книга может вестись автоматизированным способом, при котором ее листы формируются в виде «Вкладной лист кассовой книги». Одновременно формируется «Отчет кассира». Кассир обязан проверить правильность составления указанных документов.

Важной особенностью кассовой книги является то, что она строиться единой для рублевых и валютных кассовых ордеров, при этом в кассовую книгу также попадают записи о переоценке наличных валютных средств. Если в организации ведется касса в валюте, то в листах кассовой книги остатки на начало и конец будут показаны, развернуто по каждой валюте.

На рисунке 6 представлен Журнал регистрации кассовых ордеров.

Рисунок 6 – Журнал регистрации кассовых ордеров

В соответствии с Федеральным законом от 22.05.2003 № 54-ФЗ контрольно-кассовая техника, включенная в Государственный реестр, применяется на территории РФ в обязательном порядке всеми

организациями и индивидуальными предпринимателями при осуществлении ими наличных денежных расчетов и расчетов с использованием платежных карт в случаях продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. С этим законом изменился порядок учета и документального оформления выручки от юридических лиц: выдавать чеки следует всем покупателям, в том числе юридическим лицам и индивидуальным предпринимателем. В статье 4 Закона №54–ФЗ указано, что контрольно-кассовая техника, применяемая организациями и индивидуальными предпринимателями, должна:

– быть зарегистрирована в налоговых органах по месту учета организации или индивидуального предпринимателя в качестве налогоплательщика;

– быть опломбирована, справна;

– иметь фискальную память и эксплуатироваться в фискальном режиме. [2]

Организации обязаны использовать контрольно-кассовую техникупри наличных денежных расчетах и расчетах по платежным картам при продаже товаров, выполнении работ или оказании услуг (п.1 ст. 2 Закона №54–ФЗ). С помощью контрольно-кассовой техники (далее по тексту – ККТ) контролируется полнота и своевременность отражения наличной выручки в отчетности и при исчислении налогов. ККТ не применяется в случаях установленных законом.

Кассовые аппараты должны быть зарегистрированы в налоговой по месту учета организации в качестве налогоплательщика, а также состоять на техническом обслуживании в специализированных центрах. На территории РФ разрешается использовать только те виды ККТ, которые включены в Государственный реестр ККТ. После регистрации владелец ККТ получает в налоговой инспекции регистрационную карточку, причем день получения этой карточки считается первым днем эксплуатации ККТ. С завода-изготовителя ККТ поступает к пользователю в нефискальном режиме. Фискальный режим обеспечивает регистрацию сведений о работе ККТ в фискальной памяти. В процессе фискализации налоговый инспектор вводит такие реквизиты, как заводской номер ККТ, регистрационный номер ККТ, идентификационный номер налогоплательщика то есть ИНН, дату проведения фискализации, пароль доступа к ККТ. После этого фискальный режим уже нельзя отключить.С кассиром-операционистом, работающим на ККТ обязательно должен быть заключен договор о полной индивидуальной материальной ответственности.

При осуществлении кассовых операций с использованием ККТ в обязательном порядке оформляются первичные документы по унифицированным формам, утвержденным Постановлением Госкомстата РФ от 25.12.1998 № 132 [5]:

– № КМ-1 «Акт о переводе показаний суммирующих денежных

счетчиков на нули и регистрации контрольных счетчиков контрольно-кассовой машины»;

– № КМ-2 «Акт о снятии показаний контрольных и суммирующих денежных счетчиков при сдаче контрольно-кассовой машины в ремонт и при возвращении ее в организацию»;

– № КМ-3 «Акт о возврате денежных сумм покупателям (клиентам) по неиспользованным кассовым чекам;

– № КМ-4 «Журнал кассира-операциониста»;

– № КМ-5 «Журнал регистрации показателей суммирующих денежных и контрольных счетчиков контрольно-кассовых машин, работающих без кассира-операциониста»;

– № КМ-6 «Справка – отчет кассира –операциониста»;

– № КМ-7 «Сведения о показаниях счетчиков контрольно-кассовых машин и выручке организации»;

– № КМ-8 «Журнал учета вызовов технических специалистов и регистрации выполненных работ»;

– № КМ-9 «Акт о проверке наличных денежных средств кассы».

К каждой контрольно-кассовой машине ведут журнал кассира–операциониста. По каждой контрольно-кассовой машине в журнале отражаются суммы полученных и выданных наличных денег. Журнал кассира-операциониста служит контрольно-регистрационным документом показаний счетчиков. Листы журнала нумеруются, шнуруются и скрепляются подписями начальника и главного бухгалтера организации, печатью, а также подписью налогового инспектора. Ежедневно кассир-операционист оформляет справку-отчет (форма КМ–6) о показаниях счетчиков контрольно-кассовой машины и выручке за рабочий день. Справка-отчет сдается вместе с выручкой по приходному ордеру старшему кассиру или руководителю организации. По показаниям суммирующих денежных счетчиков на начало, и конец рабочего дня выводится сумма выручки за день. Из выручки вычитаются возвращенные клиентам суммы по неиспользованным кассовым чекам. Заведующие отделами заверяют данную сумму своим подписями. В отчете проставляют подписи старший кассир и руководитель в подтверждение приема и оприходования денег по кассе. На основании данного отчета старшим кассиром оформляется сводный отчет «Сведения о показаниях счетчиков контрольно-кассовых машин и выручке организации» (форма № КМ–7). На отчете проставляют подписи руководитель и старший кассир организации.

Допускаемые к использованию на территории РФ модели контрольно-кассовых машин определяется Государственной межведомственной экспертной комиссией по контрольно-кассовым машинам, и вносятся в Государственный реестр контрольно-кассовых машин, используемых на территории РФ. Информация о допускаемых к использованию на территории

РФ моделях контрольно-кассовых машин публикуется в печати.

За продажу товаров, выполнение работ либо оказание услуг без применения в установленных законом случаях контрольно-кассовых машин на организации налагается штраф от 30000 до 40000 руб., а на должностных лиц, то есть директора и бухгалтера или кассира, 3000 до 4000 руб. на каждого.

При применении контрольно кассовой техники нужно внимательно относиться к наличию пломб. В случае если на ККМ отсутствует пломба ЦТО, обслуживающего фирму, то фирму привлекают к ответственности за корректировку фискальной памяти.

Есть кассовый аппарат – вы обязаны обеспечить наличие мелких денежных средств на сдачу. Если кассир не сможет выдать полную сумму сдачи, то фирму привлекут за то, что время, указанное в выданном кассовом чеке, не совпадает с фактическим.

Если кассир выдал сумму, которая меньше стоимости продаваемого товара, то на организацию налагается штраф.

В ОВО по ГО Саранск-филиал ФГКУ ОВО МВД по Республике Мордовия установлен «Клиент-Банк», по модемной связи учреждение имеет возможность отправить платежные поручения, получить выписку. Денежные средства списываются со счета в течении 1-2 дней, поэтому нет необходимости каждый день ездить в банк с платежными документами и забирать выписки.

В заключении отметим, что изучение кассовых операций помогает выявить обеспеченность организации собственными оборотными средствами, состояние расчетных отношений, финансовую стабильность организации.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О персональных данных» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2015) URL: http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW;n=178749#0 (дата обращения: 21.10.2016)

2. Федеральный закон от 22.05.2003 № 54-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа» URL: http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=200962#0 (дата обращения: 21.10.2016)

3. Приказ Минфина России от 01.12.2010 № 157н (ред. от 01.03.2016) «Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению» URL: http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW;n=196065#0

(дата обращения: 21.10.2016)
4. Указание Банка России от 11.03.2014 № 3210-У (ред. от 03.02.2015) «О порядке ведения кассовых операций юридическими лицами и упрощенном порядке ведения кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства» URL: http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=175737#0 (дата обращения: 21.10.2016)
5. Альбом унифицированных форм первичной учетной документации по учету денежных расчетов с населением при осуществлении торговых операций с применением контрольно - кассовых машин (формы утверждены Постановлением Госкомстата РФ от 25.12.1998 № 132) URL: http://www.consultant.ru/cons/cgi/ online.cgi?req=doc;base=LAW;n=24274#0 (дата обращения: 21.10.2016)

Степченко М.Е.
студент 3 курса
факультет Финансы и Кредит
Захарян А.В., к.э.н.
доцент
факультет Финансы и кредит
Кубанский Государственный Аграрный
Университет им. Трубилина И.Т.
Российская Федерация, г. Краснодар

САНКЦИИ КАК СПОСОБ СТИМУЛИРОВАНИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА

Аннотация : Проблема развития аграрного сектора экономики в условиях кризиса и санкций привела к изменениям позиции аграрной политики и сельскохозяйственных отраслях России. Поддержание государством малого бизнеса в аграрном секторе и другие пути выхода из «санкционной блокады».

Ключевые слова: импорт, аграрная политика, санкции, аграрный сектор, налоговая льгота.

Abstract: The problem of development of agrarian sector of the economy in crisis and sanctions has led to changes in the position of agricultural policy and agricultural sectors of Russia. Maintaining a state of small business in the agriculture sector and other ways out "of sanctions blockade."

Keywords: import, agricultural policy, the sanctions, the agricultural sector, the tax benefit.

Аграрной отрасли в Российской Федерации, в настоящее время, уделяется огромная роль. Ведь от степени развития данной сферы зависит продовольственная обеспеченность страны, а также ее и продовольственная независимость и здоровье нации. К сожалению, за последние годы Россия является зависима от продовольственного импорта. Этот фактор не может не

отражаться на показателях развития отечественной сельскохозяйственной отрасли в целом. Ведь дешевый импорт лишает аграриев в получении дохода, сокращает долю на рынках сбыта продовольствия и снижает уровень конкурентоспособности местной сельхозпродукции.

Несмотря на все эти негативные события происходящие в отечественном сельхозпроизводстве, Россия издавна считается аграрной страной, поэтому вопросу формирования и сущности агарной политики отводится особое место.

Следует отметить, что с переходом России к рыночным отношениям, изменились методологические подходы к определению сущности аграрной политики. С начала 90-х гг. с точки зрения научного развития и в практической реализации происходили преобразования аграрной политики, впрочем, как во всей стране в целом. Менялись позиция аграрной политики и сельскохозяйственной отрасли, структура финансирования сельского хозяйства, однако кардинальных изменений в части повышении конкурентоспособности отечественного сельхозпроизводства и самоокупаемости отрасли не произошло.

В связи с этим, в российские рынки хлынул приток импортного тавра, более дешевого, чем производство отечественного продукта. Таким образом, Россия добровольно загнала себя в продовольственную зависимость от иностранных государств. Поддержка отечественных аграриев сократилась, колхозы и совхозы были практически ликвидированы, в результате чего сбор зерна уменьшился в двое, дотационная и субсидированная политика направленная на поддержку мелкого и среднего предпринимательства проводилась неэффективно, большинство земель перешло в холдинги.

Все эти факторы вели Россию в продовольственную яму, в результате чего, введённые в 2014 году санкции нанесли сильнейший удар по аграрной сфере страны.

Начало «санкционной войны», выявило все проблемы аграрной политики накопившееся на протяжении нескольких десятилетий, заставило нас как в научном, так и в практическом отношении задуматься о новом подходе к пониманию сущности аграрной политики с учетом новых вызовов на экономическом и политическом пространстве.

Можно сказать, что введённые против России санкции послужили своеобразным импульсом в развитии агропромышленного комплекса. Экономика страны была поставлена в экстремальное положение требующее немедленных решений для выхода из сложнейшей ситуации.

В частности, нужно было решить вопрос о торговых партнерах России, ведь до недавнего времени основным торговым партнером выступал Евросоюз. Товарооборот со странами ЕС составлял около 370 млрд. долларов, но в связи с эмбарго, введённым с 1 августа 2014 года, Президентом РФ В.В. Путиным был подписан указ «О запрете импорта сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия из стран, которые

применили санкции против России». Данный указ существенно повлиял на динамику экспорта и импорта России.

Введенные ответные санкции привели к потере рынка сбыта продовольственной продукции странами ЕС. Данную проблему удалось решить при помощи смены торговых партнеров с Европы на Азию и Латинскую Америку.

Что же касаемо поддержке и развития отечественного производителя, Премьер-министром РФ Дмитрием Медведевым было подписано постановление, согласно которому в 2016 году на финансирование программ по поддержке сельского хозяйства в стране будет выделено 237 млрд рублей.

Одной из таких программ является получение начинающим фермерам гранта. Министерство сельского хозяйства с 2013 года реализует программу, целями которой являются повышение доходности производителей сельскохозяйственной продукции и кооперации. В рамках этой программы разработана подпрограмма поддержке начинающих производителей сельхоз продукции. Начинающий фермер может получить от государства безвозмездно грант или единовременную выплату на развитие собственного дела в области сельского хозяйства. Размер гранта может достигать полутра миллионов рублей, а разовая выплата на обустройство – 250 тысяч рублей. Субсидирование грантов проводится федерацией, но в каждом регионе действует собственная программа поддержке фермеров, в рамках которой могут быть предусмотрены дополнительные выплаты.

Данная программа является отличным подспорьем для начинающих фермеров и не мало важным ее преимуществом является сравнительно простая доступность, главное предоставить все необходимые документы и отчитываться об использовании средств на указанные в договоре цели.

Как известно, любая болезнь находит и поражает наиболее уязвимые участки тела человека, такая же ситуация обстоит и с введенными против России санкциями. Наибольший удар пришелся на одни из самых отстающих сфер Агропромышленного комплекса животноводство и молочное производство. Несмотря на то, что отечественный рынок мяса и мясных продуктов является самым крупным и динамично развивающимся сегментом продовольственного рынка, однако его объем значительно меньше объема потребления. Нехватка собственных продуктов животноводства вынуждает привлекать импортную продукцию, что сокращает конкурентоспособность отечественных товаров. Что же касаемо молочного производства, то в этом направлении имеются еще более серьезные проблемы, здесь зависимость от импорта значительно выше, при том, что Россия является одной из наиболее перспективных стран с точки зрения потребления молочной продукции, которое увеличивается в среднем на 9,1% в год.

Для исправления столь пугающего положения в данных сегментах продовольственного производства, Министром сельского хозяйства

Александром Ткачевым, в рамках программы поддержке Агропромышленного комплекса, в 2016 году по регионам России будет направленно финансирование в размере 31,3 млрд. рублей. А именно, 25,8 млрд рублей на инвестиционные кредиты в животноводстве, 5,5 млрд рублей в области мясного скотоводства. Что же касаемо молочного производства, то в 2016 году на субсидирование производства молока в Краснодарском крае будет выделено 910 млн рублей. Данные программы направлены на стимулирование производства в молочной и мясной промышленности, привлечение большего числа аграриев и повышения качества отечественного продовольственного производства.

Также нельзя не указать о различных налоговых льготах, введенных государством на поддержку молодых предпринимателей. Одной из таких льгот, является программа налоговых каникул, которая будет действовать в течении 2015-2020 годов. Суть ее заключается в том, что молодым предпринимателям предоставляется льгота в виде налоговой ставки 0%. Но нужно подчеркнуть, что данная льгота будет предоставлять только тем предпринимателям, которые находятся на «Упрощенной системе налогообложения».

В виду сложившейся экономической и политической ситуацией, введенные продовольственные санкции против России должны служить подспорьем для сельскохозяйственных предприятий и прочих аграриев, фирм и просто молодых предпринимателей в повышении уровня и качества отечественного производства, ведь правительство создает большое количество программ, направленных на поддержку продовольственного производства в России. Ведь кризис, это не только отрицательные последствия, но и стимулятор, позволяющий вывести экономики из застоя, переводя на новый уровень развития.

Использованные источники:

1. Герасименко О.А. Управление оборотными активами сельскохозяйственной организации в условиях кризиса/Камышан М.В., Герасименко О.А.//Потенциал современной науки. 2016. № 2 (19). С. 97-101.
2. Захарян А.В Рынок агрострахования российской Федерации или игра без правил/Ребров Е.А., Захарян А.В.//Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 128-131.
3. Захарян А.В Способы минимизации налоговой нагрузки на сельскохозяйственных товаропроизводителей/Кузнецова М.В., Захарян А.В.//Сборник статей Международной научно-практической конференции.2016. С. 39-41
4. Захарян А.В. Совершенствование финансов крестьянско-фермерского хозяйства/Одуд А.А., Захарян А.В.//Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 4-1. С. 203-205.
5. Захарян А.В. Обеспечение финансовой устойчивости предпринимательских структур в аграрном секторе -диссертация на

соискание степени кандидата экономических наук/Кубанский государственный аграрный университет. Краснодар, 2006

Стоян К.С.
студент 2 курса
Пластинкина Д.В.
студент 2 курса
направление подготовки «Экономика»
профиль «бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Хаметова А.Р., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра бух. учета и аудита
ФГБОУ ВО Оренбургский государственный аграрный университет

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ЗА 2016 ГОД

В статье рассматриваются изменения бухгалтерской отчетности за 2016 год. Рассмотрен порядок заполнения и составления бухгалтерской отчетности в 2016 году. Изменения порядка сдачи отчетности для малых предприятий. Система штрафов.

Ключевые слова: отчетность, порядок заполнения, малые предприятия, упрошенная форма.

FEATURES OF THE FINANCIAL STATEMENTS FOR 2016

The article discusses the changes of financial statements for 2016. The order of completion and preparation of financial statements in 2016. Changes in the order of delivery of reporting for small businesses. The system of fines.

Keywords: accounting, order filling, small businesses, the simplified form.

Вступил в силу новый закон «О бухгалтерском учете» №402 от 06.12.2011 года с первого января 2014 года – именно его нормами надлежит руководствоваться при оформлении отчетности в 2016 году.[4]

В состав годовой отчетности отныне пояснительная записка не вступает. Отчетом о финансовых результатах теперь будет называться отчет о прибылях и убытках.

Те организации, которые для годовой бухгалтерской отчетности 2016 года обязаны проходить аудиторскую проверку и получать заключение аудиторов, по-прежнему проходят проверку и получают заключение. Но при этом заключение теперь не будет входит в состав годовой отчетности. Можно не публиковать его в открытом доступе и не предоставлять в налоговую службу. Но в обязательном порядке в Государственный комитет статистики подается аудиторское заключение.

Также установлены новые формы бухгалтерской отчетности в 2016 году для подачи отчетов в электронном виде.

Работник, который ведет бухгалтерский учет согласно новым требованиям, имеет право предоставлять первичные учетные формы. Сами формы этих документов могут быть разработаны на предприятии и утверждены его руководителем – понятие унифицированной формы отныне упраздняется. В электронном виде могут быть оформлены первичные учетные документы. Заверены документы будут электронной цифровой подписью уполномоченного лица.

В двух экземплярах должны быть составлены формы годовой бухгалтерской отчетности в 2016 году, поскольку подаются в Государственный комитет статистики и в налоговую службу.[4]

Формы учетных документов должны быть зафиксированы в учетной политике предприятия и содержать все обязательные по закону реквизиты.

Порядок составления и заполнения бухгалтерской отчетности в 2016 году.

Практически прежним остался порядок заполнения и составления бухгалтерской отчетности в 2016 году, несмотря на некоторые изменения в бланках, названиях и требованиях к ведению бухгалтерского учета отдельных предприятий (особенно это касается предприятий малого бизнеса). Отчетность должна:

- отражать все хозяйственные операции, полученные доходы и обязательства предприятия в полной мере;
- быть в полном соответствии с данными аналитического и синтетического учетов;
- содержать достоверные, точные, существенные, целостные, последовательные данные.

При составлении бухгалтерской отчетности необходимо:

1) Провести бухгалтерский аудит (для тех предприятий, которым это требование законодательно установлено).

2) Утвердить и подписать состав отчета у руководства предприятия.

3) Подать в установленные сроки отчетность в налоговую службу и Государственный комитет статистики.

4) В случае если предприятие подпадает под требование о публичности бухгалтерской отчетности, опубликовать отчетность в открытом доступе.

Появился новый формат отчетности в электронном виде (Приказ ФНС от 31.12.2015 № АС-7-6/711).

Формы бухгалтерской отчетности, которые нужно сдавать, зависят от статуса организации.

Ограничиться упрощенной бухгалтерской отчетностью можно, если ваша организация является малым предприятием, а так же, если ваша бухгалтерская отчетность не подлежит обязательному аудиту (ст. 5 Закона от 30.12.2008 № 307-ФЗ). Это всего две формы:

- баланс;

- отчет о финансовых результатах.

Эти отчеты к тому же можно составить по упрощенной форме (утв. Приказом Минфина от 02.07.2010 № 66н). [2]

В ином случае организация должна представлять:

- баланс;
- отчет о финансовых результатах;
- отчет об изменениях капитала;
- отчет о движении денежных средств;
- пояснения.

По формам, утвержденным Минфином отчеты и приложения к ним можно составить (Приказ Минфина от 02.07.2010 № 66н). [3] Исключать какие-либо статьи нельзя но, формы можно дополнять строками.

Оштрафовать организацию можно на 200 рублей за каждую не представленную в срок форму ИФНС (ст. 126 НК РФ). [1] К примеру, организации которые представляют урезанный комплект отчетности вместо обычного, грозит штраф в 600 рублей , а руководителя такой организации могут оштрафовать на сумму от 300 до 500 руб. (ст. 15.6 КоАП РФ). [2]

В органы Росстата кроме бухгалтерской отчетности нужно дополнительно представить аудиторское заключение, если организация подлежит обязательному аудиту.

Изменение отчетности в 2016 году, прежде всего, приведут к увеличению загруженности работников ИП и ООО – бухгалтеров. Если бухучет ведется самостоятельно, то и самих ИП. Даже с учетом автоматизации, работа достаточно трудоемкая с составлением множества отчетов, а с 1 апреля 2016 года , объем работы увеличится. Возможно, в некоторые ООО и ИП придется ввести доплату к зарплате своих бухгалтеров.

Дороже, возможно, могут стать услуги специальных сторонних организаций, которые ведут учет и отчетность для некоторых фирм и предпринимателей, которые отдали бухгалтерию на аутсорсинг, то есть у них нет штатных бухгалтеров. В случае если ООО и ИП сдали не вовремя (опоздали) или предоставили ошибочные данные на работников или не сдали отчет , им придется заплатить 5% от общей суммы начисленных страховых взносов за три последних месяца отчетного периода (квартал, полугодие или год).

Сумма штрафа может оказаться значительной, для предприятий с большой численностью работников. Штраф в этом случае назначается судебным решением – пенсионный фонд должен добиваться этого в суде. Это касается квартальных отчетов: за первый квартал, за полугодие, за девять месяцев и за год. За нарушение ежемесячной отчетности в ПФР с 2016 года (вписали неправильные данные, опоздали или не сдали вообще,) предусмотрена дополнительная ответственность: 500 рублей за каждого работника. Взыскивается штраф также – через суд.

Использованные источники:
1. Налоговый Кодекс Российской Федирации http://www.nalkod.ru/
2. Кодекс об Административных Правонарушениях РФ 2016 http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/
3. Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти http://www.jurizdat.ru/editions/official/bnafoiv/archive_list.htm
4. Законы Российской Федерации http://dogovor-urist.ru
5. Богаченко В.М. Бухгалтерский учет: учебник для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / В.М Богаченко, Н.А. Кириллова.-14-е изд., перераб. и доп. -Ростов н/Д: Феникс, 2014.-461с.

Судакова М.М.
магистрант 2 курса
Экономический факультет
Новосибирский Экономический
Университет Экономики и Управления
Россия, г. Новосибирск

РОЛЬ ДОСТОВЕРНОСТИ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ КОМПАНИЕЙ

Статья посвящена теоретическим аспектам и вопросам выявления и систематизации современных требований формирования и оценке достоверности бухгалтерской отчетности. Акцентируется внимание на значимости достоверности бухгалтерской отчетности для разных групп пользователей. В статье рассматриваются виды искажений, ошибки, присущие бухгалтерской отчетности и индикаторы их выявления.

Ключевые слова (достоверность отчетности, бухгалтерские ошибки, манипулирование, вуалирование, фальсификация).

В современном мире понятие достоверности бухгалтерской отчетности является наиболее значимым, поскольку все участники рынка, такие как акционеры, инвесторы, банкиры, заинтересованы в надежности получаемой информации, поступающей от компании. Публикуемая отчетность должна качественно и в полной мере отражать финансовое состояние организации.

Существует достаточное количество разработанных процедур контроля достоверности информации, однако, проблема адекватной оценки отчетности на данный момент полностью не решена. Довольно часто на международных экономических форумах идет обсуждение данной проблемы, отмечается высокая значимость и заинтересованность бизнес-сообщества в реформировании системы бухгалтерского учета и аудита с целью минимизации манипуляций с финансовыми документами.

Стоит отметить, что в российской практике пока не существует детально описанных аналитических процедур и, как следствие, комплексного подхода к выявлению ошибок в бухгалтерской отчетности.

Поэтому возникает первостепенная задача в теоретико-методическом изучении самого процесса появления искажений и ошибок в бухгалтерской отчетности, а соответственно и путей их выявления. Основная цель данных мероприятий заключается в минимизации фактического наличия ошибок и устранения самих предпосылок манипуляций при составлении отчетности российскими хозяйствующими субъектами.

Вопросы, затрагивающие бухгалтерскую отчетность компании, стоят на передовых местах, ведь бухгалтерская отчетность – это практически единственный официально доступный источник информации о деятельности организации для различных групп пользователей [1].

Согласно Положению по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99) бухгалтерская отчетность должна давать достоверное и полное представление о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении.

Первая и немаловажная задача – это четкое понимание дефиниции «достоверность» отчетности.

Анализируя данную категорию с позиции анализа Международных стандартов финансовой отчетности и российских стандартов учет, фундаментальных принципов различных школ учета, можно заметить, что в российских нормативных документах нет четкой регламентации принципа достоверности отчетности.

В таблице 1 представлены нормативные документы с выделением в них понятия достоверности финансовой отчетности.

Таблица 1 – Достоверность в МСФО и российских законодательных актах

МСФО и нормативные документы РФ	**Положения, касающиеся достоверности**	**Определение достоверности**
1	2	3
Международные стандарты финансовой отчетности	В результате последовательного применения качественных характеристик информации и при условии соответствия бухгалтерским стандартам обеспечивается достоверное и объективное представление отчетности	Достоверной считается информация, если она не содержит существенных ошибок и искажений и является беспристрастной.
Концепция бухгалтерского учета в рыночной экономике России	Согласно, п. 6.3. Информация надежна, если она не содержит существенных ошибок. 6.3.1. Чтобы быть надежной, информация должна объективно отражать факты хозяйственной деятельности, к	Достоверность информации приравнивается к понятию надежности. Информация, не содержащая ошибок, считается достоверной.

	которым она фактически или предположительно относится. 6.3.2. Факты хозяйственной деятельности должны отражаться в бухгалтерском учете исходя не столько из их правовой формы, сколько из их экономического содержания и условий хозяйствования.	
Приказ Минфина РФ от 29.07.1998 N 34н (ред. от 24.12.2010) "Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации"	Согласно п.32, Бухгалтерская отчетность должна давать достоверное и полное представление об имущественном и финансовом положении организации, о его изменениях, а также финансовых результатах ее деятельности.	
Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" (ПБУ 4/99)"	Согласно п.6, Бухгалтерская отчетность должна давать достоверное и полное представление о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении. Если при составлении бухгалтерской отчетности	Достоверной и полной считается бухгалтерская отчетность, сформированная исходя из правил, установленных нормативными актами по бухгалтерскому учету.

1	2	3
	исходя из правил настоящего Положения организацией выявляется недостаточность данных для формирования полного представления о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении, то в бухгалтерскую отчетность организация включает соответствующие дополнительные показатели и пояснения. Если при составлении бухгалтерской отчетности применение правил настоящего Положения не	

	позволяет сформировать достоверное и полное представление о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении, то организация в исключительных случаях (например, национализация имущества) может допустить отступление от этих правил.	
Перечень Терминов и определений, используемых в правилах (стандартах) аудиторской деятельности, одобренных Комиссией по аудиторской деятельности при Президенте Российской Федерации	Мнение аудитора о достоверности бухгалтерской отчетности должно выражать оценку аудиторской организацией соответствия этой отчетности во всех существенных отношениях нормативным актам, регулирующим порядок ведения бухгалтерского учета и подготовки бухгалтерской отчетности в Российской Федерации.	Достоверность отчетности - такая степень точности данных бухгалтерской отчетности, которая позволяет компетентному пользователю делать на ее основе правильные выводы о результатах деятельности экономических субъектов и принимать основанные на этих выводах решения.

1	2	3
Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 23.05.2016) "О бухгалтерском учете"	Согласно Ст. 13, П. 1.: Бухгалтерская (финансовая) отчетность должна давать <u>достоверное</u> представление о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, необходимое пользователям этой отчетности для принятия экономических решений. Бухгалтерская (финансовая) отчетность должна составляться на основе данных, содержащихся в регистрах бухгалтерского учета, а также информации, определенной	

	федеральными и отраслевыми стандартами.	

Интересен и тот факт, что ни основной нормативный документ, регулирующий бухгалтерский учет в Российской Федерации - Федеральный закон "О бухгалтерском учете", ни "Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности", принятом на основе закона "О бухгалтерском учете", не дает конкретного определения достоверности, а лишь отражает необходимость формирования и представления полной и достоверной информации о деятельности организации и ее имущественном положении,

Так же в соответствии с нормами бухгалтерского учета (ПБУ 4/99) достоверной и полной считается бухгалтерская отчетность, которая сформирована исходя из правил, установленных нормативными актами по бухгалтерскому учету. Далее по тексту статьи содержится противоречащее этому определению положение, которое указывает на возможность отступления от правил при составлении отчетности в случае, если применение правил не позволяет сформировать достоверное и полное представление о финансовом положении организации.

В таблице 2 систематизированы и представлены основные положения подходов к определению понятия достоверности финансовой отчетности.

Таблица 2 - Подходы определения достоверности финансовой отчетности

Признак	**Подход к определению понятия достоверности**	
	Нормативно-регулируемый подход	**Подход на профессиональном суждении**
Сфера применения	В странах с континентальной учетной системой	В странах с англо-американской системой учета
Способ регулирования	Бухгалтерский учет, формы отчетности строго унифицированы государством	Бухгалтерский учет регулируется профессиональными организациями, не имеет жестких регулирующих учет правил
Категории пользователей	Направлен на удовлетворение информационных потребностей государства и банков	Пользователи отчетности – реальные и потенциальные инвесторы
Доминирующая отчетная форма	Баланс	Отчет о финансовых результатах
Объект учета	Основное внимание уделяется реальной оценке активов	Основное внимание направлено на реальное отражение финансового результата
Содержание достоверности	Достоверность бухгалтерской отчетности определяется как ее соответствие нормативным документам	Достоверность отчетности определяется как соответствие представляемых данных объективной реальности [4]

Вторая немаловажная задача – это понимание сущности ошибки в бухгалтерской отчетности, способность ее обнаружения.

Существенная ошибка – ошибка, которая в отдельности или вместе с другими ошибками за тот же период может повлиять на экономические решения пользователей, принимаемые ими на основе бухгалтерской отчетности этого периода.

Можно выделить два основных метода манипуляций с отчетностью, которые ведут к ошибкам и искажению последней: вуалирование и фальсификация отчетности.

Фальсификация выступает более сложным, серьезным, малоизученным методом искажения данных с целью введения в заблуждение ее пользователей, либо для сокрытия факта хищения материальных ценностей. Данный вид мошенничества подразумевает умышленное искажение или сокрытие информации в бухгалтерской отчетности и может осуществляться как руководством компании, так и конкретными сотрудниками.

Проблема фальсификации финансовой отчетности освещалась в трудах таких ученых, как Н.А. Блатова, Н.С. Аринушкина, Р.Я. Вейцмана.

Для каждой компании немаловажным аспектом является привлекательность ее экономического положения и, как говорил британский журналист, экономический обозреватель Йэн Гриффитс еще в 1986 году, - практически каждая стремится приукрасить свои финансовые показатели. Именно поэтому цифры, которые скармливаются инвесторам, изменяются бухгалтерами до неузнаваемости.

Данная манипуляция выступает элементом «креативного учета», под которым следует понимать совокупность всех приемов и методов воздействия на финансовые показатели для оказания воздействия на принятие решений пользователями бухгалтерской информации. «Самая изысканная уловка со времен Троянского коня» - так Йэн Гриффитс охарактеризовал это направление в учете. Таким образом, по своей значимости проблема, сравниваемая с продуманным и хитрым обманом в Трое, носит глобальный характер.

Говоря о вуалирование отчетности, как о методе воздействия на достоверность информации, можно отметить, что это более мягкий метод по сравнению с фальсификацией, но не менее серьезный. В данном случае отчетность соответствует установленным правилам, но необъективно отражает финансовое положение организации. Это искажение данных при соблюдении требований, установленных нормативными актами по бухгалтерскому учету.

Становится очевидным, что отличие вышеуказанных методов лишь в соответствии установленным требованиям. А по своей сути оба метода мошенничества ведут к негативным последствиям, таким как значительное снижение качества и целостности подготовки отчетности, подрыву доверия со стороны инвесторов к надежности информации, ослаблению

функционирования компании и как следствие к банкротству и экономическим потерям.

Распознать недобросовестные замыслы компаний довольно трудно, однако следует обращать внимание на ряд сомнительных, нехарактерных операций для экономического субъекта. Необходимо обращать внимание на индикаторы, сигналы наличия искажения финансовой отчетности. Такими могут выступать: неоправданное увеличение выручки без соответствующего увеличения денежных поступлений; объемные нетипичные транзакции; необъяснимое увеличение стоимости активов; получение отрицательных операционных денежных потоков, с одновременным увеличением прибыли; многочисленные пояснения и корректировки в учетной политике и частое изменение организационной структуры.

Проблема оценки достоверности информации освещается многими современными авторами. Хмелев С.А., Горюнов А.Г. в статье «Обеспечение надежности и достоверности бухгалтерской отчетности предприятия в условиях кризиса» рассматривают достоверность отчетности, акцентируя внимание на законодательных аспектах составления отчетности. Алексеев А.М. в своей работе «Опыты оценки отчетности российских предприятий с помощью индекса манипулирования. Современные финансовые отношения: проблемы и перспективы развития» разрабатывает индекс манипулирования для оценки данных [2].

Анализ теоретико-методических подходов к выявлению преднамеренного искажения отчетности в международной практике указывает на следующие наиболее популярные методики: закон Бенфорда; система показателей Бениша; анализ расхождения денежного потока и операционной прибыли. Однако использование приведенных выше методов по отдельности не принесет точного результата, так как любая система показателей, коэффициентов характеризует деятельность предприятия с одной стороны. Наиболее результативным и эффективным для выявления и профилактики мошенничества в отчетности предприятий будет выступать комплексное применение указанных методик, их комбинация, дополнение.

Использованные источники:

1.Карзаева Н.Н. Обеспечение достоверности показателей бухгалтерской о тчетности [Текст] / Н.Н. Карзаева // Бухгалтерский учет. - 2011. - № 1 2. - С. 15-20.

2. Алексеев М.А. Опыты оценки отчетности российских предприятий с помощью индекса манипулирования. Современные финансовые отношения: проблемы и перспективы развития. Изд-во СГУПСа, 2015.

3. Алексеев М.А. О проблемах применения показателя манипулирования к финансовой отчетности российских предприятий. Вестник НГУЭУ, 2016.

4.Дзюба С.А. Корпоративная отчетность: в поисках качественного источ ника данных [Текст] / Дзюба С.А. // Менеджмент в России и за рубеж ом. -2014.- № 2.

5.Рабинович А.М. Спорные вопросы составления бухгалтерской отчетнос ти [Текст] / А.М. Рабинович // Бухгалтерский учет. - 2011. - № 8. -С. 92 -97.
6. Марченкова И.Н. Бухгалтерская отчетность как основной источник информации для детализированной оценки финансового состояния хозяйствующего субъекта / И.Н. Марченкова // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 320.

Сухинин С.А., к.пед.н.
доцент
кафедра экономической теории и предпринимательства
Донской государственный технический университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО ТУРИЗМА КАК АЛЬТЕРНАТИВНОГО НАПРАВЛЕНИЯ ЭТНОЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ[108]

В статье рассматриваются потенциал и перспективы развития аграрного (сельского) туризма в Республике Северного Осетия-Алания. Указываются возможности разработки и реализации агротуров в республике, анализируются проблемы сельского туризма. Предлагается система мероприятий, направленных на развитие сельского туризма в регионе.

Ключевые слова: сельский туризм, рекреанты, Республика Северная Осетия-Алания, агротуризм, тур, аттрактор, дестинация, турпакет.

Sukhinin S.A., PhD, Associate Professor, Department of economic theory and entrepreneurship, Don State Technical University, Russia, Rostov-on-Don

PRIORITIES OF RURAL TOURISM AS AN ALTERNATIVE DIRECTION IN ETHNOECONOMIC OF REPUBLIC OF NORTH OSSETIA

This article discusses the potential and prospects of development of the agricultural (rural) tourism in the Republic of North Ossetia-Alania. Include opportunities for developing and implementation of tours in rural areas of the Republic of North Ossetia, analyzed the problem of rural tourism. The author proposes a set of measures aimed at the development of rural tourism in the region.

Keywords: rural tourism, recreants, Republic of North Ossetia-Alania, agrotourism, tour, attractor, destination, tour package.

Сельский (агарный) туризм является одним из актуальных и модных направлений развития сферы туризма как в РФ, так и в зарубежных странах. Этот вид рекреации представляет собой отдых на базе фермерского

[108] Исследование выполнено в рамках проекта № 15-02-00200 РГНФ

хозяйства или приусадебного участка в частном секторе, связанный с приобщением рекреантов к сельскому образу жизни и аграрному производству. Специфика аграрного туризма, в отличие от аренды сельского дома и простого отдыха в загородной местности, заключается в том, что все заботы о своих гостях – организацию проживания, питания, досуга, обслуживание – берет на себя принимающая семья [4]. Главное в сельском туризме – это не просто общение с природой, но и знакомство с функционированием целой инфраструктуры, которая включает в себя традиционные для сельской местности виды производств – от выращивания сельскохозяйственных культур или уборки урожая, до пастьбы скота и переработки собранной продукции.

Сельский туризм – достаточно молодое туристическое направление в России. В настоящее время он пока еще не получил широкого распространения среди соотечественников, однако рост интереса к нему обусловлен небольшими затратами в реализации эксклюзивных по содержанию туров и близостью к природе по сравнению с другими видами отдыха [5]. К тому же сельский туризм имеет существенные положительные эффекты воздействия на всю экономику региона, поскольку способствует сокращению безработицы путем создания новых рабочих мест зачастую в депрессивной по уровню развития сельской местности, росту доходов и повышению жизненного уровня сельских жителей при относительно небольших финансовых затратах, активизирует благоустройство усадеб и сел, развитие инженерной и социальной инфраструктуры, стимулирует малое предпринимательство в сельской местности, расширяет ассортимент продукции приусадебных хозяйств, дает возможности ее реализации на месте.

Преимущества аграрного туризма проявляются в том, что он обычно не требует значительных инвестиций и использует преимущественно частные источники финансирования, а капиталовложения быстро окупаются. К тому же вовлечение туристов в культурно-бытовую деятельность в сельской местности и посещение ими местных достопримечательностей стимулирует реализацию мероприятий, связанных с охраной объектов культурного и природного наследия, сохранение местных обычаев, фольклора, народных промыслов сельских жителей, способствует повышению культурно-познавательного уровня сельского населения.

Территория Северного Кавказа обладает существенным потенциалом для развития сельского туризма. До настоящего времени в большинстве республик Кавказа преобладает сельское население, которое занято традиционными для региона видами аграрного производства – выращиванием зерновых культур, садоводством и виноградарством, горно-пастбищным животноводством, а также ремеслами. Знакомство с традиционными сельскохозяйственными видами деятельности возможно совмещать с посещением многочисленных природных и культурно-

исторических аттракторов, которыми изобилует регион. Так, объектами туристического показа на территории республик Кавказа являются горные и предгорные зоны, привлекающие своей красотой и первозданной чистотой природы. Здесь обилие нетронутых человеком местностей, чарующих пейзажей, целебный умеренно-континентальный климат, большое количество солнечных дней в году, многочисленные источники минеральных вод и лечебных грязей.

Развитие агротуризма является одним из приоритетных направлений и в Республике Северная Осетия-Алания. После закрытия реализации проекта обустройства горнолыжного курорта Мамисон, в связи с отсутствием необходимых средств, реальной альтернативой привлечения туристов в республику может стать именно сельский туризм [5]. Наиболее потенциально пригодными для этого являются Цейское и Дигорское ущелья [5].

Позитивные сдвиги в развитии внутреннего въездного туризма наблюдается в Северной Осетии ежегодно. Так, по данным официальной статистики, в 2014 году республику с туристическими целями посетила 183 тысяча гостей, в 2015 г. – уже 204 тысячи человек, а на 2016 год плановая цифра составляет 240 тысяч человек [2]. С целью активизации внутреннего туризма в Северной Осетии создан первый собственный туроператор «Казбек-тур», деятельность которого направлена на разработку и реализацию местного конкурентоспособного турпродукта в виде посещения территории республики для российских и зарубежных туристов [2]. Одним из направлений деятельности этого туроператора является продвижение на местном и региональном рынке туров в сельскую местность, по ознакомлению туристов со спецификой сельского образа жизни в республике. Для этого имеются благоприятные условия, а горная изоляция, обусловленная спецификой географического положения Северной Осетии в самом «сердце» Кавказа, способствовала сохранению почти в неизменном виде быта осетинского народы и формированию его древней культуры [3, с. 305].

В рамках разрабатываемых туров гости будут проживать в гостевом доме фермера, участвовать в огородных работах, ухаживать вместе с хозяевами за скотиной, ходить на прогулки в сельской местности, а также собирать ягоды и целебные травы в лесу и на полях. Неотъемлемым компонентом сельского туризма является знакомство с осетинской национальной кухней. Особые климатические условия Южной Осетии позволяют выращивать экологически чистые продукты, на основе которых изготавливаются уникальные осетинские напитки и блюда по древним рецептам. К примеру, изготовленное осетинское пиво из продуктов, выращенных на территории региона с использованием местных родниковых вод, обладает уникальным вкусом и имеет огромное преимущество перед напитком, приготовленным по аналогичному рецепту, но на основе

продуктов и воды другой местности. Так же неотъемлемой частью осетинской кухни являются осетинские пироги, основу которых составляет осетинский сыр. Благодаря зеленым лугам, находящимся на территории республики, из молока полученного осетинскими фермерами получается уникальный сычужный сыр оригинального вкуса.

Помимо приготовления осетинского пива и сыра в осетинских семьях принято изготавливать вино, различные настойки на основе целебных трав и ягод, собранных в лесу, домашнюю пастилу, ткемали, аджику, цахтон (маринованные листья перца) и многое другое, что может заинтересовать сельского туриста. Отдых в сельской местности планируется сочетать с культурно-познавательными экскурсиями в древние монастыри и церкви, к памятникам истории и археологии, водопадам, минеральным источникам, в заповедные местности.

Однако развитие сельского туризма в Северной Осетии сталкивается и с определенными сложностями. Основным сдерживающим фактором развития туризма в республике являются инфраструктурные проблемы – неразвитость транспортных сообщений, низкое качество автомобильных дорог; малоразвитость объектов быстрого питания; низкая конкурентоспособность фонда размещения в связи с отсутствием сети гостиниц туристского класса, в том числе малых гостиниц, сельских гостевых домов, микрогостиниц, туристических баз. Существующая материальная база туризма практически полностью нуждается в реконструкции, не созданы условия, стимулирующие приток в отрасль инвестиций, ощущается дефицит квалифицированных специалистов.

В то же время со стороны республиканских властей предпринимаются усилия для превращения аграрного туризма в эффективное направление, способствующее обеспечению самозанятости населения в сельской местности, налаживанию активного притока туристов, привлечения их колоритом природы, этнографии и традиционными видами хозяйственной деятельности. В частности, с целью активизации сельского туризма в Республике в 2000-е годы был реализован проект Программы ООН «Развитие агротуризма в Республике Северная Осетия-Алания» [1, с. 127]. Его результатом стало создание Республиканского центра развития экологического и сельского туризма, который призван консультировать сельских жителей, желающих принимать в своих домах туристов, реализовывать мероприятия по популяризации экологического и сельского туризма среди сельского населения, а также оказывать помощь в обустройстве гостевых комнат и домов, организации досуга туристов, составлении базы данных домовладений, готовых принять у себя туристов и обеспечить их безопасность, юридическом оформлении услуг, налогообложении и других организационных и практических вопросах [1, с. 127-128]. Результатом деятельности в этом направление стало формирование в республике сети минигостиниц и гостевых домов в горной местности,

готовых принимать у себя туристов. При этом каждая принимающая туристов семья оказывает и дополнительные услуги, такие как пешие, конные и автомобильные экскурсии и походы, рыбалка, мастер-классы по приготовлению осетинских пирогов, сыра, осетинского пива и многие другие [1, с. 128].

Для дальнейшего совершенствования развития сельского туризма в регионе можно представить следующие рекомендации:

I. Организационные мероприятия:

1. Изучение опыта европейских стран и других регионов России в сельском туризме для применения лучших, позитивных и эффективных моделей на практике.

2. Разработать конкретные программы агротуров в отдельные районы республики, в том числе в формате тура выходного дня.

3. Расширить географию агротуризма в республике, определить «пилотные» сельские населенные пункты для реализации агротуров в различных районах республики.

4. Дополнить основной турпакет элементами культурно-познавательного туризма. Например, водить туристов в двухдневные походы в окрестностях сел и на экскурсии в соседние населенные пункты.

5. Повысить уровень профессиональной подготовки гидов, осуществляющих координацию агротуров в республике.

6. Усилить сотрудничество с местными фермерами путем распространения информации о сельском туризме, как эффективном источнике дохода.

7. Разработать и предложить сельским жителям, готовым принимать гостей на летне-осенний период, взаимовыгодные условия сотрудничества.

8. Разработать программу обучения фермеров работе с туристами.

II. Задачи по продвижению сельского турпродукта:

1. Организовать ознакомительные туры для привлечения потенциальных партнеров-турагентств из соседних регионов в дестинацию, чтобы иметь более полное представление о возможностях размещения туристов, объектах туристического показа, наличия условий реализации агротуров.

2. Организовать рекламу сельских туров в республику с целью привлечения потенциальных клиентов для данного вида туризма. Реклама должна раскрывать особенности сельского туризма для широкой аудитории туристов, ранее не знакомой с данным направлением отдыха.

3. Подготовить видеоматериалы и представительские буклеты для туристов. Они должны реалистично и правдиво показывать турпродукт, отражать возможные виды отдыха, показывать фрагменты работ на приусадебных участках (сбор урожая, уход за скотиной), производственные процессы (производство домашнего сыра, пива, вина и сбор меда), средства размещения, привлекательность природных ресурсов данного региона.

III. Задачи по технической организации тура:

1. Модернизировать официальный сайт Комитета туризму Республики Северная Осетия и разместить на нем информацию о предлагаемых турах сельской и природной направленности [6].

2. Опубликовать на сайте всю необходимую информацию по организации сельского туризма в Северной Осетии.

3. Распространить рекламу на дружественных сайтах осетинских диаспор в регионах и городах за пределами республики.

Вышеизложенные рекомендации по совершенствованию сельского туризма в Республике Северная Осетия помогут разработать новые туры, расширить привычный сельский турпакет, дополнив его элементами культурно-познавательного туризма, а так же позволят привлечь больше туристов и потенциальных партнеров. Для успешной реализации указанных направлений необходимо привлечение компетентных специалистов в сфере организации и управления туризмом, информационных технологий по продвижению местного турпродукта, а так же финансовых вложений на организацию ознакомительных туров в сельскую местность республики, на рекламу сельского вида туризма, на оплату работы сотрудников. В этом случае аграрный туризм может стать реальной альтернативой развития сельской местной республики, будет способствовать снижению ее депрессивного состояния и позволит повысить поступление доходов в бюджет.

Использованные источники:

1. Волик М.В., Кануков Н.Т. Агротуризм в Республике Северная Осетия-Алания // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. №11-1. С. 126-130.

2. Гагиева Я. Сейчас самое время для въездного туризма // Северная Осетия. Республиканская ежедневная газета. 23.11.2015 – доступно с http://sevosetia.ru/news_full/Ekonomika/Sejchas-samoe-vremya-dlya-vezdnogo-turizma/

3. Дудаева З.С. Перспективы развития агротуризма в горных районах Северного Кавказа (на примере Республики Северная Осетия-Алания) // Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К. Л. Хетагурова. Общественные науки. 2014. № 3. С. 304-306.

4. Семиглазова В.А. Оценка развития сельского туризма в российских регионах // Экономика и социум. 2015. № 1-4. С. 564-569.

5. Сухинин С.А. Перспективы развития туризма в регионах Юга России // Развитие регионов в XXI веке: Материалы I Международной научной конференции. Часть II. / Под редакцией В.Г. Созанова. Владикавказ: ИПЦ СОГУ, 2013. С. 308-311.

6. Туризм в Осетии / Комитетом Республики Северная Осетия-Алания по туризму. Официальный сайт – доступно с http://ossetiatourism.ru/

Табаева К.И.
магистрант, 2 курс
факультет «Управление человеческими ресурсами»
Байкальский государственный университет
Россия, г. Иркутск

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ЗАРУБЕЖНЫХ КОМПАНИЯХ

Зарубежные компании отличаются своими методами управления персоналом. В результате в экономике появились три вида рынка труда: японский, американский и шведский. В каждой стране сложилась свои концепция управления персоналом и расстановка приоритетов. Соответственно, это влияет и на производительность в целом страны.

Американская модель ставит целью для любого трудоспособного человека конкуренцию. Конкуренция – это соперничество в какой-либо области с целью получения выгоды. Именно, стремление получение дохода и или другой выгоды, по мнению американских руководителей, способствует развитию и проявлению различных профессиональных качеств работников. Тогда встает вопрос, а что же американские руководители предлагают в качестве выгоды, кроме материальной выплаты. Здесь достаточно большой список и очень интересный, основанный на исследованиях различных знаменитых психологов.

Все направления повышения мотивации носят социальный характер и позволяют работнику самореализоваться как личности.

Одним из интересных методов – это предоставление льготного графика работы. В России это называется социальный пакет и россияне просто без этого жить не могут. А американские предприятия требуют от работников заслужить это и еще привилегию системы «банка нерабочих дней», где работник может накопить нерабочие дни и использовать их по своему усмотрению.

Хотелось бы отметить такой способ мотивации, как поощрение работников посредством различных подарков и возможности оплаты части кредита или медицинской страховки со стороны предприятия. По сравнению с российскими ценами стоимость медицинских страховок в США очень высокая, но она покрывает все расходы лечения в достаточно квалифицированных учреждениях.

Часто американские работодатели используют горизонтальные или вертикальные вознаграждения. Горизонтальные вознаграждения подразумевают изменения в организации рабочего места. Здесь может быть и внедрение инновационной оснастки или современной техники. Вертикальное же вознаграждение включает в себя приглашение сотрудников на различные мероприятия с участием самого руководителя. Это могут быть и как интересные высокооплачиваемые проекты, также просто участие в лекциях известных университетов.

Шведская модель характеризуется высокой социальной

защищенностью трудового коллектива, то, что отдано на откуп работодателю, здесь считается социальной гарантией.

Например, самым актуальным вопросом в России считает декретный отпуск. В России может и отец, и мать находиться в отпуске. Сегодня этот опыт становится популярным, так как порой женщина приносит в семью больше дохода. А вот в Швеции правительство издало закон, на основании которого мать и отец по очереди находятся в декретном отпуске. При этом отец не имеет право отказаться и должен в свою очередь приступить к своим обязанностям на два месяца.

Другим стимулирующим мероприятием в шведской модели является поощрение со стороны государства за способность привлечь и мотивировать как можно больше талантливых и напористых работников. Здесь государство проявляет лично интерес к занятости высококвалифицированных специалистов и активно их использовать в общественном труде. Вот именно поэтому на современном этапе развития экономики Швеция входит в список лидеров по производству инновационных товаров и технологий.

Существует в Швеции и в других странах Западной Европы закон об обязательном участии работников в Советах директоров предприятий с правом голоса, при этом, участвовать могут работники, которых выбрал непосредственно производственный коллектив. Представитель имеет право высказывать предложения и комментировать вопросы социального характера. Конечно, это процесс протоколируется, подшивается и хранится соответствующим образом, да и проверяется профсоюзными организациями.

А вот в законодательстве Нидерландов указано, что посещение врача должно занимать у работника не менее двух часов. Соответственно, не сможет руководитель потребовать от работника за короткое время вернуться на работу.

Изучив основные моменты шведской модели, можно сказать, что все процессы мотивации и работников, и руководителей осуществляет непосредственно правительство. Возможно, это верное решение, так как ни одна сторона не сможет «тянуть на себя одеяло». Правительство выступает является одним большим профсоюзным объединением. Работодатель даже имеет выгоду. Содержать высококвалифицированного специалиста и еще его мотивировать, например, в России очень дорого.

Японская модель всегда славилась разумностью и проектностью в управлении персоналом. Это связано с тем, что японские работодатели ставят в приоритет бизнес и строго мотивируют работников на благо развития и повышения качества бизнеса. Работник – это настоящая рабочая сила, которая должна как можно дольше приносить доход. Именно в японской системе присутствует жесткий рационализм в отношении труда и экономии в выращивании своего трудового коллектива: ухаживать за ним, содержать его в хороших условиях. Японцы считают, что коллектив

отблагодарит его качественной работой.

Японская модель рассматривает три направления: образование, здоровье и потомство. Все эти сразу направления учитывает система пиков. Пик – это некоторое событие работника, которое либо прямо, либо косвенно влияет на положительные результаты общества. Пиками обычно являются: окончание профессионального обучения, регистрация брака, рождение детей. Возможны и другие, но эти самые стандартные. При достижении пика увеличивается оплата труда в разы, а не на пару долларов. При этом, первоначальная заработная плата работника, который пришел на предприятие без образования составляет не менее 1 000 долл. США. Потомство считается потенциальной рабочей силой, так как работник может после выхода на пенсию заменить себя.

Самым интересным моментом является то, что пенсия формируется в процессе всей трудовой деятельности и составляет двойную величину общего заработка за трудовой стаж. Но, если работник вздумает уйти в другую компанию, то он все теряет и остается без пенсии. Таким способом японские компании мотивируют людей на долговременное сотрудничество. Этот метод позволяет сформировать специализированную рабочую силу и обеспечить коммерческую тайну всему производству.

Ранее было указано, что японская система характеризуется проектностью. Это значит, что организационная структура любой компании очень подвижна, можно сказать «живая». Она меняется в зависимости от изменения производственных функций и в целом технологий.

Впервые о ротации экономисты услышали от японских руководителей. Ротация подразумевает плановое служебное перемещение или существенное изменение должностных обязанностей работника. Так решается вопрос изучения одним работником на производстве всех функциональных обязанностей внутри одной бригады. Это связано с тем, что японцы не повышают одного сотрудника, а повышают всю бригаду или весь коллектив одновременно. Таким образом, между членами производственной группы нет обид, и все они обладают нужными профессиональными знаниями для перехода на новый уровень развития.

В ряде случаев, многие решения, особенно высоко инновационные, остаются не реализованными из-за недостатка профессиональных компетенций менеджеров среднего звена организации. Таким образом, «инновационные способности» персонала должны рассматриваться не индивидуализировано, а в совокупности со всеми участниками творческого процесса. Основная роль приходится не только на обеспечение необходимых условий для создания творческого потенциала специалистов, но и на формирование сплоченного коллектива.[4]

Значит, японская модель является прародителем инновационного метода формирования квалифицированной рабочей силы для условий инновационной экономики.

Большое значение японцы придают образу жизни, а особенно питанию и отдыху. Уже известно всему миру, что в течение дня в соответствии с требованиями федерального закона все жители выполняют десятиминутную гимнастику несколько раз. При этом неважно, где застала гимнастика человека.

В результате исследования можно сделать следующий вывод, три модели рынка труда, также характеризуют и три модели управления мотивации работников.

Первая модель – американская, при которой управление мотивации основана на психологии личности и его желании самоутвердиться и самореализоваться. Все что в России считается социальной гарантией, в США используется как инструмент стимулирования мотивации.

Вторая модель – шведская. Здесь управление мотивации регулируется строго законодательством, тем самым создает условия удовлетворения потребностей спроса и предложения рабочей силы.

Третья модель – японская, строго консервативная и направлена на непосредственно формирование всех профессиональных качеств рабочей силы.

Использованные источники:

1. Аникеева О.П. Социальные инвестиции: теория и практика реализации отечественными и зарубежными компаниями // Символ науки. 2016. №5-1 (17) С.23-31.
2. Гапонова О. С. Направления использования отечественного и зарубежного опыта мотивации персонала организаций // Вестник ННГУ. 2011. №1 С.277-283.
3. Дряхов Н., Куприянов Е. Системы мотивации персонала в Западной Европе и США URL: http://www.bkg.ru/
4. Тихенькая Н. С., Лытнева Н. А. Ротация кадров как элемент формирования инновационной стратегии организации // IN SITU. 2016. №3 С.30-32.

Тихомиров И.В.
студент, 4 курс
факультет гостинично-ресторанной,
туристической и спортивной индустрии
Российский Экономический Университет им. Плеханова
Россия, г. Москва

ESTIMATION OF TAX BURDEN OF SMALL BUSINESSES IN RUSSIA

В статье рассмотрены некоторые подходы для определения налоговой нагрузки предприятия. Также предложены рекомендации по совершенствованию методики оценки налоговой нагрузки.

Ключевые слова: деньги, кредит, капитал, уклонение от платы налогов, налог, налоговая нагрузка, малый бизнес, ликвидность,

налогообложение, финансовые показатели, торговля, выручка.

The article describes several approaches to definition concerning the tax burden of the enterprise. Some recommendations on the improvement of methods of assessment of the tax burden are also mentioned.

Key words: tax burden, small business, liquidity , money, credit, taxation, financial indicators, capital , trade, revenue, tax , tax avoidance .

ESTIMATION OF TAX BURDEN OF SMALL BUSINESSES

The devaluation of the ruble, rising interest rates and liquidity problems negatively influenced the cost of production and profitability rate of small businesses. Payment of taxes and other obligatory payments at current rates and the corresponding removal of these funds from circulation decreases the opportunities for a sustainable small business. According to the results of a survey conducted in January 2015 by information Agency "RosBusinessConsulting", about 55% of respondents mentioned the tax burden as the main obstacle for business development.

Today there is no uniform approach to establishing criteria for a feasible tax burden, and ways of optimization of taxation of small enterprises operating in modern conditions, making the relevance of the topic of the article.

Many economic works [3;5;7;8;9;15] devoted to the study of the concept of the tax burden which offer different interpretations of the definition of the tax burden.Based on the analysis of scientific sources of the tax burden of enterprises we can summarize the approaches to defining this term.

The tax burden is a complex indicator that includes the number and structure of taxes and fees, procedure of their payment.

But at the same time, the tax burden is a relative indicator of the ratio between the amount of taxes paid to different financial indicators of the activity of the company.

The coefficient of the tax burden can be defined as the ratio of taxes to net revenue - gross revenue-net, value-added [5;11]. The system of these coefficients allows us to estimate the tax burden and can be used in financial planning [1;9]. However, from our point of view, for small businesses the proposed system of indicators is too extensive, and as a result can complicate the process of choosing the tax regime.

On the basis of the methodology developed by the Department of the Ministry of Finance, the tax burden is calculated as (formula No. 1) :

$$\text{TB} = \frac{\sum_{i=1}^{n} Tp}{R} * 100\%$$

where TB is the tax burden of the enterprise, %;

∑Tp - is the amount of taxes paid by enterprises.;

R – revenues from sales of products (works, services), including revenues from other sales, RUB.

The index of the tax burden, calculated in accordance with the method of

the tax policy Department of the Ministry of Finance does not take into account the share of each tax in revenue from the sale, and also we shall note that while calculating the tax burden separate figures for small businesses do not highlighted.

On the basis of the study of approaches to the assessment of the tax burden for small businesses we consider to use the Methodology developed by the Ministry of Finance[4]. To improve the accuracy of assessment of the tax burden we suggest to make the following adjustments:

• to include insurance premiums into the amount of paid taxes;

• do not take into account in the amount of taxes paid, the income tax for physical persons, for organizations, as it acts as a tax agent;

• for the enterprises of wholesale and retail trade we suggest to use the total value of the trade margin (revenues minus the cost of purchased goods).

This will increase accuracy of the calculations and to reflect the real value of taxes in total costs of the enterprise , due to the fact that the retail margin is a valuable source of payment of taxes for the enterprises applying the simplified taxation system.

Bibliographic list:

1. Приказ ФНС России от 30.05.2007 №ММ-3-06/333@)(актуализировано с учетом данных за 2014 год)
2. Верещагина Е.Ю., Полякова А.А. Подходы к классификации затрат учреждений высшего профессионального образования // Вестник ТвГУ. - 2014. - №2. – С. 191-203.
3. Виноградская Н.А. Очерет А.Ю. Формирование системы раннего диагностирования кризисных симптомов в управлении предприятием.//Экономика в промышленности. – 2010. – №4. – с. 47– 54.
4. Дадашев А.З. Налоги и налогообложение в Российской Федерации. Учебное пособие. - М.: Издательский Дом «Инфра-М», 2013 – 240 с.
5. Измайлова М.А. Налоговая нагрузка хозяйствующих субъектов и условия её определяющие //Universum: Экономика и юриспруденция : электрон. научн. журн. 2015. № 8(19). URL: http://7universum.com/ru/economy/archive/item/2473
6. Косов М.Е. Крамаренко Л.А. Эриашвили Н.Д. Налогообложение предпринимательской деятельности. Теория и практика. Учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА 2014
7. Лавренчук Е.Н. Налоговый анализ.//Управление экономическими системами: электронный научный журнал. № 1.2011 URL: http://uecs.ru/uecs-25-252010/item/309-2011-03-25-09-54-14 (дата обращения 28.05.2016)
8. Ларионова А. А Сравнительный анализ налоговых систем России и Германии // Международный бухгалтерский учет.-2015.-№17(359) – с. 2-16
9. Майбуров И.А., Манохина И.В. Исчисление показателей налоговой нагрузки. Учебное пособие. - Екатеринбург: ФГАОУ ВПО Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2010. – 88 с.

10. Майорова А. Н. Оценка влияния имущественного налогообложения на финансовый механизм. //Сервис в России и за рубежом. 2013. № 3 (41). С. 82-86.
11. Малис Н.И. Теория и практика налогообложения. Учебник / 2-е изд., перераб. и доп. М.: Магистр, ИНФРА-М, 2013. - 432 с.
12. Пайзулаев И.Р., Павина В.П., Черных И.А. Налоги Владимирской области. Владимир: Владимир-полиграф, 2006
13. Полякова А. А. Виды затрат вузов на оказание образовательных услуг // Ценности и интересы современного общества: сб. науч. трудов по рез. международ. науч.-практ. конф. – Москва. – 2014. – С. 322-325.
14. Полякова А. А. К вопросу о зависимости финансовой устойчивости вуза от его формы собственности // Экономика и предпринимательство. – Москва. – 2016. - №3-2 (68-2). – С. 650-653.
15. Полякова А. А. Проблемы импортозамещения в современной России // Актуальные проблемы финансово-кредитной сферы и финансового менеджмента: каф. сб. ст. – Москва. – 2015. – С. 52-57
16. Чипуренко Е. В. Налоговая нагрузка предприятия: анализ, расчет, управление. М.: Налоговый вестник, 2014. – 464 с.

Ткачева С.А.
студент магистратуры
бухгалтер склада зап.частей
ООО АФ «Приволье»
Россия, Краснодарский край, г. Славянск-на-Кубани

АНАЛИЗ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Агропромышленный комплекс – это совокупность отраслей Краснодарского края, которые обеспечивают продовольственную безопасность России и являются основой экономики края.

Краснодарский край – важнейший сельскохозяйственный регион страны. Актуальность анализа текущего состояния АПК обусловлена, прежде всего, тем, что сельское хозяйство Краснодарского края является ведущей отраслью экономики, которая диктует перспективы развития и темпы экономического роста региона[1].

Сельское хозяйство Краснодарского края специализируется в основном на выращивании растениеводческой продукции. Доля растениеводства в общей стоимости произведенной продукции в крае в 2015 году составила 72,7% (242,4 млрд руб.), доля животноводства - 27,3% (91,1 млрд руб.).

Краснодарский край занимает 1 место в РФ по производству пшеницы, кукурузы, подсолнечника, риса, сахарной свеклы, фасоли. Также регион в

числе первых по сбору ячменя, соевых бобов, овощей. Что касается животноводческой продукции, то регион занимает 3-е место по производству мяса, 4-е место по производству молока и 5-е место - по производству яиц[2].

Растениеводство Краснодарского края находится на 1-м среди регионов России месте по объему произведенной продукции в стоимостном выражении. В 2015 году этот показатель достиг 242,4 млрд руб. (9,2% от общей стоимости произведенной растениеводческой продукции в РФ).

Таблица 1 - Посевные площади сельскохозяйственных культур в хозяйствах всех категорий (тысяч гектаров)

Наименование показателя	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Вся посевная площадь	3634,4	3621,0	3600,2	3657,1	3657,7	3679,0
Зерновые	2155,4	2177,1	2165,7	2389,5	2410,6	2450,9
пшеница озимая	1309,8	1306,7	1127,7	1386,6	1397,7	1470,2
пшеница яровая	6,2	4,6	10,3	5,2	3,0	3,4
ячмень озимый	189,3	155,3	91,6	141,7	158,4	133,3
ячмень яровой	52,6	51,3	81,8	58,5	58,0	41,8
рожь озимая	0,6	1,1	0,4	0,6	0,6	0,4
кукуруза на зерно	412,5	470,4	656,7	620,7	622,1	621,5
овес	11,5	12,3	17,6	13,5	9,8	12,0
просо	2,8	1,7	1,3	0,7	1,3	0,9
гречиха	0,2	0,2	0,7	0,3	0,3	0,2
рис	133,4	135,0	133,3	126,4	130,8	134,3
зернобобовые	31,3	34,3	37,7	28,6	24,5	28,4
из них горох	30,0	33,2	36,2	25,3	21,6	27,3
Технические культуры	873,3	840,3	877,1	785,2	809,8	797,2
сахарная свекла	196,4	211,9	193,3	129,9	137,6	155,5
масличные культуры	668,4	624,2	681,5	652,9	669,8	631,7
подсолнечник	494,1	453,7	473,7	453,6	453,1	436,2
соя	140,9	132,2	173,4	153,3	166,2	167,1
рапс озимый	26,4	28,0	20,3	38,2	42,6	17,4
лен-кудряш	5,9	8,3	7,4	4,7	6,4	7,6
Картофель	137,7	140,2	140,0	129,0	127,8	131,7
картофель	59,0	59,9	59,1	56,3	56,2	56,9
овощи	65,0	65,4	66,4	62,0	63,2	65,4
бахчи продовольственные	10,8	11,6	11,1	8,9	7,2	8,1
Кормовые культуры	468,0	463,3	417,4	353,4	309,5	299,2
кукуруза на силос и зеленый корм	140,4	130,6	128,3	100,3	83,3	81,9
однолетние травы	99,8	98,5	81,7	62,7	47,7	45,8
многолетние	63,9	56,5	52,7	43,7	46,8	43,6
многолетние травы	155,9	169,4	149,3	142,5	127,2	122,7

Более подробно показатели 2015 года представлены на Рисунке 1.

Рисунок 1 – Структура посевных площадей в Краснодарском крае в 2015 году, %. Общий площадей - размер 3679,0 га.

В структуре посевных площадей региона, наибольшую долю занимает возделывание пшеницы (40,1% от всех площадей), кукурузы на зерно (16,9%), подсолнечника (11,9%), ячменя (4,8%), сои (4,5%), сахарной свеклы (4,2%), риса (3,6%).

Общие размеры посевных площадей в Краснодарском крае в 2015 году составили 3 679,0 тыс. га - 4,6% от всех посевных площадей в России. Регион находится на 5-м месте по размеру посевных площадей в РФ (после Алтайского края, Ростовской, Оренбургской и Саратовской областей), однако ввиду благоприятных природно-климатических условий, здесь наблюдается наибольшая отдача с единицы площади.

Конечно, не только размеры посевных площадей влияют на показатели сбора культур, но это фактор является одним из определяющих.

Производство сахарной свеклы в Краснодарском крае в 2015 году составило 7 174,2 тыс. тонн - 18,4% от всех сборов данной культуры в РФ.

Посевные площади сахарной свеклы в крае составили 155,5 тыс. га (15,2% от всех площадей сахарной свеклы в России).

Производство картофеля в Краснодарском крае находится на относительно низких отметках. В промышленном секторе картофелеводства (данные по сельхозорганизациям и крестьянско-фермерским хозяйствам, без учета сборов в хозяйствах населения) в 2015 году здесь собрали всего 80,5 тыс. тонн картофеля - 1,1% от общих показателей промышленного картофелеводства в РФ. Однако большая часть урожая - ранний картофель, сборы которого в крае осуществляются в конце мая - июне. Краснодарский край входит в число крупнейших регионов-производителей раннего картофеля.

Производство овощей в Краснодарском крае. Сборы овощей открытого грунта в промышленном секторе овощеводства региона в 2015 году составили 346,9 тыс. тонн - 7,6% от общего по РФ объема. Производство овощей защищенного грунта в Краснодарском крае достигло рекордных отметок - 70,3 тыс. тонн, 9,4% от общего объема.

Стоимость продукции животноводства Краснодарского края в 2015 году составила 91,1 млрд руб. Это 3,8% от общей стоимости произведенной животноводческой продукции в стране. Краснодарский край по этому показателю находится на 3-м месте (после Белгородской области и Республики Татарстан) среди всех регионов России[3].

Отрасль животноводства в Краснодарском крае занимает значимое и весомое место. Отрасль представлена мясным и молочным скотоводством, свиноводством, птицеводством. В валовом производстве продукции сельского хозяйства удельный вес продукции животноводства составляет 26 процентов[4].

Краснодарский край по производству скота и птицы на убой в живом весе по России занимает 3 место, по производству молока – 4 место, по производству яиц – 3 место.

Рассмотрим показатели животноводства в Краснодарском крае в 2010-2015 г.

Таблица 3 – Поголовье скота по виду в Краснодарском крае в 2010-2015гг

Вид скота	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Место и доля региона в 2015 году	
							Место среди регионов РФ	Доля в РФ в целом, %
Свиньи	1009,9	834,8	310,7	289,2	333,8	432,4	12	2
Крупный рогатый скот	649,1	633,5	592,4	563,3	542,9	538,0	7	2,8
В том числе коровы	258,8	255,0	241,0	225,3	218,2	217,9	8	2,6
Овцы и козы	151,5	153,9	156,1	180,0	197,1	207,6	23	0,8

В Краснодарском крае за последние несколько лет в половине муниципалитетов снизилось поголовье крупного рогатого скота.

Так, по состоянию на конец 2015 года,во всех категориях хозяйств края содержится 538,0 тыс. голов крупного рогатого скота, хотя в 1990 году это количество составляло 1,8 млн голов(2,8% от общей численности скота по РФ, 7-е место среди регионов страны). В том числе, поголовье коров составило 217,9 тыс. голов (2,6%, 8-е место).

Согласно анализу, поголовье сократилось в каждом втором районе региона. Только за последние три года число голов КРС уменьшилось в 4 раза в Новопокровском районе, в 3,8 раза в Отрадненском районе, более чем в 2 раза в Кавказском районе, в 2 раза в Крымском, Динском и Славянском районах. В 60% случаев сокращение поголовья обусловлено болезнями. Кроме того, в настоящее время вообще отсутствуют коровы в сельхозпредприятиях Апшеронского и Туапсинского районов, Геленджика, Новороссийска и Сочи.

Наиболее значимо пострадала отрасль свиноводства. Поголовье свиней во всех категориях хозяйств в Краснодарском крае по состоянию на конец 2015 года составило 432,4 тыс. голов. По отношению к 2013 году оно значительно выросло, но так и не восстановилось до показателей 2010 года, когда численность свиней составляла более 1 млн голов. Сокращение поголовья свиней в Краснодарском крае было вызвано распространением африканской чумы свиней (АЧС).

Производство свинины в Краснодарском крае во всех категориях хозяйств в 2015 году составило 72,6 тыс. тонн в живом весе (56,4 тыс. тонн в перерасчете на убойный вес). Для сравнения, в 2010 году производство свинины в Краснодарском крае составляло 234,7 тыс. тонн в живом весе (177,3 тыс. тонн в перерасчете на убойный вес). По итогам 2015 года регион находится на 14-м месте по производству свинины, доля края в общем объеме производства свинины составила 1,8%.

Производство продукции животноводства имеет большое значение в современном сельском хозяйстве. Это одна из основных задач животноводства.

В первую очередь оно направлено на удовлетворение потребностей населения в продуктах питания и создание ценной генетической базы для дальнейшего воспроизводства

Производство говядины в Краснодарском крае в 2015 году находилось на отметках в 111,8 тыс. тонн в живом весе (63,5 тыс. тонн в перерасчете на убойный вес). По итогам рассматриваемого периода доля края в общем объеме производства говядины в стране составила 3,9%. Краснодарский край находится на 4-м месте по объему производства говядины.

Производство молока в Краснодарском крае в 2015 году составило 1 328,2 тыс. тонн - 4,3% от общих по РФ объемов, 4-е место в рейтинге регионов-производителей молока.

Производство мяса птицы в Краснодарском крае в 2015 году достигло 298,3 тыс. тонн в живом весе (222,5 тыс. тонн в перерасчете на убойный вес). За 5 лет показатели выросли более чем на 65%. Доля края в общем объеме произведенного в стране мяса птицы в 2015 году составила 5,0%. Краснодарский край занимает 5-е место в рейтинге регионов-производителей мяса птицы.

Производство яиц в Краснодарском крае в 2015 году составило 1 516,7 млн штук. Это 3,6% от общих по стране объемов. Регион находится на 5-м месте по объему производства яиц.

Овцеводство и козоводство Краснодарского края. Общее поголовье овец и коз в регионе по состоянию на конец 2015 года составило 207,6 тыс. голов (23-е место среди регионов РФ), что на 37,0% превышает показатели пятилетней давности. Доля края в общей численности овец и коз по РФ в 2015 году составила 0,8%.

Производство баранины и козлятины в Краснодарском крае в 2015 году составило всего 3,3 тыс. тонн в живом весе (на уровне 1,5 тыс. тонн в перерасчете на убойный вес). Доля края в общем объеме по стране составила 0,7% (28-е место в рейтинге регионов производителей баранины и козлятины).

Сельское хозяйство Краснодарского края в 2015 году в фактических ценах обеспечило объем производства продукции на сумму в 333,6 млрд руб. (первое место по РФ).

Рисунок 3 – Производство продукции сельского хозяйства Краснодарском крае в фактических ценах в 2010-2015 гг, млрд.руб.

Доля сельского хозяйства Краснодарского края в общей стоимости произведенной в России сельскохозяйственной продукции составила более 6,6%. Производство сельскохозяйственной продукции на душу населения в фактических ценах на Кубани в 2015 году составило 60,8 тыс. руб - 11-е место среди регионов РФ (первое место принадлежит Белгородской области - 140,8 тыс. руб). В целом по России средний показатель составил 34,4 тыс.

руб.

Активно развивающееся сельское хозяйство Краснодарского края играет огромную роль для всей России, выполняя стратегическую задачу поставок продовольствия. Это один из немногих регионов, являющихся гарантом продовольственной безопасности всего многочисленного населения нашей страны. Кубань уже давно и по праву называют «жемчужиной» России, ее главной житницей и лидером в агропромышленном комплексе страны. Перспективы развития региона имеют положительные устойчивые показатели, что дает право на планирование перспектив развития региона

Использованные источники:

1. Экономика отраслей АПК./ Под ред. Минакова И.А. - М.: КолосС, 2004.
2. Коваленко Н. Я. Экономика сельского хозяйства. Курс лекций. - М.: Экмос, 1999.
3. Малыш М. Н., Смекалов В. П., Трофимов А.Г. и др. Аграрная экономика. Санкт-Петербург, 1999.
4. Попов Н. А. Экономика сельского хозяйства. - М.: Дело и сервис, 2001.

Трубачева Е.А.
магистрант 2-го года обучения
Кубанский государственный аграрный
университет имени И.Т. Трубилина
Россия, г. Краснодар

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

В эпоху развития глобализационных процессов инвестиционная деятельность регионов РФ находится в центре внимания Правительства в качестве одного из ключевых аспектов экономического развития России. Данное обстоятельство объясняется тем, что именно инвестиции в современных условиях являются важнейшим катализатором структурных сдвигов в экономике страны, средством обеспечения выхода из мирового экономического кризиса, увеличения социально-экономических показателей хозяйственной деятельности на микро- и макроуровнях и обеспечения научно-технического прогресса.

Сегодня Краснодарский край является довольно привлекательным регионом, не только для внутренних, но и для зарубежных инвесторов. Инвестиции в основной капитал с участием иностранного капитала в 2014 г. составили 693,2 млрд. руб., что на 146,9 млрд. руб. больше, чем в 2012 г. В том числе иностранных инвестиций было привлечено более 1,1 млрд. руб., в то время как в 2012 г. на 5,9 млн. руб. меньше. Однако инвестиции в основной капитал на душу населения сократились на 22,7 млрд. руб. и составили в 2014 г. 127,7 млрд. руб. Данная тенденция свидетельствует о том, что темп роста населения опережает темп роста притока инвестиций,

несмотря на рост инвестиционной активности региона [1].

Краснодарский край занимает первое место по объему инвестиционных вложений в основной капитал среди других субъектов, входящих в состав Южного федерального округа. Так, в 2014 г. размер инвестиций составил 693.2 млрд. руб., в то время как в республике Адыгея размер инвестиций составлял 16 млрд. руб. Однако в масштабах страны Краснодарский край занимает шестое место, уступив на 39,1 млрд. руб. первое место Тюменской области.

По видам экономической деятельности транспорт и связь занимают первое место по инвестиционным вложениям в основной капитал - 207,7 млрд. руб. в 2014 г. Менее перспективной отраслью по инвестиционной привлекательности среди прочих отраслей считается рыболовство – 11 млн. руб. Главными производительными силами Краснодарского края являются промышленный, строительный, сфера коммуникационных и информационных технологий, а также курортно-рекреационный, туристский и агропромышленный комплексы.

Частная форма собственности является наиболее популярной в разрезе распределения инвестиций по формам собственности. Так, на долю частной собственности приходится 56% инвестиций, в то время как на муниципальную форму всего 1,7%. Причиной этому, на наш взгляд, является эффективная инвестиционная политика Краснодарского края по привлечению внутренних и внешних инвесторов в частный сектор кубанской экономики [2].

В Краснодарском крае работает более 1000 предприятий с участием инвесторов из 70 стран мира. Уникальные проекты, реализуемые на территории Краснодарского края, представляю такие известные компании, как ООО «Бондюэль-Кубань», ОАО «Филип Моррис-Кубань», ООО «Каргилл-Юг», ОАО «Кубанский гипс-Кнауф», ООО «Нестле-Кубань», пр.

Министерство стратегического развития, инвестиций и внешнеэкономической деятельности Краснодарского края занимается проектами инвестиций и предлагает на своем сайте вниманию потенциальных инвесторов инвестиционные проекты и площадки. Краснодарский край предлагает потенциальным партнерам более 1700 инвестиционных предложений во всех сферах экономики. Их диапазон весьма широк - от масштабных инфраструктурных объектов, новых фабрик, заводов и сельхозпредприятий до курортной и жилой недвижимости.

Однако, несмотря на положительную динамику развития инвестиционной деятельности, существуют общероссийские проблемы, препятствующие нормальному функционированию инвестиционной деятельности не только в нашем регионе, но и во всей стране. Это непрозрачность таможенных и налоговых процедур, малоразвитая инвестиционная инфраструктура, низкая культура исполнения закона, бюрократические преграды, несоответствие учета и отчетности

международным стандартам, а также высокая степень коррупции среди чиновников [3].

В связи с последними событиями в отношениях России и Турции Правительство РФ нацелено на активное импортозамещение турецкой продукции, прежде всего, за счет использования кубанских земель. По этой причине на сегодняшний день самым рациональным использованием денежных средств будет их вложение в аграрно-промышленный комплекс, а инвестиционная политика, как РФ, так и Краснодарского края должна быть направлена, по нашему мнению, в первую очередь на привлечение внешних и внутренних инвесторов в данный сектор экономики.

Чтобы политика импортозамещения проводилась наиболее эффективно, необходимо разработать комплексную программу развития импортозамещения как минимум на 4—5 лет, с использованием четких механизмов и мероприятий по её осуществлению.

К таким механизмам, на наш взгляд, относятся создание благоприятного финансового климата и обеспечение стимулирования промышленного развития.

В свою очередь, создание благоприятного финансового климата будет реализовано при помощи следующих мероприятий:

- осуществления перехода Центрального банка России от «ограничительной» денежно-кредитной политики к «стимулирующей»;
- проведения монетизации экономики до уровня новых индустриальных стран (при помощи трёхкратного увеличения денежной массы);
- сокращения разрыва между номинальным и реальным курсом рубля. Необходимо установить реальный эффективный курс рубля, стабильно заниженный (не менее чем на 10%) по отношению к корзине валют основных торговых партнёров России;
- проведения политики низкого процента (при ставке кредита для инвестиций в развитии на уровне средней рентабельности предприятий 4–5% в год);
- осуществления перехода на прогрессивную шкалу НДФЛ, налогов на недвижимость, землю.

Обеспечение стимулирования промышленного развития в сложившихся экономических условиях будет реализовано благодаря:

- упрощению ведения бухгалтерской и налоговой отчётности;
- обеспечению частичного рефинансирования государством инвестиций в производство, предотвращая их нецелевое использование;
- введению ускоренной амортизации оборудования, произведённого в РФ с темпом, назначаемым самим предприятием, на сумму до 150% его стоимости;
- кардинальному снижению административного давления на бизнес (повышению персональной ответственности чиновников за

воспрепятствование предпринимательской деятельности);

- введению налогового стимулирования промышленного производства при помощи использования налогового зачета (по налогу на прибыль, имущество, землю) на 25% от стоимости купленного оборудования с возможностью отсрочки платежей, регрессивной шкалы социальных страховых платежей в зависимости от уровня производительности труда на предприятии, получения возможности субъектам бизнеса отнесения всех расходов на НИОКР на издержки производства с выводом их из-под налогообложения;

- законодательно установленному предоставлению гарантий от политических и коммерческих рисков для инвесторов.

Из всего вышесказанного следует, что в Краснодарском крае имеется мощный потенциал опережающего развития, рациональное использование которого позволит реализовать некоторые стратегические цели Правительства РФ. В свою очередь, региональная инвестиционная политика с учетом применения основных мер по повышению эффективности инвестиционной привлекательности, позволит использовать данный потенциал в нужном направлении, улучшив тем самым состояние экономики края и укрепив его место на мировой арене.

Использованные источники:

1. Климова Н.В., Ларина Н.В. Механизм формирования и развития инвестиционной привлекательности промышленных предприятий Краснодарского края // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2014. – №08(102). С.1244-1259 – IDA [article ID]: 1021408079. – Режим доступа: http://ej.kubagro.ru/2014/08/pdf/79.pdf
2. Полиди А.А. Повышение инвестиционной привлекательности региона как важнейшая государственная задача: проблемы и направления (на примере Краснодарского края)/ Полиди А.А. Романец И.И.// Научный журнал КубГАУ. - 2012.- №77(03);
3. Инвестиционная стратегия Краснодарского края до 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://investkuban.ru/strat_plan17.html.

Трубкин М.И.
магистрант
кафедра «Государственного и муниципального управления»
институт менеджмента
Оренбургский государственный университет
Россия, г. Оренбург

СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ И ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Статья посвящена сущности социального развития как управляемого

и самоуправляемого явления. Обращено внимание на противоречия социального развития различной природы. Показана взаимосвязь социальных кризисов и государственного управления, а также определена сущность государственного управления через социальное развитие. Отмечена корреляция между социальным и экономическим развитием в терминологии экономической науки.

Ключевые слов: социальное развитие, социум, социальные противоречия, интересы и потребности, государственное управление.

Trubkin M.I., graduate student of
State and municipal chair,
Institute of management,
The Orenburg State University,
Russia, Orenburg

SOCIAL DEVELOPMENT AND PUBLIC ADMINISRATION

The issue is deal with the social development entity as a driven and self-managed event. The attention turned to the different social development conflicts. The interrelation of social crises and public administration is posted, also the entity of public administration by dint of the public administration is determinated. The correlation between social and economic development is marked by dint of economic definitions.

Key words: social development, society, social conflicts, interests and needs, public administration.

Социальное развитие рассматривается традиционно как наиболее медленное, ввиду особенностей социума как такового, множества его характеристик и особенностей развития. Речь идет о различных параметрах общества – его половых, возрастных, конфессиональных, прочих факторов, которые не являются статичными, но постоянно изменяются. Развитие в общем случае означает качественное изменение неких характеристик объекта в их лучшую сторону, например, развитие личности сопровождается изменением ее представлений, навыков, переходом к более или менее автономному существованию в человеческой среде.

Социальное развитие – результат взаимодействия большой совокупности социальных процессов, основу которых составляет целенаправленная деятельность людей – субъектов этих процессов. Поясним, что взаимодействие сопровождает любую совместную деятельность людей, всегда характеризуется наличием четкой цели.

В зависимости от их активности различают две основные формы социального развития – эволюционную и революционную. Эволюция ориентирована на медленные, постепенные количественные изменения в социальной системе или ее элементах. Считается наиболее естественной и предпочтительной в научной среде, так как протекает плавно, позволяя адаптироваться к происходящим изменениям. Поясним, что именно

эволюционный путь предпочтительнее реализовывать в государственном и муниципальном управлении, так как они имеют своим объектом управления именно социум. Последнему требуется время (так называемый «переходный период») для восприятия большинства перемен, продуцируемых органами власти.

Социальное развитие многогранно и в случае эволюционного развития ориентируется на изменение если не всех, то большинства параметров социума. Целью таких изменений должно стать гармоничное взаимодействие большинства членов общества, их комфортное функционирование. В целом общественное развитие идет по восходящей, тенденция его развития – это движение к более высокой организации общественной жизни.

Отметим, что источником социального развития может стать как само общество, так и его отдельные группы, а иногда и личности.

Таким образом, социальное развитие характеризуется самовоспроизводством общественных систем и прогрессивной направленностью.

Из анализа сущности социального развития видно, что оно является результатом разрешения социальных противоречий: прогресса и регресса, старого с новым, нарождающегося с отмирающим.

Социальные противоречия – это отношения между противоположностями в любом социальном явлении, образовании или обществе в целом. Они возникают в процессе развития прежде всего социальной сферы или сферы социальных отношений, выражающих противоположные или расходящиеся тенденции этого развития. Примеры противоречий, которые могут привести к социальному развитию, представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 – Социальные противоречия

Социальные противоречия неоднозначны для общественного развития, так как порождают конфликты, которые далеко не всегда конструктивны.

Крайний случай конфликтов – кризис или кризисные явления, неблагоприятно, в большинстве случаев, сказывающихся на обществе. Следствием действий таких противоречий являются, например, забастовки различных категорий трудящихся в связи с невыплатой зарплат; неукомплектованность медицинских учреждений различными специалистами в связи с нежеланием получать невысокую заработную плату и соответствующий статус в обществе, другие сложные социальные проблемы. Чтобы их решить, необходимо или ликвидировать противоречия, или уменьшить силу их действия.

Тем не менее, социальные противоречия обусловлены разностью интересов. Интерес – это осознанная потребность, а также реальная причина социальных действий. Для защиты интересов люди объединяются в группы.

Удовлетворение потребностей того или иного субъекта рыночных отношений определяется исключительно наличием у него необходимых для этого средств и ресурсов. Логическим следствием чего является постоянный поиск ресурсов, мотивирующий на более качественное удовлетворение потребностей, что приводит нас к мысли о социальных институтах, вступление в которые дает возможность получить допуск к этим ресурсам и средствам.

Ограниченность ресурсов – основная проблема экономической теории, которая в практической деятельности государства является более масштабной и детерминирует причины невозможности одновременного и полного удовлетворения всех потребностей всех людей.

В противном случае не было бы необходимости заботиться о наилучшем, оптимальном их распределении между различными нуждами, не надо было бы экономить их, повышать эффективность их использования, устанавливать какие-либо принципы распределения потребительских товаров и услуг. Эти задачи становятся основными при реализации государственного управления и государственной политики, которая в большей степени связана с ресурсосбережением.

В настоящее время государственное управление сталкивается с целом рядом кризисов, преимущественно политического и экономического планов, разрешение (преодоление) которых становится основной задачей сохранения государства. Полагаем, что Россия является наглядным примером данной ситуации, стремясь сохранить себя как для россиян, так и для остального мира.

Социальные противоречия, считаем неизбежными, но далеко не всегда связанными с государственным управлением. Часть из них, на наш взгляд, производна от законов общественного развития, а потому является некоторым аналогом «постоянных издержек», присущих экономическому развитию. Сравнение обусловлено с ключевой ролью экономики в социальном развитии, которая очевидна, но не освобождает государство от необходимости отслеживать социальные противоречия, разрешать социальные и социально-экономические конфликты.

Таким образом, социальное развитие и государственное управление должны быть параллельными явлениями, поддерживая друг друга. В настоящее время преимущественно считают, что государственное управление социумом реализуется посредством социально-экономических программ, но оно гораздо шире, так как социум – объект государственного управления, не отделимый от него. Все государственное управление есть социальное управление и социальное развитие, поэтому так важно, чтобы они соответствовали друг другу, то есть учитывали взаимные интересы.

Труфанова Л.В.
студент 3 курса
направление «Экономика»
Зюзина Н.Н., к.э.н.
научный руководитель, доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ
Россия, г. Липецк

СКРЫТЫЙ МАРКЕТИНГ
BUZZ MARKETING

Аннотация: статья посвящена проблеме скрытого маркетинга в современном мире. Потребители устали от надоедливой рекламы на каждом шагу, поэтому маркетологи стали использовать данный вид продвижения товаров и услуг различных брендов. В настоящее время он является популярным и активно используется компаниями. В статье рассматривается само понятие «скрытый маркетинг», его достоинства и недостатки, каналы воздействия на потребителя.

Annotation: the article deals with the problem of buzz marketing today. Consumers are tired of annoying advertising everywhere, so marketers have started using this type of promotion of goods and services of different brands. Currently it is a popular type of marketing and it actively used by companies. The article discusses the concept of "buzz marketing", its advantages and disadvantages, channels of influence on the consumer.

Ключевые слова: скрытый маркетинг, маркетинг под прикрытием, тайный маркетинг, реклама, потребители.

Keywords: buzz marketing, stealth marketing, undercover marketing, advertisement, consumers.

В наше время никого уже не удивишь рекламой. Каждый день мы видим ее из различных средств массовой информации, поэтому многие устали от восприятия потока не нужных данных. Включая телевизор посмотреть любимый сериал или просто новости, обязательно начнется перерыв, и на зрителя обрушатся сообщения о том, что появился какой-либо новый продукт и его обязательно нужно купить. Большинство в этот момент предпочитают просто переключить канал и посмотреть что-то другое. В интернете ситуация еще хуже. Сайты, социальные сети: ничто не укроется от рекламы, которую многие предпочтут либо убрать, либо начнут просматривать другой пост. Маркетологи давно поняли эту ситуацию, поэтому разрабатывают все новые способы внушения потребителю необходимость приобретения товара и удовлетворения возникающих потребностей. Одним из таких приемов является скрытый маркетинг, элементы которого появились еще в XIX столетии.

Скрытый маркетинг (тайный маркетинг, «маркетинг под прикрытием») – это комплекс мероприятий, направленных на формирование устойчивого положительного имиджа бренда, товара, услуги или компании среди всех целевых аудиторий (клиенты, потребители, партнеры, сотрудники).109 Его целью является не прямая реклама определенного продукта или услуги, а не рекламное продвижение, то есть информация о новом продукте или услуге преподносится потребителю в ненавязчивой форме так, чтобы покупатель не заподозрил, что стал объектом рекламного воздействия. Задачу скрытого маркетинга составляет создание слухов, так как большинство людей

[109] Официальный сайт Свободной Энциклопедии Википедия. – https://ru.wikipedia.org

предпочитает верить именно им. В случае удачного предсказания поведения данных сообщений, тайный маркетинг производит огромный эффект: потребитель сам покупает продукт и еще рассказывает о нем своим друзьям и знакомым, тем самым инициируя начало кампании вирусного маркетинга, которая выглядит совершенно естественно.

Первым человеком, воспользовавшимся «маркетингом под прикрытием» принято считать коньячных дел мастера Николая Шустова. В 1864 году он нанял несколько десятков студентов, которые ходили по питейным заведениям в Москве и требовали «шустовский» коньяк. Если его не находилось, то молодежь учиняла скандалы и драки. Впоследствии информация об этом попадала в газеты, создавая вирусный эффект. Благодаря этому через несколько месяцев о Шустове и его коньяке знала вся столица.

Современным примером скрытого маркетинга может служить кампания фирмы «Sony Ericsson», проходившая в 2002 году. Она наняла 60 актеров для работы в 10 крупнейших городах, которые просили прохожих их сфотографировать. После согласия человека на просьбу, они давали новый телефон с камерой и между делом рассказывали, какая это удобная вещь.

Скрытый маркетинг имеет ряд преимуществ:

1) эффективность – информация о товаре кажется достоверной и правдивой;

2) оперативность – кампания довольно быстро вовлекает большое количество человек;

3) доступность – стоимость такого вида маркетинга будет значительно ниже в сравнении с другими;

4) происходит прямое воздействие на аудиторию.110

Основным отрицательным моментом тайного маркетинга является «проницательный» клиент, который понимает все уловки. Некомпетентность маркетологов приводит к потере доверия потребителей, которое в будущем придется долго возвращать.

Разберемся, как все-таки работает скрытый маркетинг, рассмотрим механизм воздействия на покупателей.

1. Отзывы на форумах и сайтах.

Многие люди перед покупкой различных товаров или оказании услуги, предпочитают читать отзывы о компании или изделии. Согласно статистике, так поступают 85% американских потребителей и 75 – 80% российских. Зайдя на форум, зачастую можно увидеть положительные, но бессодержательные отзывы, то есть вам рекомендуют товар или услугу, при этом, не сказав ни слова о недостатках, а только сухо описав достоинства. Составляющими правильного отзыва всегда являются:

- ✓ описание плюсов и минусов, акцентируя внимания на первых;

[110] Романовская, Ю.В. Скрытый маркетинг / Ю.В. Романовская, Е.В. Забабурина, Е.А. Рыбакова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2012. – Т.2. №8. – с. 143-144

- ✓ упоминание конкурентов и недостатки их продукции или услуг;
- ✓ использование эмоций, при описании;
- ✓ указание периода пользования продуктом / услугой.

2. Обзоры продуктов в социальных сетях.

Данный способ похож на отзывы на форумах или сайтах, но здесь больше просторов для маневров. То есть перед покупкой чего-либо, можно также посмотреть обзоры на него. В них, как в отзывах, рассказывают о качестве товара, но при этом не акцентируют внимание на плюсах, дабы не получить скучный пресс-релиз. Сопровождается это картинками или видео.

3. Блоги, социальные сети, фотохостинги и видеохостинги.

Данный способ является наиболее популярным и действенным. В век информационных технологий большая часть современных людей имеет аккаунты в различных социальных сетях, чтобы общаться с друзьями и знакомыми. При распространении информации через них, обычно не воспринимается как реклама, поэтому данное пространство одно из самых подходящих мест для скрытого маркетинга.

Аккаунты в фотохостингах и видеохостингах обычно заводятся для того, чтобы «следить» за знаменитостями, поэтому зачастую к ним обращаются компании с целью продвижения своего товара. Звезды как бы невзначай публикуют фотографии с каким-то продуктом или рассказывают о нем в видео, описывают его положительные и отрицательные стороны и советуют его приобрести, но не настаивают. Здесь срабатывает эффект авторитетности популярных людей: если он / она этим пользуются, значит и я должен это попробовать.

Авторитетные блоггеры на данный момент начинают практически приравниваться к звездам, поэтому их блоги также являются отличным местом для скрытой рекламы. Сотрудничая с ними, можно создать положительное мнение о компании, бренде, продукте, услуге. Блоггер может опубликовать материал, который был предоставлен заказчиком, или же он действительно тестирует товар и, убедившись в его качестве, бескорыстно размещает информацию.

Основным элементом скрытого маркетинга через лидера мнений (звезд, блоггеров) является выражение своего опыта использования продукта. При этом используются такие выражения, как «Я пользуюсь», «Я рекомендую», «Я приобрел».111 Особенностью такого маркетинга зачастую является вирусный эффект.

При выборе лидера мнения компаниям стоит обратить внимание на следующие аспекты:

- охват – число пользователей, которые подписаны на блог, новости, фото и видео. Чем больше подписчиков, тем больше людей узнает о продукте;

[111] Официальный сайт компании Socialair. – http://socialair.ru

- соответствие тематике – необходимо сопоставлять направление блоггера и тему рекламируемого товара. Рассказ о новом продукте косметике будет довольно странно выглядеть от автора-мужчины, который обычно рассказывает о машинах или актином отдыхе;

В вопросе ценообразования стоит учитывать не только охват, но и популярность лидера мнения. Обычно чем популярней человек, тем дороже обойдется компании реклама, однако, как отмечалось выше, на практике существуют бесплатные размещения информации о продукте после его непосредственного тестирования.

На данный момент существует множество сайтов и компаний, которые помогут в продвижении товара, осуществят его скрытое рекламирование. Многие из них активно сотрудничают с популярными социальными сетями, поэтому не стоит безоговорочно верить всему, что видите в СМИ или слышите от друзей. Может оказаться, что вы попадетесь на удочку ушлых маркетологов и приобретете товар, который вам совершенно не нужен.

В заключение хотелось бы отметить, что любой скрытый маркетинг – это сложная работа, которая под силу не каждому, хотя некоторые утверждают, что сегодня любой может заработать на тайной рекламе. Важно, чтобы любой отзыв или упоминание о товаре, услуге, компании выглядел максимально естественно. Проблемой маркетинга под прикрытием является то, что в настоящее время он слишком активно развивается и появляется, чуть ли не на каждом шагу в Интернете и в реальной жизни. Пока потребители предпочитают «закрывать глаза» на это, но в скором времени стоит ожидать, что и от этого вида рекламы все будут быстро уставать, поэтому маркетологам придется придумать что-то новое.

Использованные источники:

1. Зюзина Н.Н. Маркетинговые коммуникации. Учебное пособие // Зюзина Н.Н. – Липецк, ЛКИ. – 2012. – 65 с. 5.
2. Юдин О.И. Поведение потребителей и вирусный маркетинг // О.И. Юдин, Н.Н. Зюзина // Экономика и управление: сб.науч. статей Всеросс. науч.-практ. конф. – Тамбов-Липецк, Изд-во Першина Р.В. – 2011. – 15 с.
3. Романовская, Ю.В. Скрытый маркетинг / Ю.В. Романовская, Е.В. Забабурина, Е.А. Рыбакова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2012. – Т.2. №8. – с. 143-144
4. Официальный сайт компании Socialair. – http://socialair.ru
5. Официальный сайт Свободной Энциклопедии Википедия. – https://ru.wikipedia.org

Федоров В.К.
студент 4 курса
факультет «Экономики»
Россия, г. Уфа

СОЦИАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ДОСУГА МОЛОДЕЖИ

В статье раскрывается понятие и структура участия государства, субъекта Российской Федерации и муниципалитета в процессе социализации подростков и детей в обществе. В последствии делаются выводы, о ключевых факторах и векторах развития соцаильноориентиованной политики государства.

The article reveals the concept and structure of state involvement, the subject of the Russian Federation and of the municipality in the process of socialization of adolescents and children in society. Later draws conclusions about key factors and vectors of development of socialnormative policy.

Молодёжь является одним из основных ресурсов общества. Важным нюансом жизнедеятельности молодых людей является досуг, так как конкретно в данной сфере современная молодая поросль владеет возможность самореализации, свободы деяния средством выбора места и времени для его проведения. Растущий интерес к социологическому изучению досуга молодых людей обуславливается тем, что на данном шаге становления российского сообщества проистекают изменения содержания и текстуры досуга перед действием социокультурных трансформаций, произошедших в стране(появления новых информационных технологий, новых видов развлечений ,смены ценностных ориентиров молодежи, развития социальной инфраструктуры,). Объектом исследования статьи является молодежь, как будущий актив государства. Предметом исследования являются факторы и социальные механизмы организации досуга молодежи и процессы, связанные с досуговой жизнедеятельностью данной социальной группы. Гипотезой научной работы является необходимость развития и модернизации текущей молодежной политики, конкретно системизация и структурирования нормативно-правовой базы.

Досуг - это деятельность ради развлечения, отдыха, саморазвития, самообразования, самосовершенствования или достижения каких-либо иных целей по собственному выбору, а не по материальной необходимости. Досуг позволяет формировать духовные и физические качества, обуславливаемые социальными потребностями молодежи. Именно эта часть свободного времени молодых людей определяет из культурное и духовно развития, на котором в свою очередь основывается физическое состояния человека в целом. Молодые люди как развивающая и впитывающая в себя знания ячейка общества представляет собой ничто иное, как основа следующего этапа развития государства и общества. Досуговая составляющая времяпрепровождения определяет образ жизни молодого поколения. Социально-экономический и территориальный факторы являются ключевыми условиями, оказывающими влияние на досуговое поведение молодежи. Досуг оказывает значительное влияние на процесс социализации молодого поколения.

Федеральный и муниципальный уровни государственной молодежной

политики характеризуются существенно большой организационной и функциональной неопределенностью. Это обустловленно отсутсвием федерального закона о молодежы. Сейчас молодежную политику курирует Министерство спорта Российской Федерации, Департамент государственной политики в сфере воспитания детей и молодёжи, Федеральное агентство по делам молодежи. Так же одним из наиболее авторитетных органов исполнительной власти в области молодежной политики задающий вектор её развития Комитет Государственной Думы по физической культуре, спорту и делам молодежи. Такой разноплановый набор ведомств сказывается на муниипальных образованиях, которые являются заключительным подотчетным звеном реализации молодежной политики. Зачастую структурные подразделения ответственные за реализацию молодежной политики в сфере досуга молодежы находятся в разном ведомственном подчинении и действуют автономно в соответствии со составленном планом мероприятий. В законе о «Об общих принципах орагнизации МСУ в РФ» нет и упоминания о молодежной политики. Поэтому организация досуга молодежы является самостоятельная область деятельности муниципальных образований.

На сегодняшний день разделяется два вида досуга активный и пассивный. Активный представляет собой функиональные как физические, так и умственные занятия, различными видами деятельности игрой, пением, конструированием, спортивными занятиями и т. д. К пассивными видам времяпрепровождения можно считать, когда человек выступает в виде пассивного зрителя, «потребителя» культурных ценности, ярким примером является телевиденье, инмнформационные технологии, развитие сферы компьютерных развлечений, появление и стремительное развитие социальных сетей и т.п.

Также выделяются организованные и неорганизованные формы досуга. К области организованного досуга относятся молодежные и подростковые общественные организации, социальные досуговые центры, дома культуры клубы, секции, различные кружки (художественные, спортивные, музыкальные, театральные и т.д.). К организованным формам досуга также относятся мероприятия, организованные учебными заведениями, в которых обучается молодежь, а также мероприятия, организованные органами государственной и муниципальной власти в рамках реализации молодежной политики (конкурсы, массовые спортивные мероприятия, митинги, шествия, встречи и т.п.). Специализированные организации, занимающиеся досугом молодежи, содействуют вовлечению молодого поколения в новые социальные отношения, их социализации, их творческой и духовной самореализации, помогают семье в воспитании подрастающего поколения, содействуют профилактике девиантного поведения среди несовершеннолетних.

Основной формой организации досуга являются такие учреждения как

спортивные школы и подростковые клубы, которые имеют более развитую и разностороннюю специфики времяпрепровождения молодых людей, чем узкоспециализированные спортивные школы. Подростковые клубы основывают свою деятельность на собственном уставе и представляют собой сеть учреждений разноотрослевого развития детей и подростков. В большей степени это так называемые «кружки», как пения, танцы, рисования, художественной лепки, туризма и походного дела, физического развития. Это хорошая стартовая и бесплатная ступень дошкольного начального образования, развития мелкой моторики и творческой инициативы. Таким образом только плотное сотрудничество всех учреждений в обязаности которых входит работа с молодежью обеспечит должную защиту морального и физического здоровья молодого поколения. Дети и подростки, как никто другой находятся в группе риска завладения их умами непорядочными учениями и не должным поведением в обществе. Именно в молодом возрасте самостоятельно складывается мировоззрение на основе окружающих субъектов общества и ситуаций в нем.

Кроме принадлежности к санкционированному коллективу (молодежному, творческому) молодой человек часто делается членом стихийной группы, которая появляется более или менее внезапно и функционирует за пределами педагогического и родительского контроля и управления. Как правило, группы в учебных заведениях или другие молодежные группы, созданные такими социальными институтами как учебные заведения, органы государственной и муниципальной власти, культурно-досуговые учреждения и публичные организации, часто никак не становятся для молодых людей приоритетными. В взаимосвязи с этим, есть неорганизованный досуг, который считается стихийным образованием групп молодых людей, соединенных сообразно какому-или признаку (подобные досуговые предпочтения, ценности и интересы). Не всегда эти образования являются недопустимыми, но и не всегда имеют верное русло развития. Как минимум таким сообществам допустимы такие персона, которая будет координировать их деятельность, если это необходимо. Самыми яркими примерами недолжного развития таких групп является статистика детского и подросткового травматизма, а что еще хуже статистика преступлений среди подростков.

Крупная часть экспертов отмечает, что молодежь показывает слабенький энтузиазм к досуговым мероприятиям, организуемым органами местного самоуправления и органами государственной власти региона, которые часто носят формальный характер. Сопоставляя данные эти с плодами опроса, проведенного среди молодежи, можно изготовить вывод, что мероприятия, организованные органами местного самоуправления для молодых людей расходятся с досуговыми предпочтениями молодежи.

Исследование показало, что существующая нормативно-правовая база в области молодежной политики, является недостаточной, следует принять

закон «О молодежи» как на федеральном, так и на региональном уровне. Следует расширить законодательство, уделяя внимание социальной организации досуга молодежи. Но при формирования данного законопроекта следует учитвать мнение молодёжи так же оставить место для самостоятельного решения молодого поколения и векторах развития молодежной политики в сфере досуга, куда бы по их мнению было бы интересно ходить в свободной от учебы и домашних забот время.

Использованные источники:

1. Социальная организация досуга молодежи : регионально-муниципальный аспект : автореферат диссертации по социологии, специальность ВАК РФ 22.00.04 / автореферат, 2010 – Саранск, - 87 с.
2. Азарова Р.Н. Педагогическая модель организации досуга обучающейся молодежи // Педагогика. 2005. - №1
3. Ханнанова Т.Р.- Мир и политика. 2013. № 2 (77). С. 4.
4. Гарифуллина Э.Ф., Ханнанова Т.Р. РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ [Текст]: Гарифуллина Э.Ф., Ханнанова Т.Р. - Право и политика. 2012. № 9. С. 1565-1571.
5. Гарифуллина А.Ф. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН)[Текст]: Гарифуллина А.Ф.- диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук / Башкирский государственный университет. Уфа, 2011
6. Галиева Г.А., Гималтдинова А.А., Шапошникова Р.Р. К ВОПРОСУ ОБ УЧАСТИИ ПЧЕЛОВОДОВ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПКАХ [Текст]: Галиева Г.А., Гималтдинова А.А., Шапошникова Р.Р.- В сборнике: Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. 2015. С. 44-46.
7. Ханнанов Р.А., Шапошникова Р.Р. ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУДЕБНОЙ ВЛАСТИ [Текст]: Ханнанов Р.А., Шапошникова Р.Р.- Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. 2013. Т. 3. № 4 (04). С. 86-88.
8. Старикова А.С., Валиева А.Р. ПРОБЛЕМА МОЛОДЕЖНОЙ ЗАНЯТОСТИ [Текст]: Старикова А.С., Валиева А.Р.- В сборнике: Молодежная политика и общественное развитие в России и ее регионах Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Учреждение Российской академии наук, Институт социально-экономических исследований Уфимского научного центра. Уфа, 2009. С. 122-125.

Федоров В.Е.
студент 2 курса

институт Экономики и управления
Овчинникова И.В.
научный руководитель
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово

РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА В РОССИИ

Рыночная экономика – система, которая основывается на частной собственности, свободном выборе и конкуренции. Главную роль играют личные интересы потребителей и производителей. Роль правительства ограничена.

Модель рыночной экономики гарантирует свободу потребительского выбора. В свою очередь свобода производителя подразумевает в себе распределения ресурсов, отталкиваясь от личных интересов. Производитель может сам организовывать процесс производства. Производитель сам решает, где, как, кому, сколько, по какой цене и сколько производить и реализовывать свою продукцию.

После периода существования плановой экономики в конце двадцатого века начался переход к рыночной экономике. Этот переход был обусловлен необходимостью выхода национальной экономики из кризиса.

Плановая экономика была не способна обеспечить активный экономический рост и по этому ее необходимо было менять. Изменение национальной экономики повлекло за собой изменение политической, государственной и социальной системы.

- Полное контролирование экономики государством.
- Плановая экономика существенно ослабило экономическую активность населения
- Доминирование военно-промышленного комплекса значительно снижало значение легкой промышленности, а также отраслей, которые непосредственно оказывали влияние на качество жизни населения
- Отсутствие конкурентной способности товаров на уровне мировой экономики
- Наличие теневой экономики

С целью формирования естественного рынка, на начальном этапе реформ недоставало многих предпосылок. Из-за чего появлялись значительные отличия и противоречия между «идеальным» рыночным хозяйством. Старые финансовые возможности, которые включали в себя качество изготавливаемой продукции, квалификацию рабочей мощи и технику, оказались уязвимой составляющей финансовой основы.

Для России подбор курса, который нацелен на переход к рыночной экономике, считается значимым шагом. Однако при этом, в имеющихся реалиях, нельзя слепо копировать хоть какой из имеющихся форм развитой рыночной экономики. Означает, что нужно сформировать подобную форму,

которая благополучно впишется в сформировавшуюся ситуацию и, в окончательном счете, приведет к высочайшим показателям финансового подъема.

Общественно-финансовые стратегии формирования, которые ранее принимались на муниципальном уровне, в современных обстоятельствах оказались не особо нужными, даже несмотря на то, что специалистами вносились предложения. Это происходит вследствие того, что очевидных причин вернуться к социалистическому прошлому нет, а капитал возможно привлечь исключительно вещественными стимулами и выгодами. Таким образом, не достаточно использовать только общественно-политическую свободу, нужно обладать способностью реализовывать это в жизнь.

Подведем небольшой итог, что форма финансового подъема России иссякла, никак не взирая на то, что за минувшие 10 лет оно существенно увеличилось. Это обусловливается значительно высокими тарифами на черное золото и перспективой применения производственных мощностей. В случае того, что всё это будет продолжаться, тогда Россия сможет выступать только в роли поставщика сырья. Появляется проблема «как продвинуться в будущем?» Это главная проблема для современной России. Понятно, что разрешение данной проблемы под силу только государству в целом, однако, в соответствии с моделью рыночной экономики, его функции и возможности не имеют шансов увеличиваться.

В заключение можно сказать, что на настоящий период политика финансового формирования страны не сформирована, зато есть определенные утверждения, которые могут послужить причиной к значимой модернизации. Одно из подобных утверждения – потребность в формировании науки и изобретательства, что в будущем приведёт к возникновению новых открытий и инноваций, которые станут необходимы целому обществу. Но для подобного академического прорыва необходимо оборудование и материалы, а также высококвалифицированные работники. Отталкиваясь от этого, можно говорить о том, что без форсированного наращивания промышленного потенциала и без восстановления собственного производства данную проблему разрешить невозможно.

Использованные источники:

1. Князев Ю. Перспективы российской экономики: шанс на ускорение. // Общество и экономика. — 2014 г., № 2-3
2. Папава В.О некроэкрономоческом постиндустриализме. // Общество и экономика. — 2014 г.
3. Экономика и общество в процессе формирования рыночных отношений/ Под ред. Юферевой Е.В. - М., 2014.

Фетюхин В.И.
студент 3 курса
факультет управления

Труфанов С.А., к.э.н.
преподаватель
кафедра «Теории и технологий в менеджменте»
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ НА БИРЖЕВЫХ РЫНКАХ КАК КОМПЕТЕНЦИЯ ЧАСТНОГО ИНВЕСТОРА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

В статье рассматривается стратегия управления финансовыми ресурсами для частного инвестора. Проводится сравнение популярных инвестиционных инструментов в России и США. Предлагается проверенная временем методика пассивного инвестирования, полностью адаптированная под российский рынок.

Ключевые слова: управление, инвестиции, инвестор, биржа, финансы, компетенция, трейдинг, финансовый менеджмент, биржевой рынок, управление денежными ресурсами

Vadim I Fetyukhin
student
3 grade, faculty of Management
Southern Federal University
Russia, Rostov-on-Don
Stanislav A Trufanov, PhD in Economics,
lecturer of the department “Theory and technologies in management”
Southern Federal University
Russia, Rostov-on-Don

MANAGEMENT OF FINANCIAL RESOURCES IN THE STOCK EXCHANGE MARKETS IS THE COMPETENCY OF A PRIVATE INVESTOR AND ENTREPRENEUR

In article the strategy of management of financial resources for the private investor is considered. Comparison of popular investment tools in Russia and the USA is carried out. The technique of passive investment checked by time, completely adapted under the Russian market is offered.

Keywords: management, investments, investor, stock exchange, finance, competency, trading, financial management, stock market, money resources management

Финансовые рынки в XX и начале XXI века служили объектом внимания миллионов людей. Их привлекала возможность заработать относительно «лёгкие» деньги, играя на бирже. Эта игра по сути мало чем отличалась от игры в казино, поэтому 99% игроков в долгосрочной перспективе проигрывали свои финансовые средства. Но были и те, кто зарабатывал денежные средства на бирже. Это инвесторы, которые

управляют своими финансами, распределяя их и преумножая в долгосрочной перспективе, а также так называемые трейдеры, которые профессионально спекулируют на рынке, посвящая этому весь рабочий день. Важно отметить, что всего лишь около 1-5% спекулянтов более-менее стабильно преумножают деньги на бирже. Вышесказанное не означает, что только избранные могут иметь доход с финансовых рынков. Данная возможность доступна каждому. Вопрос в том, какой подход человек избирает для себя в трейдинге. Важными аспектами в данном контексте являются развитие соответствующей компетенции и решение противоречия, возникающего как следствие российской ментальности, недоверия к современным инструментам управления, включая те, которые пришли к нам из западных стран [1]. Следовательно, данная проблема лежит также и в плоскости формирования и развития частными инвесторами и предпринимателями узконаправленной компетенции «управление финансовыми средствами» в рамках таких общих компетенций, как «управление процессами», «нацеленность на результат» и «самосовершенствование» [2]. Достаточно прогрессивным современным методом развития подобных компетенций является «управление знаниями» (так называемый, «Knowledge Management»), которое применяется в отношении предпринимательских структур [3].

Из нашего личного наблюдения мы сделали вывод, что люди, вышедшие на пенсию в США, живут лучше в материальном плане, чем их ровесники в России. Нельзя сказать, что всё дело в разнице уровня жизни между этими странами. Средняя пенсия в США в 2015 г. составляла 1 335,97 $. Эта сумма только на первый взгляд кажется большой. На самом деле, её хватит только на еду, лекарства и оплату коммунальных услуг. Но большинство взрослых американцев ни в чем себе не отказывают: они покупают дорогие автомобили, много путешествуют и даже помогают оплачивать учебу в университете своим внукам. Такие возможности им предоставляет не государство, а самостоятельное управление денежными средствами путём долгосрочных инвестиций.

Предлагаем рассмотреть, почему инвестиции большинства россиян не приносят им желаемого богатства. Для этого необходимо проанализировать то, какие инвестиционные инструменты они выбирают и сравнить их с инструментами американских инвесторов (см. рис. 1).

Рис. 1. Онлайн-опрос «Как по-вашему лучше копить деньги?» [4]

Как видно из опроса, большинство жителей России, к сожалению, предпочитают вообще не откладывать деньги, не говоря уже о каком-либо управлении финансами. Самыми популярными являются инвестиции в недвижимость. Но в опросе не уточняется, какая недвижимость: жилая или коммерческая. Если это грамотные вложения в коммерческую недвижимость, то они несомненно принесут ощутимый доход. Жилая недвижимость при сдаче в аренду приносит своему владельцу в среднем 3-4% в год с учетом расходов и простоев [5].

Далее в порядке убывания частоты использования в России следует банковский депозит. Он является самым консервативным и простым инструментом. В дополнение к этому, согласно действующему сегодня законодательству, все вклады размером до 1,4 млн. рублей застрахованы. Но не стоит забывать, что хоть «Агентство по страхованию вкладов» и справляется с выплатами после отзыва лицензий мелких банков, но при банкротстве крупного банка в кризисных условиях, есть риск, что деньги никто не вернет.

Хранить сбережения в наличной валюте целесообразно, достаточно хорошо разбираясь в валютном рынке, потому что она может как подорожать, так и подешеветь внезапно (особенно если вспомнить негативные примеры 2й половины 2014 г.). Также есть вариант диверсифицированных сбережений в трех различных валютах, например, доллар, евро и рубль. Это защитит от курсовых колебаний, но всё равно важно выбрать правильный момент покупки. Деньги «под матрасом» (то есть наличные) могут обесцениваться быстрее, чем будут успевать откладываться.

Золото принято считать защитным активом. Если вы ожидаете появления «черных лебедей», то конечно имеет смысл часть средств вложить в золото. Но при этом стоит учесть тот факт, что вековой тренд на рост цены этого благородного металла прервался, его котировки

«отскочили» вниз. Инвестиции в золото подразумевают четыре принципиальных варианта: покупка золота в слитках, покупка инвестиционных монет из золота, открытие обезличенного металлического счёта и покупка фьючерса на золото на бирже. Всё это полностью или частично актуально и для серебра, цена которого всегда ниже, но имеет очень похожие исторические тренды.

Как видно на рис. 1, самыми непопулярными в России являются инвестиции в ценные бумаги. Для сравнения, по неофициальным источникам, около 80% американцев через пенсионные фонды, инвестиционные фонды или самостоятельно инвестируют свои деньги в ценные бумаги. Это, по нашему мнению, оказывает очень большое влияние на их уровень жизни.

Следует понимать, что так называемых «лёгких» денег не бывает. Если бы деньги можно было легко заработать, они бы обесценивались по законам макроэкономики. Поэтому бездумно верить красивой рекламе, утверждающей, как легко заработать на валютном рынке «Forex», на срочном «Forts» — несколько опрометчиво. Спекуляции — это серьёзный труд, требующий полной отдачи времени и сил. Поэтому нет смысла слишком сильно увлекаться ими, имея основную работу. При желании можно выделить небольшую сумму денег, которую не жалко потерять, и «проиграть» её профессиональным трейдерам.

На собственном опыте убедившись в сложности спекуляций, можно приступать к разумным среднесрочным и долгосрочным инвестициям. Мы предлагаем делать это следующим образом: отложенные средства (минимум десятая часть всех доходов) идут на покупку акций и облигаций в следующем соотношении (может меняться в зависимости от экономической ситуации или личных предпочтений): 30% — облигации, 70% — акции. Первое время рекомендуем покупать только государственные «Облигации федерального займа» и муниципальные облигации, так как они не очень волатильны и предусматривают процентные выплаты по купонам. Акции предпочтительно выбирать из первого эшелона ввиду высокой ликвидности. Мы выделили следующие критерии их подбора в условиях российской экономики, которые рекомендуем использовать частным инвесторам и предпринимателям.

1. Отношение обязательств к активам. Данный коэффициент показывает, насколько компания «закредитована». Значения для этого и следующих показателей следует брать из годового отчета эмитента по МСФО. Рекомендуемое значение коэффициента — не выше 0,8.

2. Отношение цены (P) к балансовой стоимости (B). Рекомендуется — 1-1,5. Балансовая стоимость или стоимость чистых активов определяет, какое имущество в денежном выражении получает инвестор при покупке компании или ее доли. Если соотношение «P/B» меньше 1, значит бизнес продается меньше балансовой стоимости, что является одним из признаков

недооценки компании. В настоящее время этот показатель не является важным, потому что многим предприятиям не обязательно иметь много имущества для того, чтобы генерировать прибыль, поэтому не стоит придавать ему большого значения.

3. Отношение цены (P) к прибыли (E). Самый популярный коэффициент при оценке компании. Он обозначает, сколько годовых прибылей сейчас стоит бизнес. Для США «P/E» должен быть 17 или меньше [6]. В настоящих условиях российской экономики мы предлагаем ориентироваться на его значения в диапазоне 7-9.

4. «CFO» (денежный поток), «P/CFO» (цена/денежный поток). Денежный поток является важнейшим критерием, по нашему мнению, т.к. чистая прибыль часто может носить временный или разовый характер. Очень важно следить за его динамикой: рост денежного потока вместе с выручкой свидетельствует о росте бизнеса. Также можно пользоваться коэффициентом «P/CFO», его значения: 4-5 [6]. «CFO» должен быть больше чистой прибыли.

5. «ROE» или отношение чистой прибыли к объёму капитала (рентабельность капитала). Коэффициент демонстрирует эффективность бизнеса и эффективность использования заемных средств. Рекомендуемые значения для России — 15-20%, но он сильно зависит от отрасли и размера бизнеса.

Также следует выбирать компании, которые стабильно платят дивиденды. Не стоит вкладывать деньги, которые могут срочно понадобиться. Продавать акции можно, когда они перестают удовлетворять вышеуказанным критериям, либо когда они значительно вырастут в цене. Не нужно каждый день следить за котировками акций в портфеле, лучше делать это раз в квартал или раз в год во время анализа отчетности, но устанавливать определённые страховочные стоп-заявки (так называемые «стоп-лосс» и «тейк-профит»). Не стоит забывать, что средний срок инвестирования составляет от 3-5 лет. Поэтому главное качество инвестора — умение хладнокровно ждать, не принимая эмоциональных импульсивных решений. Как говорил один из самых успешных инвесторов в мире, Уоррен Баффет: «Даже если вы очень талантливы и прилагаете большие усилия, для некоторых результатов просто требуется время: вы не получите ребенка через месяц, даже если заставите забеременеть девять женщин» [7].

Управление финансовыми ресурсами является достаточно серьёзной и необходимой на сегодняшний день компетенцией как для частных лиц, так и для предпринимателей. Трата времени на жалобы и списание локальных неудач в финансовом менеджменте на кризис, санкции, несовершенные законы и прочие внешние явления — представляются менее эффективными, чем реальные действия по оптимизации своей финансовой стратегии. За управление денежными средствами как часть управления собой — ответственны мы сами. Успех в этом зависит от нас самих. Если мы

получаем негативный опыт в финансовом менеджменте, то важно делать соответствующий вывод о том, какие действия и инструменты не приводят к заданной инвестиционной цели. Если же мы получаем позитивный опыт, то целесообразно фиксировать и использовать использованные инструменты как приносящие результат. Только на практике, методом проб и ошибок можно развить в себе компетенцию управления финансовыми ресурсами. Инвестиции являются всего лишь инструментом. Только в умелых руках они помогут преумножить собственный капитал.

Использованные источники:

1. Труфанов С. А. Компетентностный подход к разрешению противоречий и повышению эффективности публичного управления / С. А. Труфанов О. В. Бучина // Современные технологии управления. – 2015. – № 9 (57). – С. 40-48. – URL: http://sovman.ru
2. Труфанов С. А. Формирование и удержание ключевых компетенций организации в системе конкурент-менеджмента / С. А. Труфанов. – Ростов н/Д: Профпресс, 2014. – С. 216-219.
3. Кугушева Т.В., Боева К.Ю., Чалова А.И., Мошкин И.В., Темирканова А.В., Парахина В.Н., Анопченко Т.Ю., Григан А.М., Володин Р.С., Журавель В.Ф., Чернышев М.А. Современные методы управления : учебное пособие / под ред. Т.Ю. Анопченко. – М. : КНОРУС, 2016. – С. 27-30.
4. Коммерсант деньги [Электронный ресурс] – URL: http://www.kommersant.ru/money
5. «Инвестиции в жилую недвижимость: низкая доходность и ценовые риски» [Электронный ресурс] – URL: http://realty.dmir.ru/articles/36346/
6. Грэхем Б. Разумный инвестор. Полное руководство по стоимостному инвестированию / Б. Грэхем. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 272 с.
7. Шредер Э., Баффет У. Лучший инвестор мира / Э. Шредер, У. Баффет. – М.: Манн, Иванов и Фербер: 2011. — 680 с.

Хадыева А.
магистрант 2 курса
экономический факультет
Институт экономики и управления
ФГБОУ ВО УГАТУ
Россия, г.Уфа

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В РОССИИ

Сегодня социальная реклама признается необходимым и эффективным инструментом, направленным на распространение определенных общественных ценностей, решение проблем общества, а также предоставление гражданам информации о вреде некоторых привычек. Стоит отметить, что социальная реклама в России по распространению уступает коммерческой рекламе, а ее эффективность не всегда поддается измерению. В данной статье будут рассмотрены результаты некоторых исследований в

области социальной рекламы, направленные на выявление отношения общества к социальной рекламе, а также на выяснение того, какую социальную рекламу граждане считают наиболее эффективной.

Социальная реклама – инструмент коммуникации, призванный распространять общественные ценности, которые в некоторых группах становятся «законом» [3, с. 59] и акцентировать внимание общества на актуальных проблемах. Социальная реклама – важный элемент мировоззрения и нравственного здоровья общества, применяемый во всем мире [6, с. 51]. Лидерами в использовании социальной рекламы являются западные страны, в том числе США, которые являются родиной общественной рекламы. Существуют различия между Россией и западными странами в области регулирования, контроля, оценки эффективности социальной рекламы. Особое внимание уделим тому, что в западных странах проводятся ежегодные измерения результативности социальной рекламы, в России данная практика непопулярна [1]. Считаем, что проведение различных исследований, в том числе проведение опросов – необходимая часть политики в области социальной рекламы, поскольку они позволяют выявить изменения в общественном отношении к данному инструменту воздействия, обозначить злободневные темы, отследить улучшения в проблемных областях, затронутых уже существующей социальной рекламой и т.д.

В 2010 году в России на территории всех округов проводилось исследование, касающееся социальной рекламы (исследуемой совокупностью являлось экономически активное население старше 18-ти лет, размер выборки составил 2500 респондентов). В результате выяснилось, что 81% населения считает, что социальная реклама нужна российскому современному обществу. В частности граждане думают, что социальная реклама должна быть креативной, профессиональной. Около 72% считает, что в СМИ недостаточно социальной рекламы. Многие граждане обращают внимание на то, что реклама подобного формата появляется в преддверии каких-либо мероприятий, в том числе политических, чего недостаточно, и она незаметна. К тому же граждане указывают на тот факт, что реклама сделана некачественно и не способна привлечь внимание. 54% респондентов считают, что государство должно финансировать социальную рекламу, поскольку именно государство «в ответе за моральное и физическое здоровье нации», отмечая при этом, что «в США социальной рекламе придается огромное значение. Мы же только в начале этого пути». 44% опрошенного населения указывают на то, что социальная реклама уступает по эффективности коммерческой (рекламе товаров и услуг), которая более информативна [7].

Нами было проведено исследование, направленное на выяснение того, нужна ли социальная реклама и какой вид данной рекламы наиболее эффективен. В опросе приняло участие 20 человек, старше 18-ти лет,

преимущественно студенты университетов. Большинство респондентов (68%) считают, что в России удовлетворительный уровень жизни. 80% респондентов знают, что такое социальная реклама. 78% опрошенных положительно относятся к социальной рекламе, 2% - негативно, 20% - равнодушно. 90% респондентов считают, что социальная реклама нужна, однако 48% указывает на то, что нынешняя социальная реклама неэффективна. Около 40% опрошенных обратили внимание на различные проблемы благодаря социальной рекламе. В ходе опроса было выявлено, что лучше всего социальная реклама воспринимается в форме видеороликов и красочных, ярких плакатов/баннеров. Также стоит отметить, что около 45% респондентов хорошо относятся к социальной рекламе с шокирующими сюжетами/картинами. На вопрос о том, какие каналы коммуникации для размещения социальной рекламы лучше использовать, 75% опрошенных назвало социальные сети, 40% положительно высказалось за различные баннеры, 55% отметило телевидение, как эффективный инструмент донесения и передачи необходимой информации.

Таким образом, при сопоставлении результатов двух данных опросов можно отметить следующее:

1) большинство населения считает, что социальная реклама необходима нашему обществу. Данный вывод был сделан в 2010 году, в 2016 результаты увеличились на 9%;

2) многие граждане убеждены в том, что сегодня социальная реклама недостаточно эффективна, часто сделана непрофессионально и поэтому не привлекает внимания населения, что подтверждается опросами как 2010, так и 2016 года.

На основе результатов двух опросов считаем целесообразным предложить следующие рекомендации по улучшению эффективности социальной рекламы:

1) Необходимо более комплексно и системно подходить к социальной рекламе, в том числе со стороны государства [2]. При этом необходимо прибегать к помощи гражданского общества, активизируя его [4].

2) Для привлечения профессионалов в области рекламы возможно проведение различных тендеров, конкурсов, грантов.

3) Необходимо использовать различные инструменты коммуникации для размещения рекламы, в том числе социальные сети. На сегодняшний день социальные сети стали связующей платформой для клиентов и организаций. Свое мини - представительство в форме личного аккаунта может завести каждый человек и любая компания. Социальные сети являются некоей платформой для общения и быстрой передачи информации [5, с. 173].

4) Социальную рекламу представлять по большей части в форме небольших видеороликов, а также ярких, привлекающих внимание баннеров.

5) Использовать шокирующую социальную рекламу, при этом давать

гражданину верную модель поведения, правильный образ жизни.

Таки образом, социальная реклама считается эффективным инструментом воздействия на общество для привлечения его внимания к различным проблемам, актуализации определенных ценностей. Большинство населения признает, что социальная реклама необходима нашему обществу и может на него повлиять, однако, необходимо подходить к социальной рекламе комплексно, с большим профессионализмом, основываясь на различных исследованиях, что является одной из задач государства.

Использованные источники:

1. Андрияшкин С. Компаративный анализ российского и зарубежного опыта социальной рекламы [Электронный ресурс] – URL http://www.km.ru/referats/9A7F8E363A364894BE292B5983C1590D (дата обращения 02.10.2016);
2. Исмагилова В.С. Социальные аспекты маркетинга в обеспечении экономической безопасности предприятия / В сборнике: Социальная ответственность бизнеса: теория, методология, практика Материалы II всероссийской научно-практической конференции;
3. Исмагилова В.С., Касимова Э.Р. Международный маркетинг. Учебное пособие / Уфа, 2016. (2-е издание, переработанное);
4. Исмагилова В.С., Рассолова И.Ю. Основные аспекты концепции социальной ответственности бизнеса / В сборнике: Управление экономикой: методы, модели, технологии Материалы Десятой Международной конференции с элементами научной школы для молодежи в 2 томах. Уфимский государственный авиационный технический университет; SlovakuniversityoftechnologyinBratislava. Уфа-Юматово, 2010. С. 249-253;
5. Исмагилова В.С., Сафарова Э.И. Инструменты SMM или маркетинг социальных сетях Инновации, технологии, наука: сборник статей Международной / МЦИИ ОМЕГА САЙНС, 2016. – 240 с.;
6. Исмагилова В. С., Яппарова Д. И., Пацков А. Е. Этика и социальная ответственность маркетинга: учебное пособие / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т. – Уфа: РИК УГАТУ, 2016. – 169 с.;
7. Социальная реклама – данные исследований [Электронный ресурс] – URL http://bizentropy.biz/articles/research_reviews/117-socialnaya-reklama-dannye-issledovanij.html (дата обращения 02.10.2016).

Хаметова А.Р., к.э.н.
доцент
кафедра бухгалтерского учета и аудита
Пальниченко Г.А.
студент 2 курса
ФГБОУ ВО Оренбургский государственный аграрный университет
Российская Федерация, г. Оренбург

ПОВЫШЕНИЕ НАЛОГОВ: ОТ СЛУХОВ К ДЕЙСТВИЯМ

Рецессия, наблюдаемая последние два года в российской экономике, заставляет политиков, общественных деятелей и выдающихся экономистов страны искать пути выхода из сложившейся ситуации. Высказывается много различных предложений по выходу из кризиса, но время идет, а реальных действий не предпринимается, что только усугубляет ситуацию. Такое затягивание решения проблем приводит к тому, что акцент вынужденно смещается на осуществление «пожарных» мер, а не на проведение долгосрочных реформ. Одной из таких мер является повышение налогов.

Об этом еще в январе 2016 года на Гайдаровском форуме в Москве заявил экс-министр финансов Алексей Кудрин. Он обосновывал такую перспективу растущим дефицитом бюджета и падением цен на нефть.

«Я думаю, этого не избежать, скорее всего, мы стоим, я просто не вижу других путей, перед повышением налогов. Это тоже неприятная новость», – цитирует эксперта ТАСС.

Повышение налогов в России – вопрос времени, подтверждают другие эксперты. У правительства просто не останется выбора. Такое мнение ранее высказал Кристофер Гренвилл, руководитель российского филиала консалтинговой компании Trusted Source [1].

В конце августа уже на официальном уровне Минфин предложил обсудить несколько способов увеличить поступления в бюджет и дополнительно собрать почти 2,5 трлн руб. в 2017–2019-м.

В Министерстве обсуждались различные идеи, однако официального заявления переходить к действиям так и не было.

Так Минфин подготовил бюджетный прогноз, который предполагал повышение налогов, мобилизацию доходов и исчерпание суверенных фондов за три года. По подсчетам Министерства, в 2017 году можно получить дополнительно 670 млрд. руб., в 2019-м – почти 1 трлн. руб.

Собрать эти деньги Минфин предлагает с нефтяных компаний, «Газпрома», производителей табака, а также от введения акциза на напитки с добавлением сахара и НДС на интернет-торговлю и за счет бóльших дивидендов с госкомпаний, напоминает издание.

Мобилизация нужна для того, чтобы снижать дефицит бюджета на 1 п.п. ежегодно – с 3,2% в следующем году до 1,2% ВВП в 2019-м. Сокращать расходы Минфин уже не может, так как принято решение установить их на

все три года в размере 15,787 трлн. руб. ежегодно. «Дыра» при планируемых доходах при этом за три года будет на 60% больше целевого дефицита, который возрастает еще на 3,5 трлн. руб.

Предложения министерства сокращают «дыру» до 1 трлн. руб. Свободных денег в суверенных фондах недостаточно. Из расчетов Минфина следует, что вслед за Резервным фондом в 2017 году придется тратить средства Фонда национального благосостояния, а в течение 2018 года резервы практически исчерпываются.

Среди других «идей, где можно поискать деньги» – повышение на 1 п.п. каждого из ключевых налогов: на прибыль, имущество организаций, НДС, НДФЛ. Это принесет в бюджет от 170 млрд до 324 млрд руб. Возможны и более радикальные изменения. Прогрессивная шкала НДФЛ, считает Минфин, создаст риски ухода в тень и искажения ситуации на рынке труда, альтернативой этому служат рост единой ставки НДФЛ до 15-16% и введение необлагаемого минимума.

Одним из вариантов мобилизации доходов является разработанный Минфином дополнительный пакет налоговых изъятий для нефтяников в следующем году. По плану министерства, на 2017 год будет продлено единоразовое повышение налогов на нефтяные компании, которое должно было действовать только в 2016 году, что даст 200 млрд. руб., с «Газпрома» планируют получить еще 170 млрд., однако введение налога на добавленный доход в нефтяной отрасли лишит Минфин 50 млрд. и всего выйдет 320 млрд. руб.

Однако все эти меры Министерством приняты не были. [2]

В конце сентября в прессе вновь появились сообщениях о готовящихся реформах.

Так, Минфин предлагает реформу страховых взносов уже с 2017 г.: начать взимать их со всего зарплатного фонда по единой ставке и к 2019 г. довести ее до 26% (29% – с 2017 г., 28% – с 2018 г.). Есть и альтернативный вариант: в 2017 г. повысить НДС до 20%, льготную ставку 10% поднять до 12%, а с 2019 г. начать увеличивать ее на 2 п.п. в год, пока она не сравняется с нельготными 20%. Уже в следующем году можно получить еще почти 600 млрд. руб., еще 400 млрд – в 2018 г. и еще 200 млрд. руб. – в 2019 г.

По мнению экспертов, снижение ставки до 29% при отмене порога зарплат приведет к выпадению доходов внебюджетных фондов в 0,1% ВВП, а до 28% – 0,4% ВВП, но, в свою очередь, нагрузка на секторы с наиболее квалифицированным трудом вырастет: даже при снижении ставки почти в 2 раза вырастут сборы с зарплат выше нынешнего порога.

Для многих секторов нагрузка будет такой, что зарплаты уйдут в тень. По данным Росстата, на конец 2015 г. зарплаты выше порога получали, например, в сфере IT, добычи полезных ископаемых, в пищевой и химической промышленности, на транспорте и в авиапроме.

Другая мера – повышение НДС до 20% с постепенной унификацией

льготы – сильный удар по людям. Дополнительные доходы федерального бюджета при сохранении льготы ежегодно будут расти примерно на 0,6% ВВП и почти на 1% ВВП при ее унификации. Но фронтальное повышение НДС крайне инфляционно: рост НДС на 1 п.п. разгонит инфляцию на 0,4–0,6 п.п., говорит эксперт, знакомый с обсуждением предложений Минфина. Дополнительный 1 п.п. инфляции – это 120 млрд руб. дополнительных расходов бюджета, считал Минфин. В среднем ежемесячно на долю льготников приходится около 5% всех поступлений от НДС, свидетельствуют данные ФНС. В 2014 г. бюджет потерял из-за 10%-ной льготы примерно 150 млрд руб. Но льготная ставка на НДС распространяется на товары первой необходимости: это реальный удар по населению, повышать доходы бюджета за счет платежеспособного населения, чтобы исполнять социальные обязательства, неправильно. Минфин предлагает и поддержку, например пособие для 10% самых бедных – 1500 руб. Мера ударит и по региональным бюджетам – сократится налог на прибыль. А повышение НДС может ухудшить его собираемость.

Для высокотехнологичных отраслей с большими трудозатратами это просто удар под дых, предупреждает сопредседатель «Деловой России» Антон Данилов-Данильян: либо вырастут их налоговые расходы, либо предприятия перенесут рост НДС на потребителей.

В машиностроении доля фонда оплаты труда в стоимости продукта велика, отмечает председатель совета директоров группы «Каскол» Сергей Недорослев, в инженерном центре – до 60–70%. Но чтобы увеличить возможность для долгосрочных инвестиций, ставку страховых выплат нужно понизить серьезно, считает он. А повышение НДС придется закладывать в стоимость продукта, продолжает Недорослев. Пострадают и отрасли, работающие на внутренний рынок, – ритейл, коммунальная сфера, предупреждает Данилов-Данильян. Но даже если нагрузка по взносам сократится, предприниматели не будут увеличивать инвестиции, полагает Данилов-Данильян: бизнес устал доверять обещаниям правительства. [3]

Идеи Минфина обсуждались в конце сентября премьером Дмитрием Медведевым и министром финансов Антоном Силуановым у президента Владимира Путина, подтвердил пресс-секретарь президента Дмитрий Песков, но не стал говорить о содержании встречи. Как бы то ни было, решений нет, говорят чиновники, один из них объясняет: «Договориться не удается, все ушло на уровень президента и премьера».

Как разрешится данный вопрос неизвестно. На одной чаше весов находится экономическое положение страны, на другой – социальная стабильность. Большую роль в этом деле играет фактор времени: ошибется ли Правительство, промедлив, либо наоборот – совершит поспешные действия и усугубит ситуацию. Остается только ждать.

Использованные источники:

1. Повышение налогов в России неизбежно, считает Кудрин // Газета

«Metro». – Москва. – 2016. – URL: http://www.metronews.ru/novosti/povyshenie-nalogov-v-rossii-neizbezhno-schitaet-kudrin/Tpopam---vRgkd1Jboqw/
2. Минфин предложил обсудить повышение налогов для снижения дефицита бюджета // «РосБизнесКонсалтинг». – Москва. – 2016. – URL: http://www.rbc.ru/economics/31/08/2016/57c615659a794717238f154d
3. Минфин предлагает повысить сразу и НДС, и нагрузку на зарплаты // Газета «Ведомости». – Москва. – 2016. – URL: https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2016/09/20/657727-povisit-nds

Хаметова А.Р., к.э.н.
доцент
кафедра бухгалтерского учета и аудита
Амантаева М.С.
студент 2 курса
Суюнтаева
студент 2 курса
ФГБОУ ВО Оренбургский государственный аграрный университет
Российская Федерация, г. Оренбург

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

В данной статье мы хотим рассказать про особенности учета в строительных организациях. Строительство- в наше время актуально. Многие занимаются строительством, так как это очень выгодный бизнес. Люди, занимающиеся строительным делом имеют коллосальную прибыль.

Строительство – одна из важнейших и крупных отраслей народного хозяйства. Продуктом функционирования строительной отрасли является создание гражданских, промышленных, жилых и др. зданий.

С развитием науки и техники процесс строительства также изменяется и совершенствуется. В настоящее время вместе с развитием рыночных отношений и возникновением конкурентной среды все больше внимания уделяется экономической эффективности производства.[6] Внедрение новых методов строительства позволяет значительно повысить эффективность технологии строительного производства.

Бухгалтерский и налоговый учет в строительных организациях ведется в соответствии с нормативными документами и «Учетной политикой», разработанной каждой организацией для внутреннего пользования. При создании такого документа необходимо учесть специфику отрасли и самого предприятия, которое может выступать как в роли застройщика (заказчика), так и в роли подрядчика (генподрядчика, субподрядчика).[3]

Особенность № 1: обособленные подразделения

Одной из особенностей в этой сфере деятельности является то, что строительные объекты, принадлежащие одной и той же компании, могут быть расположены в различных регионах. Поэтому у предприятия могут

возникать обособленные подразделения по месту нахождения строительных площадок.

В соответствии с требованиями Налогового кодекса организации, имеющие обособленные подразделения, обязаны встать на учет в налоговой инспекции по месту нахождения каждого такого подразделения. Также фирмы в соответствии с подпунктом 3 пункта 2 статьи 23 Налогового кодекса обязаны сообщать в инспекцию о создании или закрытии обособленного подразделения в течение одного месяца. Указанное сообщение представляется в налоговую службу по месту нахождения организации.

Если в структуре организации есть обособленные подразделения, то приходится решать следующие организационные вопросы:

-определение специфики учета хозяйственных операций в этих подразделениях;

-определение лиц, ответственных за составление первичной учетной документации по операциям, осуществленным в данных подразделениях;

-установление порядка и сроков передачи первичной учетной документации в бухгалтерию головной организации для их своевременного отражения в учете.[4]

В налоговом учете необходимо определить порядок исчисления налоговой базы по налогу на прибыль, уплачиваемому по месту нахождения каждого подразделения. А в учетной политике необходимо закрепить, какой показатель — численность работников или расходы на оплату их труда.

Особенность № 2: оформление «первички»

Для строительных организаций также очень важно при выполнении строительных и ремонтных работ оформить первичную учетную документацию в соответствии с нормативными требованиями. Типовые унифицированные формы, которые действуют в этой отрасли, приведены в Постановлении Госкомстата от 11 ноября 1999 г. № 100 «Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету работ в капитальном строительстве и ремонтно-строительных работ». К ним относятся следующие:

КС-2 «Акт о приемке выполненных работ»;

КС-3 «Справка о стоимости выполненных работ и затрат»;

КС-6а «Журнал учета выполненных работ»;

КС-8 «Акт о сдаче в эксплуатацию временного (нетитульного) сооружения»;

КС-9 «Акт о разборке временных (нетитульных) сооружений»;

КС-10 «Акт об оценке подлежащих сносу (переносу) зданий, строений, сооружений и насаждений»;

КС-17 «Акт о приостановлении строительства»;

КС-18 «Акт о приостановлении проектно-изыскательских работ по неосуществленному строительству».[5]

Постановление определяет порядок заполнения стандартных форм. Однако у строительной организации может возникнуть потребность в разработке собственных форм первичной учетной документации по отдельным операциям. В этом случае самостоятельно разработанные документы должны быть оформлены в качестве приложения к учетной политике организации. Они должны содержать следующие обязательные реквизиты (ст. 9 Закона «О бухгалтерском учете»):

-наименование документа;

-дату составления документа;

-наименование организации, от имени которой составлен документ;

-содержание хозяйственной операции;

-измерители хозяйственной операции в натуральном и денежном выражении;

-наименование должностей лиц, ответственных за совершение хозяйственной операции и правильность ее оформления;

-личные подписи указанных лиц.[1]

Особенность № 3: инвентаризация

Фирма должна в рамках учетной политики установить порядок и срок проведения инвентаризации имущества. Однако зачастую к этому процессу относятся формально, что нередко приводит к нелепым ошибкам.

Показательным здесь является эпизод, имевший место в одной строительной организации, когда акт инвентаризации материалов был подписан 1 января одним лицом, при этом имущество, перечисленное в документе, находилось в обособленных подразделениях, которые находись в разных городах, находящихся на большом расстоянии друг от друга. Это явная оплошность. Во-первых, в соответствии с Трудовым кодексом 1 января является нерабочим днем, и проведение инвентаризации в этот день должно было быть оформлено приказом о привлечении работников к работе в выходной день с соответствующей оплатой или предоставлением иного дня отдыха. Все это необходимо оформить набором приказов.

Во-вторых, согласно такому документу выходит, что сотрудник, подписавший акт, в один и тот же день провел опись имущества в разных городах. Проделать такое явно затруднительно, а подобная неточность грозит тем, что акт может быть признан недействительным, потому что в соответствии с методическими указаниями по инвентаризации имущества и финансовых обязательств, утвержденными Приказом Минфина от 13 июня 1995 г. № 49, наличие имущества при инвентаризации определяют путем обязательного подсчета, взвешивания и обмера.

Особенность № 4: учет основных средств

Обычно строительные фирмы при разработке учетной политики стремятся сблизить бухгалтерский и налоговый учет, однако это не всегда выгодно с точки зрения оптимизации налоговой нагрузки.

В соответствии с ПБУ 6/01 «Учет основных средств» фирмы вправе

установить для принятия к учету основных средств лимит стоимости в пределах не более 40 000 руб. Объекты стоимостью менее установленного лимита будут учитываться в составе материально-производственных запасов.

Поступление от поставщика объекта стоимостью более 40 000 руб. Должно быть отражено следующей проводкой:

Дебет 08 «Вложения во внеоборотные активы» КРЕДИТ 60«Расчеты с поставщиками и подрядчиками».

При вводе объекта в эксплуатацию и составлении «Акта о приеме-передаче объекта основных средств» по унифицированной форме № ОС-1:

Дебет 01 «Основные средства» Кредит 08 «Вложения во внеоборотные активы».

Если лимит в учетной политике не будет установлен, то все объекты, отвечающие условиям, предусмотренным пунктом 4 ПБУ 6/01 должны в бухгалтерском учете отражаться в составе основных средств и списываться на затраты не в момент ввода в эксплуатацию.

Объект стоимостью менее установленного лимита принимается к учету бухгалтерской проводкой:

Дебет 10 «Материал» КРЕДИТ 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками».

При передаче в эксплуатацию и оформлении «Требования-накладной» типовая форма № М-11, накладной (форма № М-15) или иного документа, самостоятельно разработанного организацией:

Дебет 20 КРЕДИТ 10 — списанные материалы, отпущенные в производство.[2]

В результате организация имеет возможность уменьшить налоговую базу по налогу на имущество.

Рост населения и повышение уровня благосостояния оказывают весьма благотворный эффект на сферу строительства. Сложности ведения бухгалтерского учета в строительстве, большой объем информации, колоссальная ответственность — все эти факторы требуют от главного бухгалтера высокого уровня профессиональных знаний, почти предельной концентрации внимания и большого опыта работы на различных, более низких кадровых позициях, например в должности заместителя главного бухгалтера.

Ведение учета при строительстве предполагает большую ответственность. Нужно правильно учесть и отразить все многообразие работ.

Использованные источники:

1. Адамов Н.А., Чернышев В.Е. «Организация управленческого учета в строительстве». – СПб: Питер, 2015.

2. Керимов В.Э. « Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы: Учебник». – 2-е изд. – М.:

Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко », 2014.
3. Ерофеева В.А., Принцева С.А. «Бухгалтерский учет в строительстве (с элементами налогообложения)». – М.: Юрайт-Издат, 2015.
4. Бойкова М.П., Бухарева А.Ю., Анохина Е.В. «Строительство при участии органов власти. Учет и налогообложение». – Москва: Вершина, 2014.
5. «Строительство: учет, налоги, право. Справочник». – М.: ООО ИАА «Налог Инфо», ООО «Статус-Кво 97», 2014.
6. http://www.colady.ru/sovremennye-professii-novogo-vremeni

Хамзина Э.И.
студент 3 курса
экономический факультет
Алюшев Р.Р.
студент 3 курса
экономический факультет
Нуретдинов И.Г., к.э.н.
доцент
экономический факультет
Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия им.П.А.Столыпина
Россия, г. Ульяновск

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ

Аннотация: Работа посвящена актуальной в наше время проблеме экономической безопасности платежной системы на рынке ценных бумаг.

Ключевые слова: экономическая безопасность, платежная система, рынок ценных бумаг.

Khamzina E.I, 3rd year student of the Faculty of Economics
Ulyanovsk State Agricultural Academy im.P.A.Stolypina, Russia, Ulyanovsk
Alushev R.R, 3rd year student of the Faculty of Economics
Ulyanovsk State Agricultural Academy im.P.A.Stolypina, Russia, Ulyanovsk
Nuretdinov I.G, Ph.D., Associate Professor, Faculty of Economics
Ulyanovsk State Agricultural Academy im.P.A.Stolypina, Russia, Ulyanovsk

ECONOMIC SECURITY PAYMENT SYSTEM IN THE SECURITIES MARKET

Abstract: The work is devoted to an actual problem in our time of economic security of the payment system in the securities market.

Tags: economic security of the payment system, the securities market.

В лексиконе населения России термин национальная платежная система стал активно использоваться лишь марте 2014 года, когда 21 марта в

российских банках АКБ «Россия», «Собинбанк», «Инвесткапитал» и других не прошли транзакции через системы «Visa» и «MasterCard», для организаций и физических лиц, включенных в санкционный список, созданный в связи с эскалацией конфликта в Украине. Произошедшее всколыхнуло общественность, уже 29 апреля 2014 года Советом Федерации был одобрен закон о создании национальной системы платежных карт («НСПК»). В СМИ звучали убеждения о том, как замечательно, что наконец-то у России появится своя платежная система, однако стояла тишина в вопросе о том, почему вообще так вышло, что ранее о ее создании не задумывались? Платежная система – основа финансовой безопасности рынка ценных бумаг и страны в целом. На ней базируется весь финансовый рынок. Именно она обеспечивает сохранение информационной тайны проведенных на рынке ценных бумаг сделок. Что такое платежная система и как она работает? Платежная система – совокупность процедур, обеспеченных соответствующей инфраструктурой для перевода денежных средств от одного субъекта экономики другому. С юридической точки зрения платежные системы осуществляют перевод не средств, а долга. Размещая свои денежные средства в финансовом учреждении клиент по сути одалживает их учреждению, а своим распоряжением о переводе средств – указывает, что теперь учреждение должно не ему, а другому клиенту. Платежная система в рассматриваемом контексте касается, естественно, безналичного оборота денежных средств, стремление максимизировать который свойственно всем государствам, поскольку при безналичном обороте денежные средства не извлекаются из экономического оборота, а также отсутствует необходимость обслуживания денежной массы, например, перевыпуск изношенных купюр, их перевозка, усложненная система логистики. Данное обслуживание наличности, по мнению экономистов, обходится российской экономике в год в сумму приблизительно равную 1% ВВП. Именно поэтому популярность банковских карт, как средств оплаты возрастает в мировом сообществе и именно расчетов по ним касается платежная система. Как она работает? Все мировые системы сходны по своему строению. В ней имеются три категории финансовых участников: - эмитенты (выпустившие карточки); - эквайеры (обслуживающие карточные сделки в предприятиях торговли/сервиса); - расчетные банки (призваны урегулировать финансовые обязательства участников сделки). Один и тот же банк может одновременно объединять в себе все три функции. Как происходит взаимодействие? Через процессинговую компанию, которая является центром платежной системы. Принцип процесса проведения платежа по банковской карте можно пояснить так: Клиент банка-эмитента (держатель карточки) расплачивается за обед в ресторане. Официант передает банку-эквайеру информацию о номере карты и сумме оплаты, то есть авторизует сделку. Кроме того передаются данные о дате и времени, а также учетный код торгово-сервисной организации. Чаще всего для этого используются платежные терминалы, которые автоматически

считывают все данные с карты, а ввести требуется лишь сумму перевода. Информация передается эквайеру, а он отправляет ее в процессинговый центр, который пересылает данные эмитенту. Банк-эмитент проверяет счет клиента и, резервируя необходимую сумму, отправляет разрешение на проведение операции эквайеру через процессор, а уже эквайер направляет его торгово-сервисной организации (ресторану, в данном примере). Обычно данное разрешение представлено в виде кода авторизации. В платежной системе возникают множественные отношения «должник – кредитор». Ресторану должен эквайрер, эквайреру должен расчетный банк (сама система), а ему должен эмитент, который получил распоряжение от клиента о передаче денежных средств. И эти долговые отношения разрешаются не мгновенно. Поскольку финансовые институты могут объединять в себе функции эмитента и эквайрера, а также учитывая тесную связь элементов финансовой системы, внутри платежной системы в расчетный час осуществляется клиринг. Однако торгово-сервисной организации (ресторану) не важно, что именно происходит внутри системы, ее интересует только поступление средств от эквайрера по авторизированным сделкам. За эти услуги эквайрер получает комиссионные выплаты либо от самой торгово-сервисной организации, либо от банка – эмитента за то, что обслужил его клиента. Платежная система тоже получает доход от каждой сделки в виде комиссии. Если транзакция проходит через международную платежную систему, то информация о ней выводится за пределы страны и обрабатывается зарубежным процессинговым центром, хотя по статистике Банка России 85% сделок, осуществляемых держателями банковских карт – это платежи внутри страны, которые не имеют никакого отношения к международным операциям. В рамках сделки между рядовыми физическими лицами данный вопрос на первый взгляд не существенен, однако в масштабах страны возникает вопрос о необходимости сохранить некий информационный суверенитет в области финансов. Кроме того осуществляется отток финансовых средств, которые становятся доходом зарубежных платежных систем. К тому же блокировка системами «Visa» и «MasterCard» проводимых российских сделок в рамках санкций показала, что без влияния извне российская финансовая система не может функционировать, что неприемлемо для современной развитой страны, особенно во время сложных политических ситуаций. Основной функцией платежной системы является обеспечение устойчивой динамики хозяйственного оборота, и постановка экономики в прямую зависимость от внешних факторов недопустима. Политическая самостоятельность страны напрямую зависит от ее финансовой независимости. Стоит отметить, что до 2011 года Российская Федерация не имела должной систематизированной законодательной базы, которая могла бы регулировать деятельность платежных систем, а лишь ряд разрозненных законов. В 2011 году попытка исключить участие иностранных организаций в провидении межбанковских

расчетов была связана с попыткой Правительства России создать универсальную электронную карту. Данная карта должна была сразу выполнять функции как платежного, так и идентификационного средства, включая в себя функции банковской карты, паспорта гражданина, полисов пенсионного и медицинского страхования. В рамках проекта Сбербанком была создана платежная система «ПРО100», призванная обслуживать универсальные карты и имеющая все шансы стать национальной, поскольку была создана соответствующая инфраструктура. Однако масштабность и сложность проекта не позволили ему осуществиться.. Несмотря на возникшие трудности создания и возможные будущие сбои и доработки в ходе тестового режима национальная платежная система необходима экономике страны, она является основой ее финансовой безопасности и гарантирует стабильность движения денежных средств внутри страны при любой внешнеполитической обстановке, обеспечивая ее финансовый суверенитет.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 28.12.2010 N 390-ФЗ "О безопасности" принят Гос. Думой 7 декабря 2010 г.: [официальный текст в ред. федер. закона от 28 декабря 2010 года]/
2. СПС «Консультант плюс». Байдина М.Б. Производственные показатели для оценки и анализа экономической безопасности/
3. М.Н. Волкова, М.Б. Байдина // Концепт. Спецвыпук «Актуальные вопросы экономики и менеджмента». – 2014. - №12. – С.12-15.
4. Рожков П.Н. Методика расчета финансовых рисков предприятия-экспортера с использованием финансовых рычагов -2013.- С.36.
5. М.Н. Волкова, Н.Б. Тарасова, П.Н. Рожков // Концепт. Спецвыпук «Актуальные вопросы экономики и менеджмента». – 2014. - №12. – С.8-12.

Хатламаджиян Л. Г.
магистрант 2 курса
факультет «Инновационный бизнес и менеджмент»
Иванова Е.А., к.э.н.
доцент
кафедра «Экономика и менеджмент»
ДГТУ
Россия, г. Ростов-на-Дону

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматриваются современные методы управления конкурентоспособностью организации. Авторами предложены возможные конкурентные преимущества, которые направлены на улучшения нынешнего состояния организации.

Ключевые слова: конкурентное преимущество, современные методы

управления конкурентоспособностью.

The article considers the modern methods of management competitiveness of the organization. The authors propose possible competitive advantages that aim to improve the current state of the organization.
Keywords: competitive advantage, competitiveness of modern management techniques.

Одним из важнейших условий обеспечения устойчивости развития национальной экономики является повышение конкурентоспособности.

В условиях рыночных отношении и развитие процессов глобализации обуславливает необходимость кардинальных изменений в научно-практических и теоретических взглядах на обеспечение конкурентоспособности. Одновременно это создает условия для разработки новых подходов и выявления факторов, оказывающих влияние на повышение конкурентоспособности отечественных предприятий.

В настоящее время формирование и реализация конкурентоспособности организации затрагивает сферу производства, являющейся основой развития экономики страны.

В современных условиях конкурентоспособность предприятия приобретает особый статус, поскольку от нее зависит кардинальное повышение эффективности экономики в целом на основе внедрения новых технологий производства и всеобъемлющего использования человеческого капитала, ориентированного на постоянное обновление выпускаемой продукции, значительное повышение ее качества.

Современные участники рынка испытывают существенное влияние изменяющейся внешней экономической среды не только на уровне развития национальной экономики, но и в сфере глобальных экономических процессов. В таких условиях менеджмент предприятий должен обладать соответствующими инструментами, обеспечивающими процессы ускорения принятия решений, позволяющих снизить негативные последствия влияния изменений. В этой связи особую значимость приобретают вопросы обеспечения развития инструментов текущей и перспективной оценки уровня конкурентоспособности предприятий и выработки соответствующих мер, направленных на повышение конкурентоспособного потенциала развития.

Конкурентоспособность не во всем определяется сегодняшними правилами, во многом зависит от способности менять и задавать эти правила. Конкурентоспособность – это оценочная категория, которая характеризует возможность оцениваемого объекта успешно конкурировать. Наиболее сильное конкурентное преимущество формируется за счет создания новых условий, новых параметров конкурентной борьбы.

Проблема оценки конкурентоспособности предприятия является

сложной и комплексной, поскольку конкурентоспособность складывается из множества самых разных факторов.[1]

Применяемые методики оценки конкурентоспособности больше ориентированы на материальные активы предприятия, что не позволяет достоверно оценивать возможности предприятия. Обосновано, что тенденция перемещения конкуренции в плоскость нематериальных активов должна прослеживаться в оценке конкурентоспособности, что недостаточно учитывается в существующих методиках оценки.

Оптимальной методикой является предложенная модель оценки конкурентоспособности предприятия по рекомендуемым показателям, которая сочетает в себе следующие преимущества:

1) оценивает конкурентоспособность предприятия по широкому кругу показателей;

2) позволяет оценить конкурентоспособность в короткие сроки, не отвлекая при этом большого количества ресурсов.

Рисунок 1. Методы оценки конкурентоспособности предприятия

Таким образом, конкурентоспособность - многоплановая экономическая категория, которую можно рассматривать на нескольких уровнях.

Под конкурентоспособностью товара понимается комплекс потребительских, ценовых и качественных характеристик, определяющих его успех на внутреннем и внешнем рынках. Среди определяющих ее разноплановых факторов первостепенное значение

имеют издержки производства, производительность и интенсивность труда, которые влияют на цену и качество изделий. [2]

Отечественным предприятиям в настоящее время приходится конкурировать с зарубежными компаниями уже не только на внешнем, но и на внутреннем российском рынке и как показывает практика, многие российские предприятия не готовы к активному ведению конкурентной борьбы.

Одной из основных причин этого является не проработанность теоретических и методологических основ обеспечения конкурентоспособности, а также отсутствие у предприятий эффективных подходов к формированию системы базовых показателей его конкурентоспособности.

Использованные источники:

1. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей конкурентов, 2015 г.
2. Понятие о конкуренции. Ее роль в развитии экономики. // [Электронный ресурс].http://www.0ck.ru/ekonomika_i_ekonomicheskaya_teoriya/konkurenciya_eyo_rol_v_rynochnoj.html

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

АНАЛИЗ ПБУ 3/2006 «УЧЕТ АКТИВОВ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВ, СТОИМОСТЬ КОТОРЫХ ВЫРАЖЕНА В ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЕ» И ЕГО СРАВНЕНИЕ С МСФО (IAS) 21

Статья посвящена изучению ПБУ 3/2006 и сопоставлению стандартов международной финансовой отчетности с российскими стандартами бухгалтерского учёта. Для этого в статье рассмотрены требования МСФО и РСБУ, с помощью которых можно выявить отличия.

Ключевые слова: Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО), российские стандарты бухгалтерского учета (РСБУ), сравнительная характеристика, требования.

Khekoyan A.A., stud. c. ECU - 141
Supervisor: Ovchinnikova I.V.
Kuzbass State Technical University
Name T.F. Gorbachev
Russia, Kemerovo

ANALYSIS PBU 03/2006 " ACCOUNTING OF ASSETS AND LIABILITIES DENOMINATED IN FOREIGN CURRENCY "AND ITS

COMPARISON WITH THE IFRS (IAS) 21

The paper studies the PBU 03/2006 and a comparison of International Financial Reporting Standards with Russian accounting standards. To this end, the article discussed the requirements of IFRS and RAS in which differences can be detected.

Tags: International Financial Reporting Standards (IFRS), Russian Accounting Standards (RAS), comparative characteristics, requirements.

ПБУ 03/2006 «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» утверждено приказом Минфина РФ от 27 ноября 2010 г. №154н. Настоящее Положение устанавливает особенности формирования в бухгалтерском учете и бухгалтерской отчетности информации об активах и обязательствах, стоимость которых выражена в иностранной валюте, в том числе подлежащих оплате в рублях, организациями, являющимися юридическими лицами по законодательству Российской Федерации (за исключением кредитных организаций и бюджетных учреждений).

Настоящее Положение не применяется: при пересчете показателей бухгалтерской отчетности, составленной в рублях, в иностранные валюты в случаях требования таких пересчетов учредительными документами, при заключении кредитных договоров с иностранными юридическими лицами и т.п.; при включении данных бухгалтерской отчетности дочерних(зависимых) обществ, находящихся за пределами Российской Федерации, в сводную бухгалтерскую отчетность, составляемую головной организацией.

Для целей настоящего Положения указанные ниже понятия означают следующее:

-деятельность за пределами Российской Федерации - деятельность, осуществляемая организацией, являющейся юридическим лицом по законодательству Российской Федерации, за пределами Российской Федерации через представительство, филиал;

-дата совершения операции в иностранной валюте - день возникновения у организации права в соответствии с законодательством Российской Федерации или договором принять к бухгалтерскому учету активы и обязательства, которые являются результатом этой операции;

-курсовая разница - разница между рублевой оценкой актива или обязательства, стоимость которых выражена в иностранной валюте, на дату исполнения обязательств по оплате или отчетную дату данного отчетного периода, и рублевой оценкой этого же актива или обязательства на дату.

В соответствии с приказом Минфина России от 25.12.2007 г. № 147н организации, являющиеся юридическими лицами по законодательству Российской Федерации (за исключением кредитных организаций и бюджетных учреждений), производят в бухгалтерском учете по состоянию на 1 января 2008 г. пересчет в рубли выраженной в иностранной валюте

стоимости долгосрочных ценных бумаг (за исключением акций). Пересчет производится в порядке, установленном пунктом 5 Положения по бухгалтерскому учету «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» (ПБУ 3/2006), и образовавшиеся при пересчете суммы увеличения или уменьшения стоимости указанных ценных бумаг относятся на счет учета нераспределенной прибыли (непокрытого убытка), принятия его к бухгалтерскому учету в отчетном периоде или отчетную дату предыдущего отчетного периода.

Российский стандарт максимально приближен к международному, однако и имеет ряд отличий.

Сфера применения ПБУ 3/2006 значительно уже, чем сфера применения МСФО (IAS) 21, поскольку оно распространяется только на индивидуальную отчетность организации и только при пересчете операций в российские рубли.

Порядок пересчета показателей отчетности дочернего общества, составленной в иностранной валюте, установлен Методическими рекомендациями по составлению и представлению сводной бухгалтерской отчетности, утвержденными Приказом Минфина России от 30.12.1996 г. № 112.

В МСФО (IAS) 21 зарубежная деятельность понимается более широко, чем в ПБУ 3/2006, что связано, главным образом, с более узкой сферой применения, не включающей контролируемые, ассоциированные организации, а также совместно контролируемый бизнес.

Понятие курсовой разницы, содержащееся в МСФО (IAS) 21 является более широким.

В МСФО (IAS) 21 содержатся определения понятий, которые отсутствуют в ПБУ 3/2006 в силу более узкой сферы применения, а также отличающихся учетных правил, а именно:

- функциональная валюта (с точки зрения ПБУ 3/2006 все операции, активы и обязательства подлежат пересчету в рубли);
- валюта представления (с точки зрения ПБУ 3/2006 отчетность представляется в рублях);
- денежные статьи (с точки зрения ПБУ 3/2006 разделение статей на денежные и неденежные отсутствует, так как правила для их учета являются идентичными).

В отличие от МСФО (IAS) 21 ПБУ 3/2006 требует отдельных раскрытий в отношении курсовых разниц, возникающих по операциям, номинированным в иностранной валюте, но подлежащих оплате в рублях (ранее обозначались как «суммовые разницы») и курсовых разниц, возникающих по операциям, фактически урегулируемым в иностранной валюте.

ПБУ 3/2006 также требует раскрытия информации о курсе Центрального банка РФ на отчетную дату.

МСФО (IAS) 21 требует дополнительных раскрытий в случаях, когда валюта представления отличается от функциональной валюты, а также когда организация использует еще какую-либо валюту для представления финансовой информации.

Использованные источники:

1. Овчинникова, И.В. Бухгалтерский финансовый учет: учеб. Пособие/И.В. Овчинникова, Е.И. Левина; КузГТУ. – Кемерово, 2016. – 424с.
2. ПБУ 03/2006 «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте». Утверждено приказом Минфина РФ от 27 ноября 2006 г. №154н.
3. Справочно-правовая система «Гарант» www.garant.ru

Хизбуллина Р.Р., к.соц.н.
доцент
кафедра «Социология, политология и право»
Казанский государственный энергетический университет
Алимова О.В., к.соц.н.
Россия, г. Казань

ОСОБЕННОСТИ УРОВНЯ ЖИЗНИ ПЕНСИОНЕРОВ: ВЫДЕРЖКИ РЕЗУЛЬТАТОВ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Аннотация: В статье оценивается уровень материального состояния пенсионеров, согласно приведенным социологическим данным авторского исследования. По материалам данных приводится оценка основной нагрузки пенсионеров по материальному содержанию семьи. Выявлены особенности ожиданий респондентов такого фактора, как материальная обеспеченность в соответствии с изменившимся социальным статусом – пенсионер.

Ключевые слова: материальная нагрузка, уровень благополучия, финансовые ожидания, пенсия, социальная группа.

В ранних работах по выявлению особенностей уровня и качества жизни пенсионеров как социальной группы были приведены некоторые результаты социологических исследований [1,2].

Более половины всех опрошенных (55,4%) респондентов отмечают, что ежемесячной пенсии хватает на покупку продуктов питания и оплату коммунальных услуг, 15% опрошенным не хватает финансов даже на недорогие продукты. Могут позволить себе покупку не дорогих вещей 22,1% опрошенных респондентов, и лишь 7,5% опрошенным денег хватает на все, что им необходимо для нормальной жизни (рис. 1) [3].

Рис. 1. Уровень материального состояния пенсионеров, % к опрошенным респондентам.

Более 70% опрошенных респондентов отметили, что с выходом на пенсию, ее размер не оправдал ожидаемого уровня (рис.2.).

Рис. 2. Распределение ответов на вопрос: «Соответствует ли размер Вашей пенсии Вашим ожиданиям?», % к опрошенным респондентам.

При этом видно, что чем моложе респондент, тем он скорее не удовлетворен размером выплачиваемой пенсии. Так среди опрошенных в возрасте 55-59 лет, число удовлетворенных 4,6%, не удовлетворенных 75%, а к возрасту 70 лет и старше число тех, чьи ожидания оправдались, вырастает до 14,4%, а показатель неудовлетворенности падает почти на 10%. (рис.3)

Рис. 3. Распределение ответов на вопрос: «Соответствует ли размер Вашей пенсии Вашим ожиданиям?» (в соответствии с возрастом), % к опрошенным респондентам.

Несмотря, на относительно не высокий материальный доход большинства опрошенных пенсионеров около 60% остаются основными кормильцами в семье (рис.4).

Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос: «На кого из членов семьи падает основная нагрузка по материальному содержанию семьи?», % к опрошенным респондентам.

При этом мы видим, что чем старше респондент, тем меньше на нем нагрузка по основному содержанию семьи. Вместе с тем, среди респондентов старше 70 лет более половины (53,3%) отмечают, тот факт, что именно на старшее поколение падает основная нагрузка по содержанию семьи.

Использованные источники:

1. Хизбуллина Р.Р., Алимова О.В. Качество жизни и социальное

самочувствие пенсионеров (на примере социологических исследований в Республике Татарстан) // Экономика социум. – 2016. – №9(28).
2. Алимова О.В., Хизбуллина Р.Р. Особенности ценностных ориентаций и досуговой деятельности пенсионеров в современных условиях // Теория и практика современной науки. – 2016. – №9(15).
3. Николаева О.В. Выход на пенсию: социологический анализ проблемы // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. – 2009. – № 2. – С. 63-65.

Ходковская Ю.В., к.э.н.
доцент
кафедра финансов, бухгалтерского учета и анализа
факультет государственного
и муниципального управления и экономики
Садретдинова Г.Р.
магистрант 3 курса
факультет государственного
и муниципального управления и экономики
ГБОУ ВО «Башкирская академия государственной службы и
управления при главе республики Башкортостан»
Россия, г. Уфа

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ

В статье рассматриваются основные проблемы системы здравоохранения, современные тенденции реализации государственных программ системы здравоохранения в России. Показаны основные недостатки государственных программ, различия в результатах расчетов по разным методикам оценки эффективности государственных программ, в том числе и зарубежным.

Ключевые слова: эффективность, здравоохранение, оценка, здоровье, финансирование.

The article discusses the main problems of the health system, the current trends of realization of state programs of the health system in Russia. Shows the

main disadvantages of state programs, the differences in the results of calculations according to different methodologies for assessing the effectiveness of government programs, including foreign.

Key words: efficiency, health, evaluation, health financing.

В настоящее время, вопрос зависимости состояния здоровья населения от качества и доступности медицинской помощи, является дискуссионным. По мнению ВОЗ, состояние здоровья населения лишь на 20% зависит от медицинской помощи, а остальные 80% – от условий и образа жизни, экологии, питания и других факторов. Последние исследования показывают, что роль медицинской помощи в развитии здоровья населения намного больше. Обеспечение качества и доступности медицинской помощи – одна из приоритетных задач государства, напрямую зависит от государственного менеджмента.

По мнению Афанасьева К.В. и Захаровой Л.В., основными мероприятиями, влияющими на формирование здоровья населения, являются:

– совершенствование системы подготовки квалифицированных медицинских кадров;

– разработка научных основ медицинской науки;

– популяризация здорового образа жизни, активная пропаганда ценностей здоровья через СМИ;

– отказ от вредных привычек;

– решение проблемы рационального питания [1].

Еще одной отечественной в сфере здравоохранения является лекарственное обеспечение населения. Без решения данной проблемы невозможно добиться значимого улучшения здоровья населения. В этом направлении планируется разработка и реализация Стратегии лекарственного обеспечения населения до 2025 года, которая предполагает увеличение объемов отечественного производства важнейших лекарственных препаратов.

По мнению директора Института развития общественного здравоохранения, Юрия Крестинского, главные задачи здравоохранения на современном этапе – это стандартизация медицинской помощи и внедрение системы одноканального финансирования. Однако на внедрение системы одноканального финансирования поставлены нереальные сроки, регионы пока не готовы к ее внедрению.

Еще одной проблемой, по его мнению, является нехватка финансирования на лекарственное обеспечение. К примеру, в 2011 году в среднем затраты на здравоохранение составили 20,4 тыс. рублей на душу населения, из них на лекарства - не более 3,2 тыс., то есть 15,6% [4].

Изучая вопрос нехватки финансирования, необходимо отметить, что по итогам 2015 года, в рейтинге эффективности систем здравоохранения различных стран мира, по данным агенства Bloomberg, Россия заняла всего

лишь 54-е место (таблица 1).

Таблица 1 – Рейтинг эффективности различных стран мира по итогам 2015 года

Страна	Оценка эффективности	Продолжительность жизни	Расходы на здравоохранение в % от ВВП	Расходы на здравоохранение на душу населения, $
Гонконг	89,6	83,83	5,2	1 856
Сингапур	85,5	82,35	4,5	2 507
Израиль	71,3	82,06	7,24	2 599
Испания	70,9	82,43	8,88	2 581
Южная Корея	70	81,46	7,17	1 880
Италия	67,8	82,29	9,09	3 155
Япония	66,9	83,33	10,3	3 966
Австралия	63,1	82,2	9,44	6 110
ОАЭ	62,6	77,13	3,2	1 569
Тайвань	60,4	79,9	6,62	1 350
Россия	-	71	6,5	957

По словам Фоминой Е.А., Ходковской Ю.В.: «В период кризиса сокращение расходов, осуществляемых на программной основе, - закономерное и понятное явление. В условиях недостатка средств сокращению подлежат в первую очередь те расходы, для решения которых наиболее часто применяется программно-целевой метод. Органы территориальной власти всех уровней, вынуждены «ужимать» расходную часть бюджета в условиях снижения доходов, откладывать целевые «разовые» мероприятия проектного характера «до лучших времен», осуществляя только расходы текущего характера, связанные с текущими потребностями»[5] .

Принимая во внимание, что расходы финансирование здравоохранения могут приносить больший эффект и, в первую очередь, социальный. Проанализируем, какую продолжительность жизни мы могли бы получить при нынешнем уровне финансирования здравоохранения, но при более эффективном расходовании средств. К примеру, Польша, тратит на медицину 6,66% ВВП, это 895$ на человека – данные показатели очень близки к нашим. Однако средняя продолжительность жизни в Польше почти на семь лет больше, и составляет 76,85 лет [2].

Вернемся к проблеме внедрения модели одноканального финансирования здравоохранения. До конца 2014 года в России действовала двухканальная система финансирования здравоохранения (рисунок 1), которой свойственны следующие недостатки:

– несбалансированность государственных гарантий необходимого объема бесплатной медицинской помощи населению;

– отсутствие положительных результатов от внедрения рыночных основ в сферу здравоохранения;

– сохранение тенденции в финансировании учреждений здравоохранения по принципу «количества коек», а не по принципу эффективности расходования средств;

– наличие нескольких источников финансирования осложняет процесс грамотного финансового планирования;

– система оплаты из средств ОМС и из бюджетов действует по разным правилам, которые явно недостаточно хорошо скоординированы между собой.

Рисунок 1 – Финансирование медицинской помощи в двухканальной бюджетно-страховой системе

Это приводит к снижению мотивации к эффективному использованию бюджетных средств учреждениями здравоохранения.

Сейчас здравоохранение России практически полностью перешло на одноканальную модель финансирования, все средства поступают из фондов ОМС (кроме средств на ВМП федеральных учреждений, закупку дорогостоящего оборудования, реализацию государственных программ). По мнению Комитета Госдумы по охране здоровья и Счетной палаты РФ, введение одноканальной системы финансирования увеличит дефицит программы государственных гарантий и обострит имеющиеся проблемы в сфере здравоохранения [3].

Основной целью государственных программ в сфере здравоохранения является сохранение и улучшение здоровья граждан, от состояния которого зависит будущее граждан Российской Федерации. Анализ последних реализованных программ в сфере здравоохранения, таких как Приоритетный

национальный проект «Здоровье», Программа «Модернизация здравоохранения» показал, что:

– во-первых, в российской практике наблюдается тенденция, указывающая на то, что большая часть выделенных финансовых средств расходуется на строительство новых медицинских центров и закупку дорогостоящего оборудования, отдача и окупаемость которых предполагается в перспективе;

– во-вторых, отсутствует акцент на улучшение качества профилактического и поликлинического обслуживания населения;

– в-третьих, отсутствует эффективная методика оценки государственных программ.

Для повышения эффективности расходования бюджетных средств в сфере здравоохранения необходимо распределение бюджетных ресурсов осуществлять по следующим критериям (индикаторам) государственных программ:

– социальный эффект – является непосредственным результатом осуществления государственной программы (качество планирования программы, уровень приоритетности программы и т.п.);

– показатели экономической эффективности – характеризуют экономию бюджетных средств, достигнутых за счет повышения эффективности расходов на государственную программу.

Общими чертами всех государственных и муниципальных программ, по мнению Фоминой Е.А. и Ходковской Ю.В., являются: - четкая формулировка цели программы, соответствующей приоритетам территориальной политики, полномочиям и сферам ответственности публичной власти; направленность на конечный результат, подчинение всех мероприятий конечной цели;

- описание поддающихся количественной оценке ожидаемых результатов реализации программы, включая как непосредственные результаты (предоставление услуг определенного качества и объема), так и конечные результаты (эффект от предоставленных услуг для их получателей);

- наличие системы показателей для измерения результатов реализации программы (индикаторов экономической и социальной эффективности) и целевых значений каждого из таких показателей, необходимых и достаточных для предварительной (на этапе подготовки), текущей (на этапе реализации) и завершающей (после завершения программы или ее этапов) оценки программы;

- обоснование потребностей в ресурсах для достижения цели и результатов программы, оценки внешних условий и рисков для реализации программы;

- определение системы управления реализацией программы, разграничения полномочий и ответственности различных единиц

управления [5].

Особую сложность может представлять разработка методики оценки эффективности реализации государственных и муниципальных программ [5].

На современном этапе в большинстве регионов используются методики оценки государственных программ, основанные на расчете интегрального показателя. Данный показатель помогает ответить на вопрос, является ли данная программа эффективной. Данные методики обладают рядом существенных недостатков. Например, отсутствует подробное описание подхода к оценке, при этом непонятно, каким образом присваиваются веса критериям. Кроме того, существенным недостатком данных методик, по моему мнению, является то, что при всей схожести данных методик, отсутствует единая методика, которую можно применить к оценке государственных программ всех субъектов РФ, и сравнить эффективность государственных программ по всей стране.

На материалах государственной программы «Развитие здравоохранения РБ на 2014-2020 годы» были апробированы наиболее распространенные методы оценки эффективности государственных программ:

- метод интегральной оценки (данный метод или его модификации утверждены правительством большинства регионов РФ). Этот метод предполагает соотнесение степени достижения целевых индикаторов (показателей) Программы с уровнем ее финансирования (расходов);

- метод полной экономической оценки включает комплексную оценку эффективности государственной программы, а также по ее отдельным частям;

- метод рейтинговой оценки (применяется в США) – основан на экспертных процедурах, результаты которых позволяют оценить эффективность программы.

Проведенные расчеты показали разную степень эффективности государственной программы «Развитие здравоохранения РБ на 2014-2020 годы»: таблица 2.

Таблица 2 – Сравнительная характеристика методов оценки эффективности государственных программ системы здравоохранения

Метод	Характеристика рассчитанного показателя
Метод интегральной оценки	Комплексный показатель результативности составил 107,2 (при значении комплексного показателя свыше 80 результативность признается высокой).
Метод полной экономической оценки	Интегральный показатель оценки эффективности программ составил 254,6 (государственная программа признается эффективной)
Метод рейтинговой оценки	Итоговый показатель оценки эффективности составил 39 (государственная программа признается не эффективной).

Как свидетельствуют показатели таблицы 2, получена значительная разница в результатах оценки эффективности государственной программы «Развитие здравоохранения РБ на 2014-2020 годы»:

1) Отклонения в расчетах по методу интегральной оценки и метода полной экономической оценки объясняются следующим:

– метод полной экономической оценки рассматривает не только эффективность государственной программы в целом, но и отдельно по подпрограммам;

– метод полной экономической оценки, помимо оценки эффективности, позволяет скорректировать объем финансирования в зависимости от темпов роста показателей;

2) Отклонения в расчетах по методу интегральной оценки и по методу рейтинговой оценки связаны с тем, что:

– метод интегральной оценки и метод полной экономической оценки ориентированы, в основном, на достижение показателей, а метод рейтинговой оценки рассматривает 4 раздела: цели и конструкция программы, качество планирования, качество управления программой, достигнутые результаты;

– в американской методике присутствует оценка потребителями тех или иных услуг, как независимыми экспертами, так и населением, что не заложено в нашей практике и соответственно также снизило уровень эффективности программы.

Таким образом, необходимо уточнение применяемых методов оценки эффективности государственных программ.

Использованные источники:

1. Афанасьев К.В., Захарова Л.В.//Проблемы формирования здорового образа жизни /Сибирский Федеральный Университет. – 2015. – №1. – С. 1 – 6

2. В рейтинге эффективности систем здравоохранения Россия заняла предпоследнее место [Электронный ресурс]. – URL: http://vademec.ru/news/2015/12/30/v_reytinge_effektivnosti_sistem_zdravookhraneniya_rossiya_zanyala_predposlednee_mesto (дата обращения: 10.05.2016)

3. Новое в системе здравоохранения в 2015 году [Электронный ресурс]. – URL: http://kozyrkov.ru/7500-novoe-v-sisteme-zdravooxraneniya-v-2015-godu.html

4. Стратегия для лекарств [Электронный ресурс]. – URL: http://rg.ru/2012/06/21/mediki.html (дата обращения: 10.05.2016)

5. Фомина Е.А., Ходковская Ю.В. Программный бюджет: развитие методологии / Финансы Башкортостана: журнал, 2016 (068), №2, С.63

Худошина А.А.
магистрант 2 курса

факультет «Управление персоналом»
Березина Е.С., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «Управление персоналом»
Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина
Россия, г. Саратов

ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

Статья посвящена исследованию зарубежного опыта формирования систем мотивации персонала. Выявляются преимущества японской, американской, французской, английской, немецкой и шведской систем.

Ключевые слова: трудовые ресурсы предприятия, мотивация труда, система мотивации труда, зарубежный опыт.

THE SYSTEM OF MOTIVATION OF PERSONNEL IN FOREIGN COUNTRIES

The article is devoted to foreign experience of formation of system of personnel motivation. The author identifies the advantages of the Japanese, American, French, English, German and Swedish systems.

Key words: labour resources of the enterprise, labor motivation, motivation, international experience.

Мотивация труда как фактор повышения эффективности процесса управления персоналом относится к числу проблем, решению которых в мировой практике традиционно уделялось большое внимание. Отечественные модели и системы мотивации труда, преимущественно, сводятся к оплате труда, которая основана на фиксированных тарифных ставках, а также должностных окладах, как правило, являются недостаточно эффективными [3, с. 212].

Из всего разнообразия зарубежных моделей и систем мотивации труда, должное внимание представляется важным уделить: японской, американской, французской, английской, немецкой и шведской системам.

Японская модель. Стремительное восстановление японской экономики после Второй Мировой войны привлекло внимание мирового сообщества к тем методам, которыми был достигнут подобный прорыв. Японский бизнес второй половины XX в. – начала XXI в. развивается под влиянием философии *кайдзен – непрерывного совершенствования трудовой жизни*, которое осуществляется в постоянном взаимодействии менеджеров и рабочих компании. Принципы данной философии сочетаются с изменением видения роли работника: из объекта эксплуатации он превратился в партнера. Применительно к теории мотивации, философия кайдзен

предлагает ряд систем:

13. система пожизненного найма;
14. система обучения сотрудников;
15. система трудовых ротаций;
16. система достоинств;
17. система вознаграждений;
18. система рациональных предложений.

Кроме того, важными факторами считаются внутрифирменные профсоюзы и *система старшинства* при определении материального вознаграждения. Одной из особенностей данной системы мотивации является её тесная связь с психологией японского работника. Её основой является отношение японцев к труду как к одной из высших ценностей, сильный коллективизм, а также значительная иерархичность японского общества.

Наталья Накамура, сотрудник японской частной школы подготовки и адаптации зарубежных специалистов, отмечает важность труда для японских работников: *«Получить работу само по себе очень сильная мотивация. Конечно, в нашей компании предусмотрены различные социальные пакеты, небольшие бонусы, но для многих важен сам факт работы в компании» [2, с. 146]*.

Однако одного устройства на работу недостаточно. Для сотрудников японских компаний крайне важным является постоянное совершенствование. Это качество умело используется руководителями, будучи стимулируемым через комбинацию материального и нематериального поощрения. Светлана Куропаткина, генеральный директор KB Consult, отмечает распространение в Японии *системы «рациональных предложений»*. За каждую внесенную идею сотрудник получает небольшое поощрение (в пределах 5 долларов), однако подобная активность значительно повышает его авторитет среди коллег.

Важным аспектом японской концепции мотивации является *система старшинства*, высокая значимость стажа работы в компании. По свидетельству Н. Накамура, от этого в значительной степени зависит распределение заработной платы: *«Каждый проработанный год приносит повышение зарплаты, увеличивается количество оплачиваемых выходных, предоставляются различные льготы, предусмотренные в компании» [2, с. 148]*.

Также отдельного внимания заслуживает принятая в Японии *система обучения сотрудников*. Согласовываясь с концепцией kaizen, она предполагает их постоянное совершенствование, однако имеет ряд особенностей. Так, компания оплачивает образование сотрудников, необходимое для их профессионального роста, но дипломы, полученные специалистом без направления какого-либо предприятия, могут скорее стать помехой устройству на работу, нежели бонусом, так как считается, что

работнику в этом случае будет трудно вписаться в структуру предприятия.

Система трудовых ротаций широко применяется в японских компаниях, помогая сотрудникам предприятия получить дополнительную квалификацию, а также решая проблему замещения кадров при необходимости. Эта система также имеет эффект побуждения к труду, так как обеспечивает работнику необходимое разнообразие в работе и помогает стать специалистом широкого профиля.

Принятая в Японии *система пожизненного найма* успешно функционировала на протяжении многих лет, обеспечивая предприятиям лояльность сотрудников и придавая последним уверенность в будущем. Она согласовывается с вышеупомянутой системой старшинства и основывается на долгосрочном партнерстве, предполагая стабильный, но медленный карьерный рост для работника. Однако последние тенденции в японском бизнесе заставили руководителей пересмотреть систему – далеко не во всем она отвечает современным требованиям.

Молодые специалисты стремятся к более стремительному карьерному росту, хотят иметь творческую работу с достаточным уровнем ответственности, поэтому постепенно система модифицируется: на предприятии появляются временные работники с нефиксированным графиком работы и гибкой заработной платой, осуществляется перевод работников в компании-субконтракторы. Сегодня кроме пожизненного найма в Японии распространены системы сдельной оплаты труда и работы по временному договору.

Наконец, одним из принципиальных отличий японской системы мотивации от остальных является её ориентированность на группу. Во многих японских компаниях функционируют рабочие группы от 4 до 10 человек. Зависимость от группы, как правило, очень велика: индивидуальное соперничество не приветствуется, соревнование же групп встречает поддержку руководства; мнение группы о личных и профессиональных качествах работника во многом определяет его поведение. К тому же, подобная организация труда создает впечатление большей самостоятельности, предполагает увеличение ответственности, лежащей на работнике, что побуждает его к более качественному исполнению обязанностей. Широко распространена также коллективная организация досуга.

Снижению дистанции власти способствуют внешние проявления: японские менеджеры часто лишены показных привилегий (личные кабинеты, отдельная стоянка отсутствуют). Следует также отметить, что мотивационная система в японских компаниях строго специализирована, и разрабатывается непосредственно для конкретной компании.

Основу американской модели мотивации труда составляет оплата труда, включающая премирование.

Основные программы, способствующие увеличению

трудомотивирующего эффекта в США, являются:

- программы, которые ориентированы на вовлечение работников в управление производством (participative management);
- программы профессионального развития работников;
- программы, которые призваны реконструировать сам процесс труда (расширение набора обязанностей, производственная ротация работников и т. п.);
- методы морального и материального стимулирования и др.*[1, с. 10]*

Ведущим методом мотивации в американских фирмах является денежное вознаграждение. Для удержания работника на предприятии и мотивирования его на качественное выполнение работы, ему необходимо предоставить возможность получения хорошего дохода. Этот метод называется «Pay for Performance» (PFP) или «плата за исполнение». На американских предприятиях приняты несколько систем оплаты труда, доказавших свою эффективность на практике:

1. Комиссионные – работник получает определенный процент от заключаемых сделок с клиентами.
2. Денежные вознаграждения за достижение поставленных целей.
3. Индивидуальные вознаграждения, которые предоставляются работникам в качестве признания их незаменимости и ценности для предприяия.

Как отмечают специалисты, достоинства системы PFP очевидны, поскольку типичная PFP-программа повышает организационную продуктивность на 5 – 49%, а доходы работников – на 3–29%.

Также следует упомянуть о том, что в США предпочтение отдается к коллективной системе премирования. Например, система «Скенлон» состоит в том, что если предприятие работает прибыльно, то формируется специальный премиальный фонд, в котором 25% финансовых потоков включаются в резервный фонд, а из оставшейся суммы 25% направляются на премирование управленческого персонала и 75% на премирование рядовых работников. Выплаты премий происходят ежемесячно. По завершении года резервный фонд равномерно в полном объеме распределяется между работниками предприятия. Так, использование данной системы предприятием «Мидленд-Росс» позволило на том же оборудовании повысить производительность труда на 16%, сократить текучесть кадров с 36 до 2,6%, вдвое сократить число нарушений трудовой дисциплины.

Кроме материальных и нематериальных вознаграждений, многими предприятиями США, в частности, такими, как «Юнайтед Эйрлайнз», «Дана», «IBM», «Проктер энд Гэмбл», «Фрито-Лэй» и др., практикуются разветвленные системы поддержки энтузиастов, чем обеспечивается успех нововведений.

В последние десятилетия большинство американских предприятий и корпораций в качестве трудомотивирующего фактора широко использует

делегирование («empowerment»), когда часть обязанностей, ответственности и полномочий по принятию решений передаются работникам, заслуживающим доверия.

В свою очередь, французская модель мотивации работников характеризуется большим разнообразием экономических инструментов, включая стратегическое планирование и стимулирование конкуренции, гибкой системой налогообложения. Отличительной ее особенностью является включение стратегического планирования в рыночный механизм.

Преимущество французской модели мотивации работников заключается в том, что она оказывает существенное стимулирующее воздействие на эффективность и качество труда, является фактором саморегулирования размера фонда оплаты труда. При возникновении временных трудностей фонд оплаты труда автоматически подлежит сокращению, в результате чего предприятие безболезненно реагирует на конъюнктурные изменения. Данная модель обеспечивает широкую осведомленность работников об экономическом положении предприятия.

Немецкая модель мотивации исходит из того, что в ее центре находится человек с его интересами как свободная личность, сознающая свою ответственность перед обществом. Свобода в экономическом смысле означает понимание интересов общества и нахождение своего места в системе производство – потребление. Западные исследователи пришли к выводу, что гармоничная комбинация из стимулирования труда и социальных гарантий представляет собой одну из самых оптимальных моделей, когда-либо известных в истории экономических теорий. Эта модель обеспечивает в равной степени как экономическое благосостояние, так и социальные гарантии.

Шведская модель мотивации отличается сильной социальной политикой, которая направлена на сокращение имущественного неравенства посредством перераспределения национального дохода в пользу менее обеспеченных слоев населения. Начиная с 50-х годов, шведские профсоюзы на переговорах о перезаключении коллективных трудовых договоров проводят политику так называемой солидарной заработной платы, основывающейся на следующих принципах: равная оплата за равный труд, сокращение разрыва между размерами минимальной и максимальной заработной платы.

Таким образом, факторы мотивации в России и за рубежом схожи, но при этом имеют множество различий. На это влияет ряд ограничений: индивидуальные культурные особенности каждой страны, менталитет, ценности, заложенные в момент формирования и воспитания личности [4, с. 311].

Безусловно, россиянам следует держать ориентир на опыт и практику западных коллег. Однако, полностью подражать заграничной системе не стоит, так как слепой перенос чужого опыта в условия нашей жизни не даст

своих плодов, в результате чего эффект будет нулевой. В такой ситуации стоит разработать свою систему мотивации и поощрения с крупицами западной корпоративной культуры. Также не стоит забывать, что нематериальные способы мотивации необходимо использовать только в том случае, когда в полной мере удовлетворены все финансовые потребности работника.

Использованные источники:

1. Ахметдинов Д.А., Моисеев В.С., Мубаракшин А.Р., Прохоров И.Б., Гребенщиков П.А. Основные подходы мотивации персонала в РФ и за рубежом // Национальная Ассоциация Ученых. 2015. № 10-2 (16). С. 9-12.
2. Мамалимова Р.А., Рабцевич А.А. Мотивация труда как метод поддержания трудовой дисциплины: опыт Японии, США и Германии // Векторы развития современной науки. 2015. № 1. С. 144-148.
3. Управление персоналом: учеб. пособие / под общ. ред. А.Я. Кибанова. М.: КноРус, 2013.
4. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации: учеб.-практ. пособие / С.В. Шекшня. Изд. 4-е, доп. М.: ЦЗАО «Бизнес-школа «Интел-синтез», 2012.

Цурцилина А.Ю.
магистрант 3 курса
направление подготовки «Государственное и муниципальное управление»
Донской государственный технический университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Статья посвящена проблеме развития туристической привлекательности регионов России в современных условиях. Рассматриваются основные факторы стратегического развития регионов в условиях конкурентной борьбы.

Ключевые слова: *туристическая привлекательность, туристический потенциал, туризм, регион.*

Abstract: *the article is devoted to the development of tourism attractiveness in modern conditions of the Russian regions. The main factors of strategic development of regions in conditions of competition.*

Keywords: *tourist attraction, tourist potential, tourism, region.*

В настоящее время в период модернизации экономики России очень часто обсуждается проблема формирования и развития туристической привлекательности регионов России, принимаются соответствующие нормативные акты и программы. Вопрос поднимается остро именно сейчас, когда на страну продолжается влияние санкционных мер и необходимо повышение конкурентоспособности регионов. Каждый регион старается

выделиться и доказать свою индивидуальность, принимая меры по развитию собственной привлекательности, в особенности для граждан страны. Вместе с тем, этот процесс направлен на повышение конкурентоспособности туристической индустрии страны в целом.

Понятие «туризм» – это достаточно сложное и многогранное явление - **туризм** может быть определен как совокупность явлений и взаимоотношений, возникающих при взаимодействии туристов, поставщиков, местных органов власти и местного населения в процессе туристской деятельности. Путешествия, туризм - это комплекс родственных сфер бизнеса [1].

Также, туризм как направление государственной внутренней и внешней политики, как социальный институт привлекает внимание не только исследователей в рамках общественных наук, но и общественно-политических деятелей. Туризм представляет собой неотъемлемую часть жизни общества, являясь в современную эпоху феноменом мирового масштаба [3]. Можно говорить о том, что туристическая деятельность внутри страны представляется «комфортной» и «прибыльной», перспективной во всех аспектах отраслью, как для зарубежных инвесторов, так и российских предпринимателей. Именно для них местными органами должны создаваться необходимые условия и методы стимулирования для успешного бизнеса, реализации идей и технологий для конкретного региона.

Другими словами, туристическую привлекательность можно рассматривать как результат взаимодействия предложения и спроса. Привлекательность на самом деле позволяет оценить влияние территориальных внутренних сил (поставки предложения) на внешние силы (спрос), и наоборот, поскольку есть последовательная обратная связь. Представляется, что туристической привлекательностью в качестве измерительного прибора системы туризма, возможно лучше выразить отношения между «возможным» и «существующим», так же как и между «существующим» и «потребляемым» [2].

Можно дать такую трактовку туристической привлекательности региона – это совокупность материальных и нематериальных факторов, влияющих на посещение региона и определяющих положение региона для туристов, бизнеса, а также среди других регионов.

При определении туристической привлекательности регионов необходимо учитывать конкурентные преимущества, как существующие, так и отсутствующие ресурсы, а также провести анализ способностей региона реализовать свой собственный потенциал при грамотном управлении. Именно проблема создания собственной стратегии развития туризма, либо ее поверхностный уровень разработки прослеживается в большинстве регионов страны.

Конечно, не все города могут похвастаться архитектурой, природой или историческими памятниками, но на территории каждого региона можно

найти уникальные черты, либо создать их. Именно поэтому, повышение привлекательности региона, неразрывно связано с инструментами маркетинга, мероприятия которого основаны н а создании и развитии общественного признания положительного образа данной территории. Таким образом, понятие «туристическая привлекате льность» становится тесно связано с понятием «имидж региона». Взаимосвязь данных понятий изображена на рисунке 1.

Рисунок 1. Взаимосвязь понятий «туристический потенциал» и «туристический спрос».

Взаимосвязь понятий можно проследить на примере развития внутреннего туризма России, когда с 2014 года увеличились показатели посещения российских регионов, когда начал меняться имидж регионов, а также с туристическим спросом в связи с повышением курса валют, осложнением выезда в наиболее популярные зарубежные курорты (Турция, Египет) и увеличением стоимости стран-замен. Год начался с проведения Олимпиады в г. Сочи, которая дала толчок для развития и переоценки представлений граждан об отдыхе внутри страны, а заканчивался уже с новой курортной территорией республикой Крым в составе страны.

На сегодняшний день по данным «Ростуризма» в 2016 году в республике Крым побывало более 5 млн. российских туристов, что выше показателей прошлого года, когда отдохнуть на полуостров отправилось 4,9 млн. соотечественников. Крым опережает и лидера по числу отдыхающих в Краснодарском крае — Сочи, который в этом году ожидал 4,2 млн. туристов. По мнению замглавы туристического ведомства Сергея Корнеева, это связано с большими территориями полуострова и с мерами по привлечению туристов, которые предпринимались последние два года.

В 2014 году рост внутреннего туризма составил более 30 процентов, в 2015 году уже более 41,5 млн. наших граждан путешествовали по России. Сообщается, что при реализации федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма» на период с 2011 по 2018 годы были определены ориентировочные цифры в 40 млн. человек в 2018 году [4].

Подводя итоги, можно сказать, что туристическая привлекательность зависит не только от развития туризма в целом, но и грамотном формировании стратегии развития и управления регионами. Местные

органы управления должны быть заинтересованы в создании положительного имиджа региона, который привлечет потенциальных туристов, что способствует увеличению доходов, а также увеличению рабочих мест в туристической сфере региона. Именно такие регионы могут рассчитывать на дополнительное финансирование в бюджет региона, тем самым улучшая уровень жизни населения.

Использованные источники:

1. Квартальнов В.А. Туризм Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 320 с.
2. Кривов С.В. Определение туристической привлекательности региона Нижегородская область: методики анализа [электронный ресурс] // Режим доступа: URL: fup.unn.ru›files/krivov.doc (дата обращения: 15.10.2016).
3. Луганская Е.В. Основные исследовательские подходы в изучении социального феномена туризма // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2012. №1-2 [электронный ресурс] // Режим доступа: URL: http://www.online-science.ru/m/products/social_sciense/gid89/pg0/ (дата обращения 15.10.2016).
4. Политическая Россия-общественно-политический журнал [электронный ресурс] // Режим доступа: URL: http://politrussia.com/news/rosstat-zarubezhnyy-turizm-224/ (дата обращения 15.10.2016).
5. Соколова М.В. Туризм как культурно-исторический феномен. Автореф. дисс. ...д-ра культурологии. М., 2007. 35 с.

Цуцкова А.А.
студент 4 курса
факультет «инженерно-экономический»
Ульяновский государственный технический университет
Россия, г. Ульяновск

ИСТОРИЯ ПЕРВОГО БАНКА РОССИИ

Статья посвящена истории образования Дворянского и Купеческого банков, которые пришли на смену ростовщичеству. Данные банки были созданы по указу Елизаветы Петровны, желавшей предотвратить отчуждения дворянских имений.

Ключевые слова : Дворянский банк, Купеческий банк, Заемный банк, вклад, заём, правительство, государство.

Tsutskova. A.A., 4-th year student, facult «engeneering-economic»,
Ulyanovsk State Technical University.

HISTORY OF THE FIRST BANK OF RUSSIA

Article is devoted to history of formation of Noble and Merchant banks which succeeded usury. These banks were created under the decree of Elizabeth Petrovna wishing to prevent alienations of noble manors.

Keywords: noble bank, merchant bank, loan bank, contribution, loan, government, state.

Настоящая история баков начинается с 13 мая 1754 во время правления Елизаветы Петровны. В то время был выпущен «Указ об учреждении Государственного Заемного Банка, о порядке выдачи из него денег и о наказании ростовщиков». Банк состоял из двух кредитных учреждений: Дворянского банка, который располагался в Москве и Санкт-Петербурге и банка для купечества (Банк для поправления при Санкт-Петербургском порте коммерции).

Купеческий банк начал выполнять операции начиная с 15 июля, благодаря этому он стал одним из первых банков в стране, а так же первым в кредитовании купечества. Банковская контора для купечества должна была предоставлять крупным российским купцам, имеющим отношение к внешней торговле, дешевый кредит.

За создание устава для банка принялся Петр Иванович Шувалов (1710-1762) – глава русского правительства на исходе царствования Елизаветы Петровны, генерал-фельдмаршал, конференц-министр, камергер, сенатор, реформатор и изобретатель.

Вследствие винной монополии в 1750, которая была проведена по инициативе П. И. Шувалова, были установлены одинаковые цены на вино, благодаря чему в 1754 государство могло сформировать бюджет для образования капитала Дворянского банка.

Банк дворянства находился в подчинении у Сената, в то время как купеческий банк или коммерческий банк был подчинен Коммерц-коллегии. Банковская заемная контора для дворянства давала краткосрочные займы под залог товаров, стоимость которых должна была быть на четверть больше запрашиваемой суммы. Заемщик не мог кредитоваться дважды в московском и санкт- петербургском банках, так как конторы обменивались информацией о своих кредитозаемщиках.

Все началось с указа от 30 января 1756 года, благодаря которому констапель Александр Васильевич Салтыков отсутствующий в России в тот момент получил возможность продлить уплату займа на один год. Начиная, с декабря 1757 правительство стало предоставлять отсрочки всем своим кредитозаемщикам. Конфискованные за неуплату поместья было необходимо вернуть их владельцам. Постановление от 8 июля 1759 года позволяло плательщикам оттянуть оплату на неопределенное время. Однако, в 1761 году государство заметило, что заемщики не только не платят в сроки, но и спустя длительное не вносят оплату. Для таких плательщиков был установлен крайний срок погашения 2 месяца после чего изымалось имущество.

Из двух банков, конечно же, дворянский, который существовал до 1786 года был самым долговечным и который впоследствии принял пассив купеческого банка, так как второй был разорен. Затем он был преобразован в Государственный заемный банк. Заемщиками банка были государственные

дворяне (землевладельцы) и иностранцы, принявшие постоянное индигенат и в заблаговременно предусмотренных регионах России, в которых у них было имущество. Спустя время количество пользователей банка, увеличилось благодаря прибалтийским, малороссийским, смоленским, а так же другим землевладельцам.

Яков Матвеевич Евреинов получил право на основание купеческого банка и правление им. Благодаря Петру Великому, он жил и обучался в Голландии, где идеи меркантилистов преобладали над другими. Тем самым Яков Матвеевич стал преемником их теории. В 1753 году он был назначен на должность президента Коммерц-коллегии. В данной должности он стал руководителем Дворянского банка.

Основные функции банка включают в себя выдачу займа в размере от 500 до 10 000 рублей на 6%, так называемая указная ставка. Срок выплаты не должен превышать трех лет под заклад поместий, алмазов, драгоценных металлов, каменных домов, но банковские депозиты не принимаются. Объем займа «под на имущество» обуславливался числом крестьянских душ у конкретного помещика. Такие условия будут вплоть до 1861 года, то есть до указа об отмене крепостного права. Для каждого кредитного лимита кулак оценивался в 10 рублей. Например, во время правления Елизаветы Петровны стоимость крестьянина оценивалась в 30 рублей. Позже цена увеличивалась: в 1766 году – 20 рублей, в 1786 году – 40 рублей, в 1804 году – 60 рублей.

Землевладельцам, у которых было меньше чем 50 крестьян, банк активно помогал. К примеру, 50 душ умножали на 10, тем самым получалось 500 рублей на которые банк уменьшал размер займа.

Первоначальная сумма капитала Дворянского банка составляла 750 тысяч рублей. Москве предоставили 500 тысяч рублей, а санкт-петербургской выделили 250 тысяч рублей. Спустя некоторое время данной суммы стало не хватать. Землевладельцы брали займы, которые не возвращали. Государство постоянно повышало уставной капитал, таким образом, в 1786 году его сумма приравнялась к 6 миллионам рублей.

Поскольку в Росси отсутствовали грамотные специалисты в коммерческом управлении, бухгалтерия была в упадническом состоянии. Вследствие этого пострадал не только Дворянский банк, но и Купеческий. Государство нашло выход из ситуации тем, что оно приглашало иностранцев, которые обучали отечественных специалистов, которые наблюдали за их рабой. Даже по прошествии времени бухгалтерией заведовали немцы. 7 апреля 1761 года Сенат выпускает приказ, согласно которому банкам необходимо доложить о положении дел, но данный закон не соблюдался.

Увеличение дохода в банке не может идти в ногу с расходами дворянства каким-либо образом – в особенности самых высоких. Основываясь на последних годах управления Дворянским банком, государство заметило, что большинство землевладельцев берут ссуды, но не

собираются возвращать назад.

Вследствие этого в 1770 году правительство решило начать принимать вклады. Был поднят вопрос о пополнении собственного капитала банка. В дополнение к государственным средствами и, следовательно, в 1770 году банк решил прибегнуть к практике принятия депозитов.

По началу, банк не принимал вклады от частных лиц, только в особых случаях и за 1% от вклада, который выплачивали банку. Спустя время условия изменились и банк принимал депозиты с условием выплаты 5% в год.

Количество первых инвесторов было маленьким в 1774 году только 58 депозитов. Было предсказуемо, что в случае требования вклада назад банк не будет способен вернуть деньги вкладчикам, не говоря уже об обещанных процентах. Московский офис Дворянского банка должен был признать себя банкротом.

Высшее государственное правительство показало озабоченность по поводу данной ситуации и банк решил отгородить частные вклады от фондовых. Депозиты унаследовали поручительство от государства. Не смотря на проценты от вкладов, которые обещал банк, государство все так же оставалось основным вкладчиком. Начиная, с 1762 года по 1786 банк получил от государства 6 миллионов рублей для улучшения деятельности высших слоев общества. Но это не помогло банку и он все так же находился в нестабильном положении, в 1778-1779 гг. банку необходимо было выплатить 300 тысяч рублей, и это стало решающим фактором прекращения его деятельности. Так как все последующие попытки реабилитировать банк оказывались неуспешными, 9 июня 1786 года Екатерина II выпустила указ о том, чтобы банк преобразовали в Государственный заемный.

Использованные источники:

1. Три века: Россия от Смуты до нашего времени: 6 т. Т. 4 – М.: Престиж Бук, 2007. – 384 с.
2. Шитов В.Н. Деньги. Кредит. Банки. / Учебное пособие. Часть 2. – Ульяновск: УлГТУ, 2011. – 171 с.
3. Шитов В.Н. Финансовая политика России в середине-конце XVIII века / Сборник «Финансовые механизмы и проблемы экономики». – Ульяновск: УлГТУ, 2008. С. 102-106.

Чанышева В.А., к.техн.н.
доцент
кафедра государственного
и муниципального управления и экономики
Кустов А.А.
магистрант 3 курса
факультет государственного
и муниципального управления и экономики

ГБОУ ВО «Башкирская академия государственной службы и управления при главе республики Башкортостан»
Россия, г. Уфа

ВОЗМОЖНОСТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассматриваются способы обеспечения экономической устойчивости строительных предприятий, предлагается модель повышения экономической устойчивости строительного предприятия

Ключевые слова: строительное предприятие, экономическая устойчивость

The article discusses possible ways to ensure economic stability of the construction, the model to increase the economic stability of the building enterprise.

Key words: construction company, the economic sustainability

Кризисы, перемены в конъюнктуре рынка, конкуренция и ряд других внутренних и внешних факторов могут вызвать как положительные, так и отрицательные изменения в устойчивости предприятия. В связи с этим обеспечение устойчивого развития является важным стратегическим направлением успешного развития любого строительного предприятия, функционирующего в рыночной среде [1].

Чтобы достичь желательной устойчивости строительного предприятия, теоретически необходимо обеспечить неравенство:

$D-R-(F + I)>0$,

где:

D - доход от реализованной продукции;

R - расходы, связанные с производимой продукцией;

F - фискальные платежи;

I - инвестиции в развитие предприятия.

Модель экономической устойчивости строительного предприятия включает три сферы, по отношению к которым принимаются управленческие решения: производственную, финансовую и инвестиционную, объединенные денежными потоками, обеспечивающими производственный процесс (рисунок 1) [4].

В основе представленной модели лежит органичное единство трех видов деятельности, что обеспечивает необходимые и достаточные условия экономической устойчивости строительного предприятия.

Рисунок 1 - Модель экономической устойчивости строительного предприятия

Основные направления повышения устойчивости строительного предприятия сводятся к: выработке эффективной и реально выполнимой производственной программы, рациональной организации снабжения сырьем и материалами; производству конкурентоспособной продукции, целесообразной организации реализации готовой продукции; оптимальному управлению проектами по реконструкции и модернизации строительного производства; целенаправленному управлению инвестициями. Перечисленные направления в значительной степени определяют содержание инвестиционной стратегии для развития строительного предприятия [3].

Инвестиционная стратегия должна основываться на накопленном опыте в области переустройства производственной системы и системы управления в условиях быстро изменяющейся рыночной среды. Такое генерирование знаний в определенной системе и их проверка на практике представляет определенный инвестиционный потенциал предприятия. В зависимости от сущности и цели инновационной деятельности строительного предприятия, ее нужно направить на обеспечение наиболее эффективной реализации производственно-технологического и организационно-технического потенциала, что является базой экономической устойчивости.

Необходимо искать новые подходы и способы внедрения инноваций, связанных с усовершенствованием деятельности строительного предприятия в сфере производства продукции, стимулирования рыночного спроса, финансирования инвестиций, внутрифирменного управления, в том числе учета и контроля, которые сформируют инновационное поле стратегий для устойчивого развития предприятия.

Таким образом, повышение устойчивости строительного предприятия может быть достигнуто за счет программы активной адаптации, которая

охватывает все необходимые мероприятия и включает: план финансовых санкций, ликвидацию убыточных производств, создание гибкой производственной структуры, реорганизацию и оптимизацию логистических цепей, эффективное использование кадрового потенциала.

Рассматривая функционирование строительного предприятия с точки зрения его устойчивости, можем определить четыре ключевых аспекта деятельности, а именно: финансовую деятельность, отношения с потребителями производимого строительного продукта, организацию внутренних бизнес-процессов, рост и развитие. Каждый из этих аспектов является, с одной стороны, сферой влияния на самом строительном предприятии, а с другой, сферой влияния во внешней среде. Поэтому необходимо учитывать взаимодействие и взаимное влияние этих сфер при определении параметров каждой из них, при которых производственно-финансовая деятельность строительного предприятия будет иметь максимальную устойчивость. По отношению к каждому из этих ключевых аспектов деятельности необходимо определить конкретные стратегические цели и выявить наиболее существенные факторы с точки зрения миссии, что будет способствовать достижению поставленных целей [2].

Использованные источники:

1. Краснянский Л.Н. Повышение инвестиционной активности в городском строительстве (состояние, проблемы, пути решения).- М.: Экономика, 2013.- 254 с.
2. Хавин Д.В. и др. Влияние рынка земли на градостроительную политику // Прозрачность местных финансов и местного сообщества: тез. докл. межрег. науч.-практ. конф. Ч.1.- Н. Новгород: Волго-Вятский потенциал, 2012.-С. 89-91.
3. Рыночная цена земельно-имущественных объектов (комплексов)/ Под науч. ред. В.Р. Беленького. - М: Былина, 2014.- 218 с.
4. Щуров Б.В. и др. Формы инвестирования и организационно-экономическое обеспечение жилой застройки крупных городов // Экономика строительства. - 2011.-№ 2.-С. 11-24.

Черноенко Л.А.
экономист по производству
АО Гормолокозавод «Артемовский»
Россия, Приморский край, г. Артем

НОРМИРОВАНИЕ СЫРЬЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Основным сырьем на молокоперерабатывающих предприятиях является коровье молоко.

Приемка молока проводится от поставщика в присутствии представителя другой стороны или стороннего юридического лица по графику, согласованному договором поставок.

Согласно Методическим указаниям по применению нормативного метода учета затрат на производство Минмясомолпрома СССР [13] от 1981 года в обязанности лиц, ответственных за организацию учета и отчетности входит пересчет общезаводских норм расхода сырья в цеховые нормы расхода молока базисной жирности; правильное составление отчета и применение норм расхода сырья; ежедневное проведение анализа работы цеха, участка и разработку предложений по устранению имеющихся недостатков, распространение положительного опыта работы; разработку условий, показателей и форм хозрасчета участков, цехов с использованием данных нормативного учета; проведение инструктажей для работников, осуществляющих мероприятия по внедрению и дальнейшему совершенствованию применения нормативного метода хозяйственного учета; обеспечение бланками форм первичной учетной документации.

На предприятиях молокоперерабатывающей промышленности применяется нормативный метод учета, который предусматривает два варианта отчетности [15]:

1 За 15 дней отчетного периода по форме №П-16 мол - «Журнал учета расхода сырья и выработки готовой продукции» и №П-17 мол «Журнал учета движения готовой продукции».

2 Ежедневный учет по рапортам (отчетам) по форме №П-1 мол и №П-1а мол «Рапорт о переработке сырья и выработке готовой продукции».

Анализ работы предприятия проводится путем выявления экономии или перерасхода сырья по факту ведения хозяйственной деятельности. Для определения результатов использования сырья на производство жирной продукции фактический расход молока базисной жирности сопоставляется с расходом молока базисной жирности по норме. Если расход сырья по норме превышает фактический расход сырья, то на предприятии по сырью имеет место экономия (-), и наоборот: если фактически потрачено сырья больше, чем предусмотрено нормативами, то на предприятии имеет место перерасход сырья (+). В случае перерасхода молока базисной жирности против установленных норм составляется акт, в котором указывают причины допущенного перерасхода сырья.

Потери, вызванные нарушением технологии производства (выпуск продукции с повышенной жирностью, пониженной влажности) или неисправностью при работе оборудования (повышенное содержание жира в обезжиренном молоке, пахте, сыворотке) рассматриваются как перерасход сырья при производстве продукции.

Норма расхода – это максимальное плановое количество основного и вспомогательного сырья, используемое для создания единицы продукции надлежащего качества. Передовыми можно считать нормы, которые обеспечивают:

- наивысшие финансовые результаты при наименьших затратах;
- использование в производстве передовых достижений техники и

технологии;

- выполнение запланированных организационных мероприятий.

При внедрении норм на отдельно взятом предприятии необходимо руководствоваться перечнем нормативных документов – ГОСТов [11-12] и отраслевых приказов [1-10].

Об актуальности приведенных нормативно-правовых документов можно судить исходя из современного уровня научно-технического прогресса в сельском хозяйстве и уровня индустриализации агропромышленного комплекса.

Согласно приказу Госагропрома №1025 от 31 декабря 1987г. [8] утвержденные нормы расхода являются базовыми для анализа эффективности его расходования, помимо этого они являются базой для ориентировочных расчетов потребностей в сырье.

Однако этим же приказом предусмотрено дифференцирование норм в разрезе предприятий и разработка отдельным предприятием собственных индивидуальных норм с учетом различий в уровне технического оснащения, качестве сырья, технологических регламентах и других факторов. Дифференцирование производится путем проведения нормирующих мероприятий.

Если на предприятии фактические нормы расхода и потерь сырья часто не соответствуют нормативным, то их расчет возможно путем проведения нормирующих мероприятий (контрольных выработок и замеров).

Нормирующие мероприятия на предприятии могут производиться для [15]:

- уточнения действующих и расчета новых норм расхода и потерь основного и вспомогательного сырья при производстве молочных продуктов, внедрения более прогрессивного технологического оборудования;

- определения причин систематического перерасхода сырья и снижения качества продукции;

- мониторинга соблюдения производственными цехами норм расхода и потерь сырья и выходов готовой продукции (в плановом порядке, периодически);

- переведения норм расхода сырья на единицу продукции на выходе в нормы расхода молока базисной жирности (в обязательном порядке).

Нормирование расхода и потерь основного и вспомогательного сырья включает в себя разработку, утверждение и внедрение полученных с помощью контрольных выработок и замеров норм расхода в производственных условиях. Главной задачей нормирования сырья является разработка и применение в производстве продукции и планировании закупок технически обоснованных и экономически целесообразных норм расхода основного и вспомогательного сырья с целью наиболее эффективного их

использования.

Нормирующие мероприятия, на основании которых выводятся нормы расхода, проводят непосредственно в производственных цехах, оснащенных технически исправным и отлаженным оборудованием, которое работает в технологических режимах согласно установленным регламентам и инструкциям по эксплуатации.

Замеры осуществляются при установившейся работе оборудования. При этом производятся не менее пяти выработок при строгом соблюдении всех технологических регламентов. Для окончательной обработки результатов и установления средней нормы расхода необходимо суммировать показатели затрат сырья и выхода продукции соответственно и вывести средний расход сырья на 1 тонну продукта на выходе. Результаты нормирующих мероприятий не должны резко отличаться друг от друга, исключаются замеры с максимальным и минимальным расходом сырья. Потери сырья должны быть сведены к минимуму.

Проведение нормирующих мероприятий оформляется протоколами / актами, в которых отражаются все необходимые параметры по схеме технологического процесса. Акты о проведении нормирующих мероприятий сопровождаются лабораторными справками на полуфабрикат на выходе.

На предприятии анализируют итоги работы по проведению контрольных выработок и замеров и разрабатывают мероприятия, направленные на сокращение производственных потерь, повышение выходов продукции.

Индивидуальные нормы являются основанием для включения в плановую и фактическую себестоимость фактических затрат на производство, включающих в себя потери.

Указанные нормы должны быть в обязательном порядке утверждены руководителем предприятия.

В течение 2015 года на предприятии АО Гормолокозавод «Артемовский» проводилась разработка процесса «Нормирование производства». Внедрение процесса проходит в 2016 году. За время внедрения процесса проведена серия контрольных выработок в творожном цехе, контрольные замеры по счетчикам приемочно-аппаратного цеха, контрольные выработки на участке розлива и фасовки; результаты контрольных выработок успешно применяются финансово-экономическим департаментом и производственными цехами. В конце IV квартала 2106 года отделом труда и заработной платы запланировано подведение итогов квартала и выведение экономии / перерасхода по сырью. Итоговые результаты работы будут рассчитываться посменно на основании показателя расчетных потерь (Пр) по формуле:

Пр = Vсмеси-(выпуск/норма*1000), где

Vсмеси – объем переданной из аппаратного цеха смеси в кг,

Выпуск – выпущенная продукция в кг,

Норма – установленная норма выхода продукта в кг.

Расчетные потери выражаются в рублях в пересчете по цене за 1 кг смеси. Отрицательное значение показателя расчетных потерь говорит о том, что наблюдается экономия при производстве продукции на выходе, положительное значение данного показателя свидетельствует о перерасходе. Расчетные потери выводятся на основании внутреннего отчета по потерям смеси, формируемого в учетной программе 1С. В таблице 1 представлен фрагмент сформированного отчет по потерям смеси на примере цеха выработки творога и выведены расчетные потери по каждой партии полуфабриката.

Таблица 1 – Отчет по потерям смеси с выведением расчетных потерь

Полуфабрикат / Смесь / Мастер / Дата передачи смеси	Передано смеси, кг	Выпущено полуфабриката		Нормы выхода, кг/тн	Расчетные потери		
		кг	кг / на тонну		кг	цена смеси	сумма
п/ф Творог 9%	58 169	8 745	150	154	1383,29	26,46	36601,7
Смесь для творога 9%	58 169	8 745	150	154	1383,29	26,46	36601,7
Власова Наталья Васильевна	18 094	2 741	151	154	295,30	26,46	7813,6
24.01.2016 5:40	8 927	1 553	174	154	-1157,42	26,46	-30625,2
29.01.2016 5:55	9 167	1 188	130	154	1452,71	26,46	38438,8
Мазикина Ольга Борисовна	9 039	1 580	175	154	-1220,74	26,46	-32300,7
30.01.2016 18:47	9 039	1 580	175	154	-1220,74	26,46	-32300,7
Федорова Наталья Валерьевна	21 886	3 160	144	154	1366,52	26,46	36158,1
25.01.2016 5:40	4 180	609	146	154	225,45	26,46	5965,5
27.01.2016 13:43	8 913	1 309	147	154	413,00	26,46	10927,9
29.01.2016 23:01	8 793	1 243	141	154	721,57	26,46	19092,7
Цырендоржиева Лариса Юрьевна	9 150	1 264	138	154	942,21	26,46	24930,2
26.01.2016 15:52	9 150	1 264	138	154	942,21	26,46	24930,8
ИТОГО	58 169	8 745	150	154	1383,29		36601,7

В графе итого таблицы 1 сумма расчетных потерь положительная, т.е. можно сказать, что за приведенный период имел место перерасход сырья. Для того чтобы отнести сумму этого перерасхода на определенную смену и взыскать сверхнормативные потери с материально ответственных лиц, выпуск полуфабриката сгруппирован по мастеру смены. Как видно из таблицы, в смену мастера Мазикиной наблюдалась экономия, тогда как мастера Власова, Федорова и Цырендоржиева показали перерасход смеси.

Для снижения общего уровня производственных затрат самое важное — это совершенствование качества и устранение потерь. Нормирование производственных потерь на предприятии позволит сократить себестоимость продукции и поддерживать актуальный уровень сырьевых и материальных

запасов, что приведет к снижению затрат на их хранение и содержание.

Себестоимость продукции в разрезе материальных затрат характеризует эффективность использования ресурсов. Анализ структуры себестоимости проводится сопоставлением удельных весов отдельных элементов себестоимости в динамике.

Анализ изменения себестоимости под влиянием различных факторов выявляет экономию или перерасход затрат на производство, которые являются резервами снижения себестоимости.

Материальные расходы (затраты) занимают значительную часть расходов в хозяйственной деятельности производственного предприятия. К материальным затратам в структуре себестоимости относятся следующие виды расходов:

1 сырье и материалы для производства товаров (выполнения работ, оказания услуг) и их компоненты;

2 материалы для упаковки товаров и прочих нужд, связанных с производством товаров (проведение испытаний, контроля, эксплуатацию, содержание основных средств и пр.);

3 инструменты, приспособления, инвентарь, приборы, лабораторное оборудование, спецодежда и другие средства индивидуальной и коллективной защиты согласно законодательству Российской Федерации, и другое имущество, не являющееся амортизируемым (раньше это было МБП – малоценные быстроизнашивающиеся предметы). На исследуемом предприятии стоимость таких расходов включается в состав материальных затрат в полном объеме при вводе его в эксплуатацию (выдаче работникам по требованию, накладной и прочим документам);

4 комплектующие изделия для монтажа, полуфабрикаты для дополнительной обработки;

5 приобретение топлива, энергии всех видов, воды для технологических целей, выработка всех видов энергии, в том числе для собственных нужд, отопление зданий, а затраты на производство или приобретение мощностей, затраты на трансформацию и передачу энергии.

В таблице 2 проведем анализ материальных затрат в себестоимости продукции по структуре и динамике (на примере смеси для сыра Адыгейского) на 1 тонну продукта на начало 2016 года и на конец III квартала 2016 года, т.е. на момент до и после введения в действие процесса нормирования сырья.

Таблица 18 – Структурный анализ материальных затрат в себестоимости 1 тонны продукции (на примере смеси для сыра Адыг.) до и после введения в действие процесса нормирования сырья

Статьи материальных затрат	янв.16		сен.16		Абс. отклонение, руб.	Отн. отклонение, %
	Сумма затрат, руб.	Доля в общей сумме,	Сумма затрат, руб.	Доля в общей сумме,		

		%		%		
Сырье	37529,42	93,29	37931,18	94,04	401,76	1,07
Топливо и энергия	709,85	1,76	953,38	2,36	243,53	34,31
Прочие произв. расходы	693,66	1,72	723,47	1,79	29,81	4,30
Брак в производстве	778,78	1,94	237,65	0,59	-541,13	-69,48
Общепроизв. расходы	518,67	1,29	490,60	1,22	-28,07	-5,41
Итого	40230,38	100,00	40336,29	100,00	105,91	0,26

Исходя из представленных в таблице 2 данных, можно сделать вывод, что за период с января по сентябрь 2016 года материальная себестоимость продукции изменилась незначительно, общий рост производственной себестоимости составил 0,26%. Однако в структуре материальных затрат произошли изменения. Удельный вес топливных и энергетических затрат вырос на 34% в связи с ростом цен на данную статью себестоимости. Удельный вес сырья в структуре себестоимости увеличился на 1%, что произошло из-за незначительного удорожания исходного молока-сырья. При этом такая статья затрат, как брак в производстве, снизилась с 779 руб. до 238 руб. на тонну продукции, что составило 69,5%.

Снижение показателей брака в производстве произошло по причине проводящейся работы по нормированию производственных потерь сырья, снижению сверхнормативных потерь, стимулированию производственного персонала для развития рационального ресурсопотребления.

Введение процесса нормирования на предприятии АО ГМЗ «Артемовский» позволит сократить сверхнормативные потери, снизить себестоимость выпускаемой продукции за счет снижения расхода сырья и внедрения системы депремирования за несоблюдение производственных показателей, уменьшить страховой запас, т.е. снизить издержки на хранение. При этом в обороте предприятия будет оставаться больше свободных собственных средств, что положительно скажется на показателях ликвидности, рентабельности, финансовой устойчивости предприятия.

Список использованных источников:

1 Приказ Минмясомолпрома СССР № 397 от 29.11.85 г.
2 Приказ Минмясомолпрома СССР № 276 от 31.08.84 г.
3 Приказ Госагропрома СССР № 840 от 16.12.88 г.
4 Приказ Госагропрома СССР № 600 от 02.09.88 г.
5 Приказ Госагропрома СССР № 411 от 22.06.88 г.
6 Приказ Минмясомолпрома СССР № 162 от 27.04.83 г.
7 Приказ Минмясомолпрома СССР № 293 от 31.12.82 г.
8 Приказ Госагропрома СССР № 1025 от 31.12.87 г.
9 Приказ АО «Росмясомолпрома» №32 от 14.01.93 г.
10 Приказ Минмясомолпрома СССР № 442 от 13.12.80 г.

11 ГОСТ Р 52054 - Молоко натуральное коровье - сырье. ТУ.

12 ГОСТ 26809-86 - Молоко и молочные продукты. Правила приемки, методы отбора и подготовка проб к анализу.

13 Методические указания по применению нормативного метода учета затрат на производство и калькулированию нормативной (плановой) и фактической себестоимости продукции (работ) в производственных объединениях и на предприятиях Министерства мясной и молочной промышленности СССР от 29.12.1984 г.

15 Голубева Л.В. Производственный учет и отчетность в молочной отрасли: учеб. пособие - СПб.: ГИОРД, 2011. – 634 с.

Шайдуллова А. И.
студент 4 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВПО Тольяттинский государственный университет
Россия, г. Тольятти

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ МОМЕНТЫ ВЛИЯНИЯ САНКЦИЙ И ОБЩЕМИРОВОГО КРИЗИСА НА РОССИЮ

Аннотация: В данной статье рассматриваются основные положительные факторы для экономического развития России, вследствие санкций, которые были введены против страны, а также общемирового кризиса.

Ключевые слова: Евразийский экономический союз, импортозамещение, сельское хозяйство, малый бизнес.

Abstract: This article discusses the main positive factors for the economic development of Russia as a result of the sanctions that were imposed on the country, as well as the global crisis.

Keywords: Eurasian Economic Union, import substitution, agriculture, small business.

В связи с изменениями на мировой торговой арене, объявлениями санкций со стороны США и некоторыми западными странами, с которыми Россия имела партнерские отношения, состояние экономики в России начало существенно изменяться.

Вследствие санкций США и западных стран произошло снижение импорта в Россию. Также и Российская Федерация ввела запреты на ввоз определенных товаров в страну. В совокупности это привело к импортозамещению в России, что является положительным фактором для развития экономического состояния страны, поскольку это приведет к развитию промышленности, сельского хозяйства, увеличению производственных мощностей, снижению цен на товары, снижению безработицы.

Отечественное производство в аграрном секторе может выйти на новые рынки сбыта продукции, т.к. снизится конкуренция на рынке,

которую ранее составляли иностранные производители. Это приведет к увеличению производства продукции сельского хозяйства.

Проанализируем производство продукции сельского хозяйства за 2014 - 2015 гг.

Таблица 1

Производство основных продуктов растениеводства и животноводства в РФ (в хозяйствах всех категорий) [3]

Производство основных продуктов в РФ	2014 год (тысяч тонн)	2015 год (тысяч тонн)	Темпы роста (снижения), %
Растениеводства:			
картофель	31501	33646	106,8
овощи	15458	16103	104,2
плоды и ягоды	2996	2903	96,9
Животноводства:			
скот и птица на убой	12912	13451	104,2
молоко	30791	30781	100,0

На основе данных таблицы можно сделать вывод о том, что увеличилось производство основных продуктов растениеводства: темп роста картофеля составил 106,8%, овощей - 104,2%. Однако произошло снижение объема плодов и ягод (96,9%), поскольку в ягодный сезон не хватает сборщиков. Темпы роста производства основных продуктов животноводства составили: 104,2% - скот и птица на убой, 100,0 % - молоко.

Таким образом, положительная динамика развития сельского хозяйства позволила увеличить объемы сельхозпродукции, что оказало влияние на уменьшение импортируемых продуктов, а также увеличение доли экспорта продукции.

Импортозамещение в России позволяет открывать новые предприятия, которые производят качественную и недорогую продукцию. На рост новых производств оказала влияние поддержка малого бизнеса со стороны государства. Например, в г. Тольятти субъектам малого и среднего предпринимательства предоставляется безвозмездное субсидирование части затрат, которые связаны с приобретением оборудования в целях создания, развития или модернизации производства товаров, работ, услуг.

Положительным фактором для развития российской экономики также является вступление в силу 1 января 2015 года договора о Евразийском экономическом союзе, в его состав вошли: Российская Федерация, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Республика Армения, Кыргызская Республика. Данный союз позволяет увеличить экономическую конкурентоспособность стран-участниц в мировом масштабе.

Проанализируем экспортно-импортные операции России с Республикой Беларусь, Республикой Казахстан, Республикой Армения, Кыргызская Республикой в таблице 2.

Таблица 2

Экспортно-импортные операции России со странами ЕАЭС в I

полугодии 2016 года, млн. долларов США [2]

Страна	Экспорт	Импорт	Сальдо	Удельный вес, %	
				Экспорт	Импорт
Беларусь	7007,8	4144,8	2863	58,86	68,21
Казахстан	4043,8	1684,9	2358,9	33,97	27,73
Армения	369,6	184,8	184,8	3,10	3,04
Киргизия	483,7	61,8	421,9	4,06	1,02
Итого	11904,9	6076,3	5828,6	100	100

На основе данных таблицы можно сделать вывод о том, что наибольший удельный вес занимают экспортно-импортные операции России с Беларусью (58,86% - экспорт, 68,21% - импорт), затем располагается Казахстан доля в экспорт, которого 33,97%, импорт - 27,73%. Удельный вес экспорта в Киргизию составляет 4,06%, импорта - 1,02%. Экспортные операции России с Арменией составляют 3,10%, а импортные - 3,04%.

Положительные сальдо торгового баланса говорит о хорошей тенденции страны, т.к. экспорт превышает над импортом, что подразумевает конкурентоспособность отечественных производителей.

Необходимо отметить, что после того, как Visa и MasterCard отказались обслуживать клиентов нескольких российских банков из-за введенных санкций возникла необходимость создания национальной платежной системы. В 2014 году ЦБ РФ была создана компания-оператор "Национальная система платежных карт" (НСПК), которая позволит РФ не зависеть от западных компаний. НСПК - операционный и платежный клиринговый центр для обработки операций по банковским картам внутри России и оператор национальной платежной системы «Мир».[4]

До конца 2016 года НСПК планирует выпустить 16 миллионов карт "Мир". Как сообщал в мае заместитель председателя правления Сбербанка Александр Торбахов, Сбербанк с начала осени запустит пилотный проект выпуска карт платежной системы "Мир", а в конце осени такие карты уже получат участники ряда зарплатных проектов банка.[5]

Также, сократился импорт иномарок в Россию по причине девальвации рубля, снижения спроса на рынке, а также увеличения цен на иностранные автомобили, вследвие влияния мировой экономической нестабильности. По данным Федеральной таможенной службы объемы импорта легковых автомобилей сократился на 58,6% - из стран СНГ, на 49,9% - из стран дальнего зарубежья. Данный фактор является положительным, поскольку увеличится рост продаж российских автомобилей. Также, это позволит АвтоВАЗу увеличить объем легковых автомобилей, отправляемых на экспорт.

Таким образом, введение санкций, мировая экономическая нестабильность открывают потенциал для развития отечественного производства, что является положительным фактором.

Использованные источники:
1. Постановление мэрии городского округа Тольятти от 08.08.2016 № 2518-П/1 «О внесении изменений в постановление мэрии городского округа Тольятти от 28.05.2013 №1693-п/1 «Об утверждении Порядка субсидирования части затрат субъектов малого и среднего предпринимательства, связанных с приобретением оборудования в целях создания и (или) развития, и (или) модернизации производства товаров (работ, услуг)»
2. Статкомитет СНГ [Электронный ресурс]. URL: http://www.cisstat.com (дата обращения: 10.10.2016)
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru (дата обращения: 10.10.2016)
4. ВикипедиЯ [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Национальная_система_платёжных_карт (дата обращения: 10.10.2016)
5. РИА Новости [Электронный ресурс]. URL: https://ria.ru/economy/20160701/1456039889.html (дата обращения: 10.10.2016)
6. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. URL: http://www.customs.ru/index2.php?option=com_content&view=article&id=22570&Itemid=1981(дата обращения: 10.10.2016)

Шайдуллова А.И.
студент 4 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВПО Тольяттинский государственный университет
Россия, г. Тольятти

ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ

Аннотация: В данной статье рассматриваются основные цели и задачи создания Евразийского экономического союза, страны-участницы ЕАЭС, а также отмечены основные положительные эффекты от создания ЕАЭС.

Ключевые слова: Евразийский экономический союз, состав ЕАЭС, экспорт, импорт, заработная плата, сельское хозяйство.

Abstract: This article discusses the main goals and objectives of the Eurasian Economic Union, the countries participating in the EAEC, and analyzed with the export of Russian EAEC countries.

Keywords: Eurasian Economic Union, the composition of the EAEC, exports, imports, wages, agriculture.

Евразийский экономический союз берет свое начало в 1994 году, когда президент Казахстана выступил с инициативой формирования Евразийского Союза (ЕАС), целью которого являлось формирование единого экономического пространства и обеспечение совместной оборонной

политики. [1] В 1995 году президенты России, Казахстана, Беларуси, а также Кыргызстана, Таджикистана подписали первые соглашения о создании Таможенного Союза.

В связи с кризисными явлениями в экономике, а также с изменениями, которые начали происходить на мировой торговой арене, 1 января 2015 года вступил в силу договор о Евразийском экономическом союзе, предполагающий стабильное развитие экономик стран-участниц, в состав которого вошли: Российская Федерация, Республика Беларусь, Республика Казахстан, а также к этим странам присоединились Республика Армения, Кыргызская Республика, который позволит участникам союза увеличить экономическую конкурентоспособность в мировом масштабе. Данный союз гарантирует свободу движения товаров, услуг, капиталов и рабочей силы. Также, он гарантирует более близкое экономическое сотрудничество между странами, ставшими членами данного союза, позволяет увеличивать товарооборот, интегрировать торговую и налоговую политику стран.

Площадь ЕАЭС составляет 20229248 км2, а численность - 183319693 человек.

Основными задачами ЕАЭС являются:

- формирование общего финансового рынка;
- обеспечение свободы движения товаров, услуг, капиталов и рабочей силы;
- повышение экономической конкурентоспособности стран-участниц в мировом масштабе;
- формирование общего рынка транспортных услуг;
- создание общего энергетического рынка;
- создание единой валютной политики;
- обеспечение равных условий производственной и предпринимательской деятельности;
- обеспечение свободного передвижения граждан стран-участниц ЕАЭС внутри Сообщества;
- создание общего рынка лекарств и медизделий;
- проведение согласованной агропромышленной политики;
- обеспечение гарантий защиты прав потребителей и др.

Благодаря подписанию Евразийского экономического союза удалось значительно снизить цены на товары, поскольку уменьшились издержки, связанные с перевозкой сырья, материалов на товары.

ЕАЭС позволит странам-участницам решать проблему трудовых ресурсов с помощью развития кадрового потенциала. Актуальность реализации указанного направления в государствах-членах и в мире в целом связана с прогнозируемым дефицитом высококвалифицированных трудовых ресурсов, необходимостью формирования резерва человеческого капитала, развитием высокотехнологичных секторов, требующих использования междисциплинарного подхода и постоянного обновления знаний, а также с

необходимостью создания условий для развития и комфортного проживания населения государств-членов и творческого потенциала людей. Указанные факторы являются важными составляющими для последовательного повышения производительности труда.[2]

Макроэкономический эффект от ЕАЭС также заключается в обеспечение занятости граждан, увеличение уровня заработной платы, основанное на уменьшении издержек и повышении производительности труда.

Также произошло увеличение среднемесячной номинальной заработной платы по всем странам-участницам ЕАЭС, что можно увидеть в таблице 1.

Таблица 1

Среднемесячная номинальная заработная плата за 2014 - 2015 гг. [3]

Страна	2014 год	2015 год	Темпы роста, %	Темпы прироста, %
Россия, рублей	32495	34030	104,7	4,7
Беларусь, белорусских рублей	22729	25594	110,9	10,9
Казахстан, тенге	25451	34941	104,1	4,1
Армения, драмов	14445	21751	108,2	8,2
Киргизия, сомов	8733	12698	109,8	9,8

Данные таблицы показывают, что наибольший прирост среднемесячной номинальной заработной платы имеет Беларусь (10,9%), далее расположились Киргизия (9,8%), Армения (8,2%) . Темп роста номинальной заработной платы в России составил 104,7%, в Казахстане - 104,1%.

Рассмотрим данные взаимной торговли стран-участниц ЕАЭС. Проанализируем экспортно-импортные операции России с Республикой Беларусь, Республикой Казахстан, Республикой Армения, Кыргызской Республикой в таблице 2.

Таблица 2

Экспортно-импортные операции России со странами ЕАЭС в I полугодии 2016 года, млн. долларов США [3]

Страна	Экспорт	Импорт	Удельный вес, %	
			Экспорт	Импорт
Беларусь	7007,8	4144,8	58,86	68,21
Казахстан	4043,8	1684,9	33,97	27,73
Армения	369,6	184,8	3,10	3,04
Киргизия	483,7	61,8	4,06	1,02
Итого	11904,9	6076,3	100	100

Данные таблицы показывают, что наибольший удельный вес занимают экспортно-импортные операции России с Беларусью (58,86% - экспорт, 68,21% - импорт), далее располагается Казахстан доля в экспорт, которого 33,97%, импорт - 27,73%. Удельный вес экспорта в Киргизию составляет

4,06%, а в Армению - 3,10%, однако импортные операции России с Киргизией составляют всего 1,02%, а с Арменией - 3,04%.

Необходимо отметить, что наблюдается рост производства сельского хозяйства. Проанализируем темпы прироста производства продукции сельского хозяйства в постоянных ценах.

Таблица 3

Производство продукции сельского хозяйства стран ЕАЭС [4]

Страна	2015 год (млрд. долларов США)	2015 год в % к 2014 году (в постоянных ценах)	Темпы прироста (снижения), %
Россия	83	103,0	3
Беларусь	8,4	97,2	-2,8
Казахстан	12,4	104,4	4,4
Армения	2,1	111,7	11,7
Киргизия	3,1	106,2	6,2
Всего	109	103,0	3

На основе представленной таблицы можно сделать вывод о том, что наблюдается повышение сельского хозяйства во всех странах, кроме Беларуси. Наибольший прирост имеет Армения (11,7%), далее следует Киргизия (6,2%), Казахстан (4,4%), Россия (3%), снижение производства сельского хозяйства в Беларуси составляет 2,8%. В целом положительная динамика продукции сельского хозяйства свидетельствует об взаимодействии стран ЕАЭС и реализации путей эффективного развития сельскохозяйственного производства.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что благодаря подписанию Евразийского экономического союза снизились цены на товары, повысилась средняя заработная плата, произошло наращивание производств, что способствует увеличению благосостояния народов стран-участниц ЕАЭС.

Использованные источники:

1. Президент Республики Казахстан Н. А. Назарбаев о евразийской интеграции. Из выступления в Московском государственном университете им. М. В. Ломоносова 29 марта 1994 г.
2. Решение Высшего Евразийского экономического совета от 16 октября 2015 г. N 28 "Об Основных направлениях экономического развития Евразийского экономического союза"
3. Статкомитет СНГ [Электронный ресурс]. URL: http://www.cisstat.com (дата обращения: 10.10.2016)
4. Евразийская экономическая комиссия [Электронный ресурс]. URL: http://www.eurasiancommission.org (дата обращения: 10.10.2016)

Шайдуллова А. И.
студент 4 курса

Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВПО Тольяттинский государственный университет
Россия, г. Тольятти

НЕГАТИВНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ВЛИЯНИЯ САНКЦИЙ И ОБЩЕМИРОВОГО КРИЗИСА НА РОССИЮ

Аннотация: В данной статье рассматриваются основные факторы, которые негативно повлияли на экономическое развитие России, вследствие санкций, введенных против страны, а также мирового финансового кризиса.

Ключевые слова: финансовый кризис, инвестиции, внешняя торговля, экспорт, импорт, благосостояние граждан, реальный доход населения.

Abstract: This article examines the main factors that negatively affected the economic development of Russia, due to the sanctions imposed on the country, as well as the global financial crisis.

Keywords: the financial crisis, investment, foreign trade, exports, imports, the welfare of citizens, the real income of the population.

В связи с возникновение финансового кризиса в 2014 году состояние экономики России начало значительно изменяться. На это повлияли следующие факторы:

- уменьшение спроса на энергоносители, снижение цен на нефть, вследствие общемирового кризиса и увеличивающейся добычи энергоресурсов в мире (сланцевой нефти);
- введение санкций против России со стороны США, а также ряда западных стран, причиной которых стало присоединение Крыма к России.
- девальвация рубля, которая вызвана уменьшением цены на нефть и экономическими санкциями против Российской Федерации.

В первую очередь необходимо отметить, что введение санкций со стороны США, других западных стран против РФ, а также запрет Россией на ввоз определенных типов товаров в страну, падение мировых цен на нефть из-за все увеличивающейся добычи энергоресурсов негативно отразилось на товарообороте России. Проанализируем внешнюю торговлю РФ за 2013 - 2015 гг.

Таблица 1

Внешняя торговля Российской Федерации со всеми странами мира за 2013 - 2015 гг., млн. долларов США [3]

	2013 год	2014 год	2015 год	Темпы роста (2014г. к 2013г.), %	Темпы роста (2015г. к 2014г.), %

Экспорт	527266,4	497833,7	343426,7	94,4	69,0
Импорт	314967	286669,1	182403,5	91,0	63,6
Оборот	842233,4	784502,8	525830,3	93,1	67,0

Данные таблицы показывают, что экспорт РФ снизился в 2014 году по сравнению с 2013 годом на 5,6%, а в 2015 году по сравнению с предыдущим периодом на 31%. Уменьшение экспорта произошло за счет снижения цен на нефть, т.к. более половины объемов поставок приходится именно на энергоресурсы. Также произошло и снижение импорта: в 2014 году по сравнению с 2013 годом на 9%, в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 36,4%, в основном это произошло из-за ослабления рубля по отношению к доллару и евро. В итоге оборот сократился на 6,9% в 2014 году, и на 33% в 2015 году, что оказывает негативный эффект на экономику России.

Поскольку РФ имеет тесные экономические отношения со странами дальнего зарубежья и странами СНГ, то необходимо рассмотреть динамику экспортно-импортных операций РФ с данными странами-партнерами по важнейшим товарам за 2013 - 2015 гг.

Таблица 2

Экспорт-импорт России важнейших товаров за 2013 - 2015 гг., млн. долларов США [3]

Период	Дальнее зарубежье		СНГ	
	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт
2013 год	452902,1	276496,2	73490,3	41309,4
2014 год	433366,2	253948,2	63578,2	32034
2015 год	298657,4	161604,9	44769,3	20798,7
Темпы роста (2014г. к 2013г.), %	95,7	91,8	86,5	77,5
Темпы роста (2015г. к 2014г.), %	68,9	63,6	70,4	64,9

На основе данных таблицы можно сделать вывод о том, что происходит снижение экспорта и импорта России, особенно данное снижение заметно в 2015 году по сравнению с 2014 годом. Экспорт в 2015 году снизился в дальнее зарубежье на 31,1%, в страны СНГ на 29,6%. А импорт сократился на 36,4% из дальнего зарубежья, и на 35,1% из стран СНГ. Данный спад товарооборота произошел из-за введенных санкций, кризиса на мировом рынке сырья, экономических трудностей у стран Содружества РФ.

РФ обладает большим объемом энергоресурсов, имеет высокий уровень квалифицированных кадров, но падение цен на нефть, ослабление курса рубля, санкции, и в связи с этим ослабление российской экономики оказывают негативное влияние на привлекательность страны для инвесторов. Поэтому существенно уменьшился приток прямых иностранных инвестиций в РФ. Прекращение потока инвестиций в предприятия РФ

приводит к спаду производства, их неконкурентоспособности.

Проанализируем динамику прямых инвестиций в Россию за 2013 - 2015 гг.

Таблица 3

Динамику прямых инвестиций в Россию за 2013 - 2015 гг., млн. долларов США [4]

Прямые инвестиции	2013 год	2014 год	2015 год	Отклонение (+,-)	Отклонение (+,-)
В Россию	69219	22031	6478	- 47188	- 15553

На основе данных таблицы можно сделать вывод о том, что имеет место снижение потоков прямых инвестиций в РФ. В 2014 году поступление инвестиции уменьшилось на 47188 млн. долларов, а в 2015 году на 15553 млн. долларов.

Таким образом, общемировой финансовый кризис оказал влияние на благосостояние граждан. Кризис привел к снижению реальных располагаемых денежных доходов населения. Проанализируем темпы роста данного показателя за 2013 - 2015 гг.

Таблица 4

Реальные располагаемые денежные доходы населения за 2013 - 2015 гг., в % к предыдущему году [2]

Показатель	Темпы роста, %			Темпы прироста, %		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Реальные располагаемые денежные доходы населения	104	99,3	96	4	- 0,7	- 4

Данные таблицы показывают, что происходит снижение реальных располагаемых денежных доходов населения РФ в 2014 году по сравнению с 2013 годом на 0,7%, а в 2015 году по сравнению с предыдущим периодом на 4%. Данное снижение связано, прежде всего, с увеличивающейся инфляцией.

Таким образом, введение санкций, мировая экономическая нестабильность оказывают негативное влияние на развитие экономики России. Однако, существует потенциал для развития отечественного производства, что не может не являться положительным фактором. Происходит импортозамещение, появляются новые предприятия, развиваются отдельные отрасли экономики РФ (свое развитие получило сельское хозяйство), подписываются новые контракты на поставки энергоресурсов, также был подписал договор о ЕАЭС, гарантирующий свободу движения товаров, услуг, капиталов и рабочей силы, усиливается государственная поддержка.

Использованные источники:

1. Решение Высшего Евразийского экономического совета от 16 октября

2015 г. N 28 "Об Основных направлениях экономического развития Евразийского экономического союза"
2. Статкомитет СНГ [Электронный ресурс]. URL: http://www.cisstat.com (дата обращения: 20.10.2016)
3. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. URL: http://www.customs.ru/index.php (дата обращения: 20.10.2016)
4. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: http://www.cbr.ru/statistics/default.aspx?Prtid=svs&ch=ITM_33625#CheckedItem (дата обращения: 20.10.2016)

Шария Г.Р.
студент 3 курса
факультет Экономический
Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва
Россия, г. Саранск

ПРОБЛЕМЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В СОВРЕМЕННОЙ ЕВРОПЕ

Аннотация: *в статье рассматриваются проблемы и последствия миграционного кризиса в Европе, рассмотрены причины его возникновения.*
Ключевые слова: *миграция, Европейский Союз, кризис, беженцы.*

Annotation*: the article discusses the problems and consequences of the migration crisis in Europe, discussed its causes.*
Keywords*: migration, European Union, crisis, refugees.*

В современном обществе миграционные процессы стали достаточно распространенным и значимым с социально-экономической точки зрения явлением. В них ежегодно участвуют около 2-3% жителей земного шара. Желания и возможности людей перемещаться формирует целый конгломерат факторов – социально-экономических, политических, этнических, религиозных, экологических, демографических и иных.

К основным причинам данного процесса относят разрыв в ВВП на душу населения между Европой и странами Северной Африки и Ближнего Востока, а также военные конфликты в Сирии и Ираке. Все это в совокупности вызвало самый большой миграционный кризис в Европе со времен Второй мировой войны. За 2015 год в Европу прибыло 1,82 миллиона мигрантов, создав огромное давление на экономику [1]. По сравнению с 2014 годом прирост составил 60%. Массово бегут сирийцы и иракцы, ранее проживавшие в тех районах, которые в данный момент контролируют террористические организации.

Проблемы с притоком беженцев испытывает вся Европа. В странах Южной Европы — Греции и Италии, откуда далее мигранты через Македонию, Сербию и Венгрию стремятся попасть в Австрию, Германию

или Швецию.

Соискатели статуса беженца чаще всего желают подавать документы в страны с более «мягким законодательством», где шансы на положительный исход больше, и в экономически более развитых странах, где выше уровень пособий, зарплат и социальной поддержки новоприбывшим. Например, по данным UNHCR (Агентство ООН по делам беженцев), 43% из приехавших в Европу беженцев пожелали жить в Германии [2].

Ввиду данных факторов, отсутствует равномерное распределение беженцев по странам ЕС, предполагаемое Дублинским соглашением. Дублинское соглашение от 1990 года определяет ответственность государства-члена Евросоюза по изучению ходатайства о предоставлении убежища, чтобы избежать ситуации, при которой заявители просят множество стран Евросоюза о предоставлении убежища, или ситуации, при которой ни одно государство не берет на себя ответственности за заявителя. Соглашение возлагает на государства-члены ЕС, расположенные на границах, слишком много ответственности за просителей об убежище (например, Италию, Грецию, Венгрию) вместо разработки системы распределения бремени между государствами ЕС.

Тем самым возникает существенный перекос, создающий напряжение и не позволяющий найти общеевропейское решение проблемы. Последствия данных процессов оказывают огромное влияние на социально-экономическую жизнь в Европе.

Во-первых, страны, принимающие беженцев, подвергаются опасности стать объектами террористических актов. Ситуация, когда десятки тысяч беженцев из объятых войнами регионов совершенно бесконтрольно проникают в страну через внешние границы, дает активным участникам террористических группировок возможность беспрепятственно и в больших количествах попасть на территорию страны и приблизить исполнение их стратегических целей. Слишком велик общий поток прибывающих, и для тщательной проверки каждого у ЕС не хватает ресурсов.

Во-вторых, с увеличением количества беженцев, нарастает напряжение как внутри страны, так и между входящими в ЕС странами. Государства ЕС, сильнее прочих столкнувшиеся с проблемой роста числа беженцев, демонстрируют рост правых партий. Националистические партии выступают против интеграции с соседями по ЕС, призывая отказаться от евро, шенгенских соглашений, участия в НАТО и общей миграционной политики. Приход к власти таких партий чреват серьезными неприятностями для общеевропейских институтов и ценностей [4].

В-третьих, хотя мигранты и могут пополнить ряды рабочих, но многие из тех, кто прибывает из стран Ближнего Востока и Африки, не имеют ни навыков, ни образования, и, следовательно, лягут мертвым грузом на экономике принявшего их государства. Особенно высока такая вероятность в Германии и Скандинавских странах, где высокое пособие по безработице.

Толпы беженцев, живущих только на пособие обостряют и без того тяжелое социальное напряжение.

Перечисленные нами проблемы несут отрицательные последствия как для одной отдельно взятой страны ЕС, так и для всего Евросообщества. К глобальным проблемам мировой экономики (продовольственной, экологической, энергетической) добавляется проблема международной миграции.

Чем объясняется отсутствие должной эффективности иммиграционной политики ЕС? Представляется, что свою негативную роль сыграли несколько факторов.

Экономический фактор. Глобальный экономический кризис, начавшийся в 2008 г., хотя и не повлиял существенно воспрепятствовал реализации многих программ. Политики и практики как национального, так и европейского уровней вынуждены были отвлечься на преодоление последствий экономических и социальных потрясений, усугублявшихся кризисом зоны евро и неослабевающим ростом безработицы и неполной занятости. Политикам было трудно, а практически невозможно объяснить испытывающему трудности и скептически настроенному населению собственных стран необходимость сократить безработицу и одновременно привлечь новых экономических мигрантов. Неудивительно, что государства-члены без энтузиазма выполняли свои обязательства по имплементации законодательных норм ЕС в данной сфере [5]. Фактор кризиса уменьшил желание государств-членов поддержать новые законодательные инициативы Комиссии ЕС, которые, как они подозревали, обернутся существенными затратами на имплементацию директив, адаптацию действующих систем ко вновь устанавливаемым правилам.

Политический фактор. Ещё один фактор, не позволивший повысить эффективность иммиграционной политики ЕС – новая роль популистских партий и движений во многих государствах-членах. Всё больше избирателей по всей Европе считают, что их правительства потеряли контроль над иммиграцией, не могут должным образом регулировать приток иммигрантов и их интеграцию. Популистские партии, от Нидерландов до Греции, набрали политические очки на подобных настроениях и оказывают давление на правительства с тем, чтобы те признали их требования законными. На уровне ЕС рост влияния правых партий также охлаждает энтузиазм министров внутренних дел, которые вынуждены вести переговоры в Совете с оглядкой на проходящие в их странах дебаты по проблемам иммиграции. С наступлением миграционного кризиса, как мы уже отметили, настроения правые настроения только ухудшились.

Геополитический фактор. Резкий рост миграционных потоков с начала весны 2011 г., вызвавший кризис шенгенской системы и солидарности государств-членов, ещё раз продемонстрировал, что любые внешнеполитические действия государств-членов и Евросоюза в целом

имеют вполне определённые последствия и для внутриполитической ситуации, в том числе для развития пространства свободы, безопасности и правосудия [5].

Таким образом, отсутствие нормально работающей миграционной политики и заранее утвержденных квот на прием переселенцев, а также различия в отношении к проблеме у разных стран Евросоюза уже привели к разногласиям внутри него. Германия, старается «принять столько беженцев, сколько сможет», противостоит Восточной Европе, ужесточившей меры по получению статуса беженца и закрывающей свои границы. На данный момент Комиссии ЕС предстоит решить нелёгкую задачу – разработать программу иммиграционной политики нового поколения, в которой интересы и амбиции государств-членов сочетались бы с общими целями, которые определят социально-экономическое и политическое будущее ЕС. Неизменен тот факт, что Европейский союз, несмотря на тяжёлые кризисные времена, остаётся и, видимо, будет оставаться привлекательным для граждан третьих стран в течение длительного времени.

Использованные источники:

1. «Frontex publishes risk analysis for 2016» - данные приграничного агентства ЕС [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://frontex.europa.eu/news/frontex-publishes-risk-analysis-for-2016-NQuBFv (дата обращения: 14.09.16)
2. РИА Новости «Кризис с мигрантами в Европе в 2015-2016 годах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://ria.ru/spravka/20160414/1410128475.html (дата обращения: 12.09.16)
3. Euronews «Похоронит ли миграционный кризис Дублинское соглашение?» [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://ru.euronews.com/2015/09/10/refugee-crush-overwhelms-eu-dublin-rule (дата обращения: 12.09.16)
4. BBC Русская Служба – «Правый крен: стал ли в Европе сильнее национализм?» [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.bbc.com/russian/international/2016/04/160428_europe_far_right_lurching_analysis (дата обращения: 17.09.16)
5. О.Ю. Потемкина. Иммиграционная политика Европейского союза: итоги и новые вызовы // Миграционные проблемы в Европе и пути их решения Доклады Института Европы № 315 С.10-27 – М.: Ин-т Европы РАН , 2015. – 144 с.

Шатило Е.Л.
студент
Балтийская государственная академия рыбопромыслового флота

Россия, г. Калининград

ПЕРСПЕКТИВЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ВЗАИМНОГО ВЛИЯНИЯ ЦЕН В РАМКАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

Статья посвящена исследованию возможностей применения экономико-математических моделей в условиях развития межнациональных рынков и межгосударственных союзов.

Ключевые слова: межнациональные рынки, экономико-математические модели, Евразийский экономический Союз.

The article is devoted research of features of application of economic-mathematical models in conditions of development of international markets and international alliances.

Key words: international markets, economic-mathematical model of the Eurasian economic Union.

В рамках динамично развивающихся общественно-политических процессов и развития межнациональных рынков, особую роль играют механизмы ценообразования товаров и услуг при функционировании приференцированных межгосударственных союзов, характеризующихся благоприятными таможенными и беспошлинными льготами, а также новыми национальными рынками, создающих возможности перспективного ценообразования, в рамках новых законодательных и экономических возможностей. На процесс ценообразования товаров и услуг в Российской Федерации, особую роль играет Евразийский экономический Союз, открывающий новые перспективы развития экономики в русле динамики и открытой конкуренции. Членами этого Союза с равными правами и обязанностями в соответствии с Договором, являются республики Беларусь, Казахстан и Российская Федерация, Армения, Кыргызстан. Создание условий для развития экономик государств-членов в интересах повышения жизненного уровня их населения, формированию единого рынка товаров, услуг, капитала и трудовых ресурсов в рамках Союза, всесторонняя модернизация, кооперация и повышение конкурентоспособности национальных экономик являются основными целями Союза. В его рамках проводится согласованная политика, предусматривающая разработку и реализацию совместных действий государств-членов в целях достижения сбалансированного развития экономики.

Государства-члены в целях углубления экономической интеграции, развития сотрудничества в валютно-финансовой сфере, обеспечения свободного движения товаров, услуг и капитала на территориях государств-членов, повышения роли национальных валют государств-членов во внешнеторговых и инвестиционных операциях [1.]

Надгосударственный Союз осуществляет широкую деятельность в

рамках развития транснациональных рынков и ценообразования.

Разработка макроэкономических моделей цен, прежде всего интегрированного экономического пространства, может стать важным звеном мониторинга и имитационных расчетов последствий применения в экономике и внешней торговле таких инструментов государственного регулирования, как субсидии, налоги и таможенные пошлины. Речь идет о создании принципиально нового для рыночной экономики расчетно-имитационного инструментария государственного регулирования экономики и внешней торговли, используемого для гармонизации экономической, внешнеторговой и таможенной политики страны [1,3]. По мнению Звягина Л. С., обеспечение в моделях правильного выбора альтернативных технико-экономических и хозяйственных решений, с учетом потребностей будущих периодов, достаточно иметь информацию о предполагаемых темпах научно-технического прогресса и их влияния на экономику [3]. Основная проблема математической теории экономической динамики состоит в выборе среди возможных или допустимых траекторий такой, по которой экономическая система в действительности движется. Глобальный экономический кризис продемонстрировал не только несостоятельность современной модели мировой экономической системы, но и кризис современной теории экономико-математического моделирования. В работах Т.М. Дерендяевой и Г.А. Мухиной рассмотрены прикладные экономические модели применительно к отдельно взятому региону [1,2]. В статье «Проблемы двухстороннего развития туризма и трансграничного сотрудничества в Балтийском регионе» подчеркивается роль интеграционных процессов на постсоветском пространстве [2]. Как в среднесрочной, так и в долгосрочной перспективе, государственным органам, осуществляющим экономическую политику, так и предпринимателям, осуществляющим предпринимательскую и инвестиционную деятельность, необходимо использовать методы моделирования, учитывающих не только математические, статистические и эмпирические показатели, курсы валют и тенденции евразийской интеграции, но и ряд политических аспектов. В статье Т.М. Дерендяевой и Г.А. Мухиной «Индикаторы устойчивого развития региона» отмечается, что усиление экономических связей, прямым образом отражается на макроэкономических показателях, возможно, поэтому экономические модели, используемые для объяснения происходящих процессов, выработки экономической политики, прогнозирования состояния региональных экономик зачастую оказываются малоэффективными [1]. Применение математических моделей в долгосрочной перспективе, в условиях свободного валютного рынка возможны ошибки, связанные с внешними рисками и геополитической ситуацией. Использование экономико-математических моделей в среднесрочной перспективе, желательно использовать дискретно-событийное моделирование.

Целесообразно применение агентного моделирования, в соответствии с которым система может быть представлена как совокупность взаимодействующих подсистем-агентов. Моделируя поведение отдельных элементов системы, задавая сценарии их взаимодействия, можно исследовать закономерности поведения глобальной системы, анализировать её характеристики [3]. Учитывая специфику Евразийского экономического Союза, при осуществлении моделирования, в целях создания прогнозов, необходимо учитывать не только макроэкономические показатели России и государств-членов Союза, но и политические риски. Фактически, в новых социальных и экономических реалиях, моделирование необходимо осуществлять в рамках нескольких государств, с учетом специфики национальных рынков и соответствующего законодательства.

Использованные источники:

1. Дерендяева Т.М.,. Мухина Г.А. Индикаторы устойчивого развития региона. Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. Выпуск №2 (36). Калининград: Калининградский филиал СПбУ МВД России, 2014.- С. 157-160.
2. Дерендяева Т.М., Мухина Г.А. Проблемы двухстороннего развития туризма и трансграничного сотрудничества в Балтийском регионе. Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. Выпуск №2 (40). Калининград: Калининградский филиал СПбУ МВД России, 2015. - С. 142-145.
3. Звягин Л. С. Практические приёмы моделирования экономических систем // Проблемы современной экономики: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2015 г.). — Челябинск: 2015. - С. 14-19.

Шевченко В.С.
студент гр. 05001421
НИУ «БелГУ»

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

В наше время в развитых странах огромное внимание уделяется вопросу совершенствования качества жизни, как со стороны государства, так и со стороны общественных организаций. Главной особенностью в решении этого вопроса является улучшение экологической обстановки. Лидеры мировой экономики, считая себя цивилизованным обществом, прилагают некоторые усилия для разработки экологической политики в организациях. Нормами в сфере экономического управления являются международные стандарты. Универсальными являются стандарты ISO серии 14000: они применяются в области производства государственного и частного сектора. В отличие от большинства действующих в области охраны окружающей среды стандартов, направлена не на количественные показатели и не на изменение в технологии производства (хотя и не исключает их), а на управленческий потенциал организации[1]. Стандарты способствуют

созданию международного метода оценки состояния окружающей среды, контролю за информацией и уничтожению барьеров. Использование международных стандартов становится более популярным почти во всех странах. Управление, направленное на охрану окружающей среды и рациональное природопользование, способствует формированию благоприятного имиджа компании, улучшению взаимоотношений с органами власти, укреплению позиций на отечественном рынке и т.д.

Актуальность исследования заключается в том, что взаимосвязь людей и природы – одна из проблем развития всего человечества, так как при развитии своего производства предприятия нерационально используют ресурсы окружающей среды и загрязняют ее.

Цель исследования – определить необходимость реализации экологизации управления в организации.

Объектом исследования является реализация внедрения системы экологического менеджмента на предприятии.

Предметом исследования является система экологической политики в ОАО «НОВАТЭК».

Задачи исследования:

1. Выявить необходимость экологического менеджмента для предприятия.
2. Определить сущность экологизации управления.
3. Выявить развитие процесса экологизации управления .

Теоретико-методологической базой исследования являются труды ученых, инструктивные и справочные материалы, данные научных экономических журналов и газет.

Эмпирическую базу исследования составили результаты ученых Т.А. Трифоновой, В.Е. Муравьева, А.Хачатурова и других.

Экологизация — это процесс последовательного внедрения идей сохранения природы и устойчивой окружающей среды в сферы законодательства, управления, разработки технологий, экономики, образования и т.д. [2].

Задача управления взаимоотношения общества и природы в связи с увеличением технологий, масштабов производства и скоростью развития вызвала необходимость учитывать влияние человечества и его деятельности на состояние окружающей среды. Любая организация нуждается в осуществлении разработки, внедрения, реализации и анализа развития экологической политики. Это обеспечивает экологизация и система экологического менеджмента. Ни одно производство не должно наносить вред окружающей среде и доставлять обществу негативное воздействие своей деятельностью, каким бы оно крупным не было. Экономический подъем производства может привести к обострению экологической ситуации. С развитием производственной деятельности предприятия начинают осознавать преимущества природы и экологии и стремятся

ориентировать свою деятельность, продукцию и услуги на рациональное использование ресурсов и внедрение СЭМ.

Внедрение СЭМ включает планирование, затем организацию и практическую реализацию показателей, обеспечение внутреннего мониторинга и, наконец, проведение необходимого контроля, осуществляемого в соответствии с принятой экологической политикой и целями. Обязательной составной частью СЭМ является аудит, который выявляет достигнутые результаты посредством независимой оценки[3].

Проблемой является то, что внедрение системы экологического менеджмента представляют собой трудозатратную процедуру. Многие руководители российских компаний видят в экологическом менеджменте только дополнительные расходы и трудности, и не способны оценить ту пользу, которую принесут данные действия.

Решением проблемы является увеличение спроса потребителя на продукцию, которая наиболее безопасная для здоровья человека и окружающей среды.

Примером является ОАО «НОВАТЭК». ОАО «НОВАТЕЭК» занимается производством природного газа в России, а также его добычей. Проблема в том, что добыча, транспортировка, переработка углеводородного сырья является источником загрязнения окружающей среды. Поэтому в Компании внедрена экологическая политика, занимающаяся охраной окружающей среды, промышленной безопасностью и охраной труда. Компания стремится прогрессивно заниматься своей деятельностью, но при этом минимизировать негативные последствия своего производства. Именно поэтому экологическая политика ОАО «НОВАТЭК» предполагает соблюдение природоохранных требований и нормативов, рациональное использование ресурсов, создание комфортных условий проживания населения, а также обеспечение безопасных условий труда.

Развитие экологического менеджмента становится решением экологических проблем, в первую очередь, связанных с производством и потреблением товаров и услуг. Деятельность в области экологического менеджмента в настоящее время широкое развивается во всех странах. Так, на примере ОАО «НОВАТЭК» мы видим доказательство того, что предприятия могу существовать не нанося вреда экосистеме.

Использованные источники:

1. Т.А. Трифонова. Экологический менеджмент. Учеб. пособие/ Владим. гос. ун-т, Владимир. – 291 с, 2003
2. Муравьев В.Е. Термины и понятия «зеленой» экономики: глоссарий — http://www.rudocs.exdat.com
3. Хачатуров, А. Экологический маркетинг // Маркетинг в России и за рубежом. — 2008. — № 4.

Шукальская А. В.
магистрант

РЭУ им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Москва

ТЕОРИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И НЕОБХОДИМОСТЬ СИСТЕМЫ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация: *Актуальность исследования обусловлена тем, что современные гостиничные предприятия имеют острую проблему с подбором персонала, которая, несмотря на развитие технологий, индустрии в целом не меняется в лучшую сторону. Развитие индустрии гостеприимства на современном этапе характеризуется снижением влияния фактора сезонного заполнения, использованием передовых технологий, улучшением качества сервиса. Тем не менее, руководство гостиничных предприятий тратит значительные средства на обучение сотрудников, которые не заинтересованы работать в конкретной гостинице.*

Ключевые слова: *трудовая деятельность, эффективность трудовой деятельности, развитие персонала, человеческие ресурсы, развитие человеческих ресурсов, профессиональное развитие*

Abstract: *The actuality of this research is determined by the fact that modern hotels suffer from the problem of staff selection does not change for the better though technologies and the industry is continuously developing. Nowadays the development of the hotel industry is characterized by reducing the influence of seasonal filling factor, using modern technologies, improving service quality. Nevertheless, hotel directors spend large amounts of money on traiing employees, who are not interested to work in a concrete hotel.*

Key words: *labor activity, efficiency of labor activity, staff development, human resources, HR development, professional development*

Понятие «развитие персонала» стало в последние годы все чаще употребляться в компаниях, в том числе и на предприятиях гостиничной индустрии.

По этой причине целесообразно обратиться к понятийному аппарату таких терминов как «развитие», «развитие человеческих ресурсов», «развитие персонала».

В целом от развития персонала зависит множество факторов. Главным из которых является для гостиничного предприятия благоприятный климат. Он оказывает влияние на рабочий процесс и удовлетворенность клиентов-гостей гостиниц. [1]

В. М. Маслова определяет «развитие персонала» как совокупность мероприятий, которые направлены на развитие человеческого потенциала предприятий [2]. Базируясь на данном определении можно сделать вывод о том, что развитие влияет не только на персонал в целом, но и на каждого человека в частности.

Если рассматривать проблематику в узком смысле на базе определенной гостиницы, то можно увидеть, что развитие карьеры и личности способствует развитию самого предприятия гостиничной индустрии. В связи с чем, была выявлена прямая зависимость между развитием человеческих ресурсов, персонала (как сотрудников гостиничного предприятия) и развитием самого предприятия (гостиницы).

А. П. Егоршиным дается определение развития человеческих ресурсов, согласно которому этот термин понимают как «непрерывный комплексный процесс всестороннего развития личности работников организации для повышения эффективности их трудовой деятельности». [3]

Эта трактовка более направлена на определение развития конкретной личности в рамках определенной организации. Развитие человеческих ресурсов из определения напрямую связано с развитием персонала. Однако, несмотря на кажущуюся тождественность определений, все же по окружению они различны.

В понимании П.Э. Шлендера под понятием «развитие человеческих ресурсов» понимают систему мероприятий, которые направлены на распространение передового опыта и знаний, поддержку работников, способных к обучению, обучение молодых квалифицированных сотрудников, осознание управленцами значимости, важности развития сотрудников в рамках предприятия и снижения текучести кадров. [4]

Р. Харрисон также дает интересное определение в данной области. Согласно его трактовке, под стратегическим развитием персонала, трудовых ресурсов понимают «развитие, происходящее от четкого представления о потенциале и способностях, работающее в стратегической структуре предприятия в целом». [5]

Проведенный анализ понятийного аппарата в области исследуемой проблемы позволил сделать обобщение, сформировать определение, актуальное для современного гостиничного предприятия.

Развитие персонала гостиничного предприятия – это система управляемых действий в области подготовки персонала гостиницы по выполнению непосредственных функций деятельности в рамках конкретной службы, по решению новых задач для минимизации расхождений между требованиями руководителя и качествами реального человека.

Развитие персонала производится для достижения определенного уровня экономического и социального развития гостиницы, удовлетворения индивидуальных и коллективных потребностей персонала.

Процесс развития персонала на предприятии должен быть направлен на оптимизацию результативности его деятельности, в связи с чем, для реализации требуется создать необходимые условия. [7]

В первую очередь в исследовании проблемы интересен управленческий аспект, так как отношения внутри коллектива влияют лишь косвенно.

По своей сути развитие персонала на предприятии (в том числе в гостинице) представляет собой некий проект деятельности, состоящий из системы управленческих технологий, мероприятий и методов, направленных на повышение эффективности работы персонала посредством совершенствования его профессионального потенциала. [6]

Базируясь на методе системного подхода и принципах проектирования в менеджменте, следует переформулировать определение развития персонала.

Развитие персонала предприятия – это процесс взаимодействия управляющего и управляемого субъектов в отношении разработки и последующей реализации проекта развития персонала, состоящего из системы технологий, мероприятий и методов, направленных на повышение компетентности, профессионализма персонала для роста эффективности работы.

Из данного определения можно заключить, что для реализации проекта развития персонала требуется сформировать необходимые условия.

На практике до процесса реализации требуется детальная теоретическая разработка проекта с учетом всевозможных рисков.

Нельзя отрицать тот факт, что реализация проекта занимает время, которое оплачивается за счет средств предприятия, к тому же сами мероприятия обычно довольно дорогие (если не реализуются собственными силами). Поэтому прежде чем производить какое либо проектирование требуется определить его целесообразность и финансовые риски.

Сопоставляя данные социального и финансового влияния, можно принять решение о проведении проектирования, которое в результате не окажет негативное влияние на предприятие.

Основной целью профессионального развития персонала является формирование в рамках предприятия условий, при которых сотрудник сможет гармонично развиваться, повышать свой материальный, творческий, профессиональный статус, что поспособствует процветанию и стабильности самого предприятия. [9]

Для решения этой задачи предприятия требуется спроектировать модель развития, представляющую собой некую теоретическую конструкцию, которая будет объединять в себе различные технологии, средства и методы, способствующие процессу перехода из одного качественного состояния в иное.

Использованные источники:

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг. – Спб.: Питер, 2012. – С. 831
2. Волков Ю. Ф. Гостиничный и туристский бизнес / Ю. Ф. Волков. – М.: Феникс, 2009. – С. 100
3. Егоршин А. П. Управление персоналом / А. П. Егоршин. – М.: НИМБ, 2010. – С. 716

4. Ехина М. Организация обслуживания в гостиницах / М. Ехина. – М.: Академия, 2012. – С. 108
5. Кусков А. С. Гостиничное дело / А. С. Кусков. – М.: Дашков и Ко, 2010. – С. 114
6. Маслова В. М. Управление персоналом / В. М. Маслова. – М.: Юрайт, 2013. – С. 159
7. Рогожин М. Ю.Новый справочник кадровика / М. Ю. Рогожин. – М.: Проспект, 2013. – С. 85
8. Романов В. А. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование / В. А. Романов, С. Н. Цветкова, Т. В. Шевцова, В. В. Каращенко. – М.: Феникс, 2010. – С. 28
9. Шлендер П.Э. Управление персоналом / П.Э. Шлендер, В. В. Лукашевич, В. Д. Мостова, А. Н. Артемьев, Я. Г. Соскин. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. –С. 152

Шукшина Ю.А., к.э.н.
доцент
кафедра менеджмента и экономики образования
ФГБОУ ВО «МГПИ имени М.Е. Евсевьева»
Ганюшкина И.В.
руководитель отдела продаж
ООО «1С – БухОбслуживание. Мордовия»
Россия, г. Саранск

СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

В статье анализируется система внутреннего контроля коммерческой организации, исследуется её структура и механизм.

Ключевые слова: аудит, внутренний контроль, система внутреннего контроля, контрольная среда, система оценки рисков.

Shukshina Yu, Ph.D.
Associate Professor, Department of Management and Economics of Education,
Federal state budgetary educational institution of higher education «Mordovian State Pedagogical Institute named after M.E. Evseveva "Saransk
Ganyushkina I.V.
Head of Sales Department
LLC "1C - BuhObsluzhivanie. Mordovia"
Russia, Saransk

INTERNAL CONTROL SYSTEM IN THE ORGANIZATION

The article analyzes the internal control system of a commercial organization, we study its structure and mechanism.

Keywords: audit, internal control, internal control system, the control environment, risk assessment system.

Рассмотрим систему внутреннего контроля в организации на примере ООО «1С-БухОбслуживание. Мордовия». Основная задача системы аудита и внутреннего контроля в ООО «1С-БухОбслуживание. Мордовия» состоит в обеспечении наблюдения и (или) проверки функционирования любого объекта внутреннего контроля (предприятия в целом, его подразделений и филиалов, иных объектов внутреннего контроля) на предмет соответствия их деятельности законам, стандартам, планам, нормам, правилам, приказам, принимаемым управленческим решениям [1]. Устанавливая отклонения от требований этих документов и выявляя причины их возникновения, система внутреннего контроля способствует своевременной разработке собственниками и/или исполнительными органами управления предприятием, а также реализации мероприятий, нацеленных на его оптимальное функционирование.

Наличие эффективно работающей системы внутреннего контроля является важнейшим фактором роста конкурентоспособности экономического субъекта. Дело в том, что, как показывает международная практика [2, 3], наличие системы внутреннего контроля ООО «1С-БухОбслуживание. Мордовия» создает реальные предпосылки успешного развития бизнеса, в связи с:

1. появлением возможности на выгодных условиях привлекать инвестиции путем повышения качества финансовой (бухгалтерской) отчетности компании;
2. появлением возможности эффективно управлять использованием материальных и трудовых ресурсов компании и проводить эффективную ценовую политику.
3. появлением у собственников возможности контролировать деятельность топ менеджмента на соответствие его действий целям бизнеса хозяйствующего субъекта, а у топ менеджмента – эффективности работы филиалов и структурных подразделений.

В структуру внутреннего контроля экономического субъекта входят:

– контрольная среда;
– механизмы и средства внутреннего контроля;
– система оценки рисков.

Контрольная среда в соответствии с международными стандартами внутреннего аудита – это общее отношение высших органов управления компании к необходимости осуществления внутреннего контроля и предпринимаемые в связи с этим действия [3]. Правильно сформированная контрольная среда позволяет обеспечить необходимую процедуру и предпосылки для эффективной работы системы внутреннего контроля с помощью комплекса внутренних нормативных документов, предусматривающих разделение несовместимых функций, позволяющих руководителям всех уровней принимать комплексные управленческие

решения, касающиеся, в первую очередь, использования его активов, в том числе через систему визирования документов.

Под вышеупомянутыми несовместимыми функциями понимаются те из них, сосредоточение которых у одного лица в любых комбинациях может способствовать совершению им случайных или умышленных ошибок, а также затруднять их обнаружение. Сюда следует отнести:

1. непосредственный доступ к активам;
2. разрешение на осуществление операций с активами;
3. непосредственное осуществление хозяйственных операций;
4. отражение хозяйственных операций в бухгалтерском учете.

Контрольная среда включает в себя следующие элементы:

1. этические ценности;
2. философию и стиль управления;
3. организационная структура;
4. процесс распределения полномочий и ответственности;
5. политику и практику управления персоналом;
6. компетентность персонала.

Механизмы внутреннего контроля, главным из которых является система бухгалтерского учета, должны обеспечивать достижение следующих целей:

1. финансово-хозяйственные операции выполняются с разрешения уполномоченных на то руководителей;
2. все операции фиксируются в бухгалтерском учете (в правильных суммах, на надлежащих счетах бухгалтерского учета, в правильном периоде времени, в соответствии с принятой компанией учетной политикой). Это обеспечивает возможность подготовки достоверной финансовой (бухгалтерской) отчетности;
3. непосредственный доступ к активам разрешен регламентирующими документами строго определенному кругу сотрудников компании;
4. соответствие зафиксированных в бухгалтерском учете и фактически имеющихся в наличии активов методами инвентаризации определяется руководством с установленной нормативными документами периодичностью и, в случае расхождения, оно предпринимает надлежащие действия.

Правильное применение механизмов контроля призвано обеспечить удержание рисков потерь в допустимых пределах, установленных в рамках действующей системы управления рисками.

Система оценки рисков должна выявлять и предупреждать возможность появления финансовых или иных потерь связанных с внутренними и внешними факторами. Оценка рисков в рамках СВК осуществляется с помощью проверок эффективности работы бухгалтерии, наличия контрольной среды, механизмов и системы средств внутреннего контроля, результативности их деятельности. Цель этой системы – выявлять

потенциальные объекты внутреннего контроля, отклонения в работе которых от регламентированных параметров могут существенным образом негативно отразиться на финансово-хозяйственной деятельности предприятия в целом.

Использованные источники:

1. Постановление Правительства РФ от 23.09.2002 № 696 (ред. от 22.12.2011) "Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности" URL: http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=124340#0 (дата обращения: 18.10.2016)
2. Мусалеева Л.М., Шукшина Ю.А. Теория консалтинга в аудите // Системное управление. – 2010, выпуск 4 (9). URL: http://sisupr.mrsu.ru/wp-content/uploads/2015/02/Musaleeva.pdf (дата обращения: 18.10.2016)
3. The International Auditing and Assurance Standards Board ® (IAASB ®) URL: http://www.iaasb.org/ (дата обращения: 18.10.2016)

Яковлева А.И.
студент 3 курса
направление «Экономики»
Зюзина Н.Н., к.э.н.
доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ
Россия, г. Липецк

САЙТ-ВИЗИТКА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ РЕПУТАЦИИ БИЗНЕСА

BUSINESS CARD WEBSITE AS MEANS OF FORMATION BUSINESS REPUTATION

Ключевые слова: маркетинг, сайт-визитка, репутация, клиенты.

Keywords: marketing, business card website, reputation, customers.

Аннотация: статья посвящена сетевому маркетингу. Бизнес подстраивается под потребности потенциальных клиентов и проникает в интернет реальность. В интернете огромное количество потенциальных клиентов, а сайт-визитка отлично подходит для привлечения людей. В статье рассмотрены задачи, плюсы и минусы сайта - визитки.

Annotation: the article is devoted to network marketing. Business adapts to the needs of potential customers and penetrate the Internet a reality. On the Internet a huge number of potential customers and online business card is perfect for attracting people. The article deals with the problem, pros and cons of the site-business card.

Ни для кого не секрет, что социальные сети плотно вошли в нашу жизнь. Мы больше начали общаться в социальных сетях, искать нужную информацию не в газетах и книгах, а именно в интернете. Бизнес в свою очередь подстраивается под потребности потенциальных клиентов и также проникает в интернет реальность. Появляются такие понятия, как интернет-

магазины, фриланс, дистанционное обучение и тд. Рассмотрим такое термин, как сайт-визитка.

В интернете огромное количество потенциальных клиентов, а сайт-визитка отлично подходит для привлечения людей. Понимая этот факт, владельцы бизнеса стали выходить на новый уровень продвижения, создавая аналоги своих фирм и компаний в сети. Этот сайт нужен для компании так же, как вывеска на двери офиса. Также как ваш потенциальный клиент ищет дверь в здании — он ищет ваш сайт в интернете. Многие руководители до сих пор считают, что если у них, например, стоматология или производство соков — им не нужен сайт112.

«Что мы будем с ним делать? Мы ничего не продаем, заниматься им некому. Это явно дурацкое вложение денег» — думают они.

Но они ведь повесили вывеску на входе? Для того, чтобы их клиенты и проходящие мимо люди знали — здесь находится эта парикмахерская, сюда мы можем зайти, если нам понадобится стрижка, покраска и прочее. Интернет в наши дни та же улица, а этот сайт является такой же вывеской на ней и служит абсолютно тем же целям. Следует, что основная задача, которую выполняет сайт-визитка – это первичное ознакомление пользователей с товарами или услугами компании113.

Итак, зачем веб-сайт нужен любой компании, мы разобрались. Теперь разберемся с «дурацким вложением денег». Воспользуемся теми же примерами — вывеской на входе и парикмахерской. Вывеска сможет принять информацию от клиента? Сможет ли она ознакомить его с прейскурантом услуг? Может она сможет привлечь к вам клиентов из другого конца города? Нет. Веб-сайт может сделать всё вышеперечисленное плюс многое другое: заинтересовать человека, оставить у него приятное впечатление от посещения, написать об этом сайте другу и т.п. Выходит, что вложение денег вполне обосновано.

Что же должен включать в себя такой веб-сайт? Во-первых, должен быть небольшой размер (обычно всего 5-20 страниц). Так же сайт-визитка должен быть удобным. Посетитель должен иметь возможность максимально быстро найти необходимую ему информацию. И самое главное, хороший сайт-визитка должен хорошо и стабильно работать. Он должен быть доступен в Интернете 24 часа 7 дней в неделю, не должен выдавать ошибок, на нём не должно быть сломанных ссылок114.

Теперь возьмем немного статистики:

30% населения России использует интернет постоянно;

68% пользователей выходит в Сеть каждый день;

---

[112] Зюзина Н.Н. Маркетинговые коммуникации. Учебное пособие // Зюзина Н.Н. – Липецк, ЛКИ. – 2012. – 65 с. 2.

[113] Особенности сайта-визитки [Электронный ресурс]. URL: http://gutdesign.ru/7-effektivnyi-dizain-saita-vizitki/ (дата обращения: 22.09.2016).

[114] Координационный центр национального домена сети Интернет [Электронный ресурс]. URL: https://cctld.ru/ru/(дата обращения: 22.09.2016).

40% россиян имеет выход в интернет;

64.8% пользователей сделали хотя бы одну покупку через интернет;

59% пользователей узнают о погоде из Сети;

Каждый третий россиянин выходит в интернет каждый день115.

Современное общество идет по пути глобального информационного развития, уже сегодня более 60 процентов пользователей сети уверены, что всю необходимую информацию, касающуюся повседневной жизни, можно найти в Интернете.116

То есть, как видно из статистики (составленной на основе отчетов Минкомсвязи, Координационного центра домена .RU и пр.) — интернет важная и неотъемлемая часть жизни и работы для людей в нашей стране. Главное в хорошем сайте-визитке – это информативность, красота и понятность, если все эти три условия соблюдены, то такая страница будет очень полезна для компании, принесет ощутимый доход и известность.

Использованные источники:

1. Зюзина Н.Н. Маркетинговые коммуникации. Учебное пособие // Зюзина Н.Н. – Липецк, ЛКИ. – 2012. – 65 с. 2.

2. Координационный центр национального домена сети Интернет [Электронный ресурс]. URL: https://cctld.ru/ru/(дата обращения: 22.09.2016).

3. Минкомсвязь России [Электронный ресурс]. URL: http://minsvyaz.ru/ru/ (дата обращения: 22.09.2016).

4. Особенности сайта-визитки [Электронный ресурс]. URL: http://gutdesign.ru/7-effektivnyi-dizain-saita-vizitki/ (дата обращения: 22.09.2016).

5. Рейтинг развития Рунета [Электронный ресурс]. URL: https://cctld.ru/ru/statistics/rating_runet.php (дата обращения: 22.09.2016).

6. Божук С.Г. Маркетинговые исследования. Основные концепции и методы. – СПб.: Вектор, 2014. – 288 с.

7. Федько, С.А. Основы маркетинга: учебник/ С.А. Федько. — М.: ДАНА, 2013. — 375с.

8. Юдин О.И. Поведение потребителей и вирусный маркетинг // О.И. Юдин, Н.Н. Зюзина // Экономика и управление: сб.науч. статей Всеросс. науч.-практ. конф. – Тамбов-Липецк, Изд-во Першина Р.В. – 2011. – 6 с.

[115] Минкомсвязь России [Электронный ресурс]. URL: http://minsvyaz.ru/ru/ (дата обращения: 22.09.2016).

[116] Рейтинг развития Рунета [Электронный ресурс]. URL: https://cctld.ru/ru/statistics/rating_runet.php (дата обращения: 22.09.2016).

Якупова Ю.Н.
студент, 3 курс магистратуры
Маркова О. М., к.э.н.
научный руководитель, доцент
Департамент финансовых рынков и банков
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Россия, г. Москва

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В данной статье даются основные характеристики моделям, используемым для оценки финансовой устойчивости кредитных организаций. В частности, более подробно рассматривается модель, используемая Банком России, модель CAMELS, а также методика, используемая рейтинговым агентством. Кроме того, автором анализируются ключевые показатели деятельности российского банковского сектора по итогам 2015 года, а также основные причины ухудшения финансового состояния банков.

Ключевые слова: *антикризисное управление, финансовая устойчивость, стресс-тестирование, финансовое состояние, CAMELS, рейтинговые агентства.*

This article provides basic characteristics of the models used to assess the financial soundness of credit institutions. In particular, the model used by the Bank of Russia, the CAMELS model and the methodology used by the rating agencies. In addition, the author analyzes the key performance indicators of the Russian banking sector by the end of 2015, as well as the main causes of bank's financial stability deterioration.

Key words: *anti-crisis management, financial stability, stress testing, CAMELS model, rating agencies.*

Банковская система играет особую роль в современном мире. Привлекая временно свободные денежные средства и размещая их, банки выступают посредниками при перераспределении средств в экономике. Однако деятельность банков несет в себе риски, к основным из которых относятся кредитный, рыночный, операционный риски и риск потери ликвидности. Кроме того, снижение темпов развития экономики страны, которое наблюдается на протяжении последних лет, оказывает влияние и на банковский сектор в целом, в связи с чем проблема адекватной оценки финансовой устойчивости кредитных организаций становится еще более актуальной.

В данной статья будут рассмотрены основные причины, оказавшие влияние на ухудшение финансового состояния банковского сектора РФ в

2015 году, а также проанализированы модели, используемые современными экономистами для оценки финансовой устойчивости кредитных организаций. По результатам проведенного анализа будут предложены пути совершенствования используемых моделей для их адаптации к современным потребностям в оценке финансовой устойчивости банков, а также отмечены основные направления деятельности банков, на которые, по мнению автора, необходимо обращать внимание с целью повышения финансовой устойчивости кредитной организации в современных условиях.

Результаты анализа статистики Центрального банка Российской Федерации свидетельствуют о том, что за 2015 год активы банковского сектора выросли на 6,9%, составив 83 триллиона рублей. Вместе с тем, учитывая, что около 1/3 активов банков представлены в иностранной валюте, за вычетом валютной переоценки произошло сокращение активов банков - на 1,6%.

Аналитики отмечают, что активы банковского сектора сократились впервые за последние 10 лет, что свидетельствует об ухудшении

финансового состояния кредитных организаций. При этом специалисты выделяют несколько причин произошедшего.

График 1.

Динамика активов банковского сектора и бивалютной корзины в 2015 году.

Во-первых, адаптация банков к высоким процентным ставкам. Так, основное влияние на сокращение активов оказало снижение задолженности банков перед Банком России почти на 4 трлн. рублей - до 5,4 трлн. рублей. При этом, учитывая, что в конце 2014 - начале 2015 г. банки запаслись краткосрочной ликвидностью с избытком, на протяжении 2015 года ее объем сокращался.

Во-вторых, в настоящее время наблюдается стагнация в кредитовании.

Так, за 2015 год кредитный портфель банков вырос на 7,6% и составил почти 44 трлн. рублей, но с учетом валютной переоценки рост составил всего 0,1%.

Таблица 1.

Предоставленные кредиты, млрд. рублей.

	1/01/15	1/03/15	1/05/15	1/07/15	1/09/15	1/10/15	1/11/15	1/12/15	1/01/16
Кредиты, депозиты и прочие размещенные средства - всего	51 799	52 079	49 615	50 882	54 194	54 941	54 604	55 192	57 155
- просроченная задолженность	1 978	2 221	2 414	2 590	2 819	2 809	2 848	2 997	3 047
Кредиты и прочие размещенные средства, предоставленные нефинансовым организациям-резидентам	25 699	26 089	25 250	25 759	27 517	27 662	27 664	27 953	28 635
- просроченная задолженность	1 107	1 260	1 421	1 527	1 627	1 599	1 635	1 768	1 809
Кредиты и прочие средства, предоставленные физическим лицам-резидентам	11 304	11 060	10 799	10 704	10 742	10 733	10 689	10 648	10 657
- просроченная задолженность	666	730	768	805	850	858	871	864	862
Справочно:									
Резервы на возможные потери по кредитам, депозитам и прочим размещенным средствам	3 460	3 681	3 726	3 914	4 244	4 253	4 299	4 370	4 526
Просроченные проценты по предоставленным кредитам, депозитам и прочим размещенным средствам, учитываемые на балансовых счетах	174	189	196	210	221	222	212	208	196

При этом портфель кредитов, выданных корпоративным клиентам,

вырос на 12,7% в номинальном выражении (на 2,5% в реальном). Вместе с тем аналитики отмечают, что на балансе банков большое количество реструктурированных кредитов, которые отражаются как вновь выданные, в связи с чем, по их мнению, кредитование юридических лиц на самом деле существенно снизилось.

Кредиты, выданные физическим лицам, в свою очередь, сократились как в номинальном, так и в реальном выражении - на 5,7% и 6,3% соответственно.

По прогнозам рейтингового агентства Fitch, в 2016 году рост кредитов юридическим лицам составит примерно 5% в реальном выражении, в то время как кредиты физическим лицам практически не изменятся.

В-третьих, недостаток капитала и низкое качество заемщиков, и, как следствие, рост просроченной задолженности. В настоящее время учитывая нестабильную экономическую ситуацию в стране, большинство заемщиков стремятся к снижению долговой нагрузки, в связи с чем спрос на кредиты падает. В первую очередь это касается платежеспособных заемщиков, в связи с чем качество заемщиков снижается, что, в свою очередь, сказывается на достаточности капитала банков.

И наконец, убыток банковской системы. Так, по итогам 2015 года прибыль банковского сектора составила 192 млрд. рублей, при этом за декабрь был получен убыток в размере 73 млрд. рублей. Если вычесть прибыль, полученную Сбербанком (порядка 44 млрд. рублей), то убыток банковской системы составит более 117 млрд. рублей.

На финансовый результат оказало влияние и доформированное резервов на возможные потери, которые за 2015 год увеличились на 1,4 трлн. рублей или на 30% и составили около 3% кредитного портфеля.

Оценка финансовой устойчивости кредитной организации проводится с целью выявления и оценки потенциально опасных факторов риска, а также последующей минимизации вероятности возникновения высокого уровня финансовых потерь, которые могут быть вызваны наступлением кризиса. Надзорным органом и современными экономистами предложено множество моделей оценки финансовой устойчивости кредитных организаций. Рассмотрим основные из них.

Так, Банком России разработана собственная методика оценки финансового состояния банка - регулятором было выпущено Указание Банка России от 30.04.2008 № 2005-У «Об оценке экономического положения банков». В соответствии с указанным нормативным документом, экономическое положение банков оценивается по следующим параметрам - это капитал, активы, доходность, ликвидность, выполнение обязательных нормативов Банка России, процентный риск117, риск концентрации118,

[117] Оценка данного показателя осуществляется начиная с 1 июля 2016 года.

[118] Оценка данного показателя для банков, размер активов которых составляет 500 млрд. рублей и более, осуществляется начиная с 1 июля 2016 года, менее 500 млрд. рублей - с 1 июля 2017 года.

качество управления и прозрачность структуры собственности кредитной организации.

При проведении оценки экономического положения кредитной организации Банком России учитываются данные отчетности, предоставляемой банками в соответствии с Указанием Банка России от 12.11.2009 №2332-У «О перечне, формах и порядке составления и представления форм отчетности кредитных организаций в Центральный банк Российской Федерации», а также суждения надзорного органа о деятельности кредитной организации.

Кроме того, на классификационную группу кредитной организации влияет наличие примененных в отношении банка мер воздействия, наличие основание для осуществление мер по предупреждению банкротства кредитной организации и их применение, а также наличие оснований для отзыва лицензии на осуществление банковских операций.

По результатам оценки всех параметров, банкам присваивается классификационная группа (с 1 по 5) - чем выше классификационная группа, тем хуже экономическое положение банка.

Таким образом, при оценке экономического положения кредитной организации Банком России учитываются как количественные, так и качественные показатели, что является преимуществом данной модели, поскольку такой подход позволяет регулятору также учесть такие виды рисков, как правовой, стратегический и репутационный.

Вместе с тем, у модели Банка России есть и ряд недостатков. Так, модель не учитывает динамику и прогнозные значения основных показателей деятельности кредитных организаций. Таким образом, данная методика характеризует финансовую устойчивость кредитной организации в момент оценки. При формальном соблюдении действующих требований регулятора, у банка могут наблюдаться негативные тенденции в деятельности, которые окажут существенное влияние на финансовую устойчивость кредитной организации в будущем, при этом они не будут учтены при классификации кредитной организации. Данный недостаток можно нивелировать добавлением требования к отнесению кредитной организации к 1 и 2 классификационным группам только в случае отсутствия существенного ухудшения основных показателей деятельности банка.

Модель, используемая Банком России, также не учитывает внешние факторы, которые могут оказать влияние на финансовую устойчивость кредитных организаций. К таким факторам, прежде всего, можно отнести общеэкономическую ситуацию в стране, в том числе динамику основных макроэкономических показателей, таких как уровень безработицы, ВВП, соотношение курсов валют. Для учета данных показателей возможно применение такого инструмента, как стресс-тестирование, суть которого заключается в оценке возможности возникновения потенциальных проблем банка в связи с наступлением определенных экстремальных событий.

Характерной особенностью стресс-тестирования является тот факт, что оно позволяет учесть индивидуальные характеристики банков, такие как размер банка, структура и качество активов и пассивов (в частности зависимость от рынка МБК, доля кредитов физическим и юридическим лицам и т.п.) и так далее. Результаты проведенного анализа позволяют оценить влияние определенных параметров (факторов) на показатели деятельности банка, что впоследствии может быть использовано при отнесении кредитной организации к той или иной классификационной группе.

Кроме того, для адекватной оценки финансового положения банков в соответствии с методикой Банка России необходимо использовать большое количество информации, доступной в распоряжение только надзорного органа, в связи с чем применение данной методики невозможно всеми заинтересованными сторонами.

Модель CAMELS, используемая надзорными органами США, является на сегодняшний день одной из самых известных моделей оценки финансовой устойчивости банков. В рамках данной модели проводится анализ достаточности капитала банка, качества его активов и управления, уровня доходности, ликвидности и чувствительности к риску. По каждому из отмеченных показателей проводится соответствующий анализ, по результатам которого присваиваются баллы - от 1 до 5.

По результатам проведенного анализа рассчитывается итоговый суммарный рейтинг, который позволяет отнести кредитную организацию к одной из пяти групп. Каждая из этих групп характеризует уровень устойчивости банков - начиная от устойчивых организаций и заканчивая организациями с критическими проблемами.

Данная методика, в свою очередь, имеет следующий недостаток. Перед проведением оценки финансовой устойчивости все банки делятся на группы. Основным параметром, отличающим одну группу банков от другой, является величина активов. Такой метод, с одной стороны, позволяет учесть масштабы деятельности кредитных организаций. С другой стороны, величина активов не всегда является единственной характеристикой для определения сопоставимости банков. В данном случае целесообразно также учитывать приоритетные направления деятельности кредитных организаций, в том числе возможна сегментация банков по группам потребителей банковских услуг, линейке предоставляемых продуктов и услуг и так далее.

В настоящее время широкое применение находят рейтинги кредитоспособности банков, присваиваемые рейтинговыми агентствами. Так, рейтинг кредитоспособности представляет собой мнение рейтингового агентства и характеризует способность и готовность банка своевременно и в полном объеме выполнять свои обязательства, как текущие, так и возникающие в ходе его деятельности.

Рассмотрим методику оценки кредитоспособности банков,

используемую рейтинговым агентством «Эксперт РА».

Рейтинговый анализ проходит в два этапа. На первом этапе определяется рейтинг самостоятельной кредитоспособности кредитной организации, для формирования которого проводится оценка рыночных позиций банка, его финансовых рисков, управления и риск-менеджмента, а также влияния внутренних факторов поддержки и стресс-факторов. Каждый блок имеет соответствующий вес, характеризующий степень влияния на формирование итогового результата.

Так, наибольший вес (71%) имеет блок финансовые риски, который включает в себя анализ достаточности капитала, концентрации кредитного риска, сформированных резервов, качества активов и внебалансовых обязательств, прибыльности, ликвидности, структуры привлеченных средств, а также рыночного риска.

Особое внимание следует уделить тому факту, что «Эксперт РА» проводит стресс-тестирование достаточности собственных средств (капитала) банка исходя из концентрации кредитных рисков и кредитного качества контрагента. В частности, в качестве стресс-сценариев рассматривается повышение кредитного риска, который может быть выражен в обесценении части ссудного портфеля и портфеля ценных бумаг, реализации крупнейших кредитных рисков, дефолт контрагентов по корреспондентским счетам и размещенным МБК.

При оценке внутренних факторов поддержки анализируется достаточность финансовых показателей, прежде всего капитала и ликвидности, в случае непредвиденного обесценения активов или оттока привлеченных средств. В качестве внутренних стресс-факторов анализируются слабые стороны конкретной кредитной организации, которые могут выражаться в узкой клиентской базе, кредитование связанных с собственниками сторон, признаки вовлеченности кредитной организации в проведение сомнительных операций, низком уровне обеспеченности ссуд и так далее.

Таким образом, рейтинг самостоятельной кредитоспособности отражает мнение рейтингового агентства о финансовой устойчивости банка без учета внешних по отношению к нему факторов, таких как поддержка со стороны собственников и органов власти, планируемые изменения в регулировании и так далее.

На втором этапе определяется итоговый рейтинг кредитоспособности банка, который определяется исходя из влияния внешних факторов поддержки и внешних стресс-факторов на рейтинг самостоятельной кредитоспособности кредитной организации.

Так, к внешним факторам поддержки рейтинговое агентство относит поддержку со стороны собственников и органов власти, к внешним стресс-факторам - негативное влияние собственников, риски регулирования и надзора, а также иные внешние стресс-факторы.

По итогам проведенного анализа банку присваивается рейтинг кредитоспособности - от Е (отзыв лицензии или ликвидация) до А++ (исключительно высокий (наивысший) уровень кредитоспособности) - который выражает вероятность своевременного выполнения кредитной организацией финансовых обязательств, в том числе с учетом макроэкономических и рыночных показателей. «Эксперт РА» также присваивает прогноз по рейтингу, который выражает вероятность изменения рейтинга банка в среднесрочной перспективе (от развивающегося до позитивного).

Таким образом, методы оценки устойчивости банков, используемые рейтинговыми агентствами, обладают рядом безусловных преимуществ перед вышеупомянутыми моделями. К таким преимуществам следует отнести открытость, доступность, учет индивидуальных характеристик деятельности банков, возможность использования итогов рейтинга для сравнения финансовой устойчивости банков. Вместе с тем, как показывает практика, рейтинги кредитоспособности банков, присвоенные рейтинговыми агентствами, не всегда позволяют адекватно оценить финансовую устойчивость кредитной организации.

В качестве примера рассмотрим ситуацию с присвоением рейтинга кредитоспособности «Эксперт РА» ПАО «Нота-Банк», в который с 13 октября 2015 года Банком России была введена временная администрация в связи с неудовлетворение кредитной организацией требований кредиторов по денежных обязательствам в сроки, превышающие семь дней с даты их удовлетворения.

Согласно данным официального сайта «Эксперт РА», 28 сентября 2015 года рейтинговое агентство подтвердило Банку рейтинг кредитоспособности на уровень А+, что означает очень высокий уровень кредитоспособности, вместе с тем понизило подуровень (с I на III). Прогноз по рейтингу был присвоен «стабильный». В качестве негативных фактов деятельности Банка агентством были отмечены ухудшение показателей краткосрочной ликвидности, снижение уровня достаточности капитала, а также низкий уровень имущественного залогового обеспечения. Позитивные - высокие показатели рентабельности, низкий уровень просроченной задолженности, а также сбалансированность активов и пассивов по срокам на долгосрочном периоде.

8 октября 2015 года рейтинг был изменен - рейтинговым агентством были дополнительно отмечены такие негативные факторы, как давление крупных выплат на ликвидность Банка и недостаточно консервативный подход к формированию резервов по ссудам. Итог - рейтинг кредитоспособности ПАО «Нота-Банк» А - «Высокий уровень кредитоспособности», «стабильный» прогноз. Отмечаем, что согласно материалам СМИ, на банковских форумах имелась информация, что Банк с 5 октября 2015 года начал испытывать проблемы с проведением платежей.

«Эксперта РА» изменило рейтинг кредитоспособности Банка до уровня B+ «Невысокий уровень кредитоспособности» (прогноз «негативный») 12 октября 2015 года после того, как Банк ввел лимит на выдачу средств вкладчикам в размере 10 тыс. рублей в сутки. 13 октября 2015 года в Банк была введена временная администрация.

Данный пример показывает, что несмотря на указанные выше преимущества, методика, используемая рейтинговым агентством, также не всегда способна адекватно оценить финансовую устойчивость кредитной организации. Вместе с тем следует отметить, что зачастую проблема адекватной оценки финансового положения кредитной организации состоит в самом качестве информации, используемой для анализа.

Как известно, публикуемая банками в соответствии с российскими стандартами отчетность носит синтаксический характер, что не позволяет оценить экономическое содержание проводимых операций. Отчетность, публикуемая банками в соответствии с МСФО и более подробная отражающая некоторые основные аспекты в деятельности банков, становится доступной всем пользователям информации только спустя несколько месяцев после отчетной даты, что не позволяет проводить оперативную оценку финансовой устойчивости кредитной организации.

В данном случае безусловным преимуществом обладают надзорные органы, владеющие более подробной информацией о деятельности банков. Вместе с тем, как следует из информации регулятора, зачастую банки предоставляют в Банк России недостоверную отчетность. При этом порой данные факты могут выявляться только после отзыва у кредитной организации лицензии на осуществление банковских операций.

В связи с этим актуальной становится проблема отвественности должностных лиц кредитных организаций за предоставление недостоверной отчетности. В настоящее время такая ответственность регулируется нормами ст. 172 Уголовного кодекса Российской Федерации и предусматривает наказания вплоть до лишения свободы сроком до 4 лет. Вместе с тем, продолжающаяся практика выявления недостоверной отчетности кредитных организаций свидетельствует о том, что отчетность не каждой кредитной организации достоверно отражает ее финансовое положение.

В течение 2015 года Центральный банк принимал ряд мер, направленных на повышение устойчивости национального банковского сектора. Вместе с тем, приведенные выше данные показывают, что в настоящее время наблюдается стагнация в развитии банковского сектора. Экономисты выделяют множество причин ухудшения финансового состояния банков, связывая их как с внутренними особенностями организации бизнеса, так и с внешней средой, в которой функционируют банки. Однако, все специалисты схожи во мнении, что кризисы в банках наносят существенный ущерб не только самим кредитным организациям, но и потребителям банковских услуг, поэтому необходима качественная

система предупреждения и управления кризисными ситуациями не только на уровне всей банковской системы, но и на уровне отдельного банка.

По результатам проведенного анализа можно сделать вывод о том, что рассмотрения только основных показателей деятельности кредитной организации не достаточно для адекватной оценки ее финансового положения. Для этого необходимо, в том числе, понимание бизнес-модели и направлений деятельности кредитной организации, что поможет учесть индивидуальные характеристики каждого анализируемого банка и, как следствие, выявить те виды рисков, которым в наибольшей степени подвержен банк. Вместе с тем, проведение качественного анализа невозможно без наличия полной и достоверной информации о деятельности кредитной организации, в связи с чем необходимо повышать ответственность должностных лиц банков за доведение актуальной, достоверной и полной информации до всех заинтересованных сторон.

Что касается улучшения финансового состояния кредитных организаций, то, по мнению автора, с целью повышения устойчивости банков в современных условиях прежде всего необходимо уделять более пристальное внимание операциям по кредитованию клиентов. В частности, учитывая снижение темпов развития экономики страны, адекватно оценить финансовые возможности заемщика на перспективу бывает крайне сложно, в связи с чем в настоящее время необходимо выдавать кредиты только под обеспечение. При этом на постоянной основе сотрудниками банка должен проводиться мониторинг просроченных задолженностей и качества выданных ссуд.

Кроме того, поскольку ухудшение качества активов банка сказывается и на уровне достаточности капитала, что, в свою очередь, может привести к нарушению обязательных нормативов деятельности, руководству кредитных организаций необходимо принимать меры по увеличению собственные средства банка. Одной из таких мер может являться принятие собственниками банков решения о направлении прибыли прошлых лет на увеличение капитала банка.

В настоящее время также актуальной является проблема потери банком ликвидности. С целью избежания обострения данного вида риска менеджеры банка должны уделять особое внимание репутации банка как среди населения, так и среди других банков. Такие действия исключат значительный отток вкладов и сокращение/закрытие лимитов по кредитованию на рынке межбанковских кредитов при возникновении проблем в функционировании кредитной организации. При этом подразделению риск-менеджмента банка необходимо проводить тестирования и адаптацию используемых методик антикризисного управления в соответствии со структурой портфелей привлеченных и размещенных средств.

Использованные источники:

1. Указание Банка России от 30.04.2008 № 2005-У «Об оценке экономического положения банков» (с изменениями и дополнениями).
2. Биянова, Н. Банковская система сокращается вместе с экономикой [Электронный ресурс] / Н. Биянова, Т. Воронова, А. Еремина // Электронное периодическое издание «Ведомости». Режим доступа: https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2016/01/26/625444-bankovskaya-sistema,
3. Колток, Ю. Средним банкам приходится приспосабливать бизнес-модель к изменившимся экономическим условиям [Электронный ресурс] / Ю. Колток // Электронное периодическое издание «Ведомости». Режим доступа: http://www.vedomosti.ru/finance/blogs/2016/02/24/631220-srednim-bankam-prisposablivat-biznes-model-izmenivshimsya,
4. Матовников, М. 60-70 российских банков могут лишиться лицензии в 2016 году [Электронный ресурс] / М. Матовников // Банковский портал Банки.ру. Режим доступа: http://www.banki.ru/news/lenta/?id=8727230,
5. Нота-банк установил ограничение на выдачу наличных с пластиковых карт (новости информационного портала Банки.Ру.) [Электронный ресурс] // Банковский портал Банки.ру. Режим доступа: http://www.banki.ru/news/lenta/?id=8360523
6. Обзор банковского сектора Российской Федерации [Электронный ресурс] // Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации. Режим доступа: http://www.cbr.ru/analytics/?PrtId=bnksyst,
7. Овсянникова, Е. Сколько будет нормально? [Электронный ресурс] / Е. Овсянникова // Электронное издание «Коммерсантъ». Режим доступа: http://kommersant.ru/doc/2937615,
8. Подходы к организации стресс-тестирования в кредитных организациях, (на основе обзора международной финансовой практики) [Электронный ресурс] // Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации. Режим доступа: http://www.cbr.ru/analytics/stress.htm,
9. Раксина, А. «Банковская сфера далека от нормального состояния» [Электронный ресурс] / А. Раксина // Официальный сайт ЗАО «Газета «Новые Известия». Режим доступа: http://www.newizv.ru/economics/2016-02-10/234405-prezident-associacii-rossijskih-bankov-garegin-tosunjan.html#,
10. Рейтинги кредитоспособности банков [Электронный ресурс] // Официальный сайт международного рейтингового агентства RAEX. Режим доступа: http://www.raexpert.ru/ratings/bankcredit/method/,
11. Тегин, М. «Традиционные источники роста банковской системы практически исчепали себя» [Электронный ресурс] / М. Тегин // Банковский портал Банки.ру. Режим доступа: http://www.banki.ru/news/interview/?id=8748698,
12. Якимова, И.А. «Анализ деятельности банка по методике CAMELS (опыт надзорных органов США)» [Электронный ресурс] / И.А. Якимова // Информационное агентство Банкир.Ру. Режим доступа:

http://bankir.ru/publikacii/20091022/analiz-deyatelnosti-banka-po-metodike-camels-opit-nadzornih-organov-ssha-2496456,
13. Sorge, M. Stress-testing financial systems: an overview of current methodologies [Электронный ресурс] / M. Sorge // BIS Working Papers. Режим доступа: http://www.bis.org/publ/work165.pdf.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ И ПРАВА

Андреев Ю.В.
студент, 3 курс
специальность: финансовое, налоговое, таможенное право
Заочный факультет
Самарский государственный экономический университет
Россия, г. Самара

СООТНОШЕНИЕ ПРАВОВЫХ КАТЕГОРИЙ ПРОЦЕДУРА» И «ПРОЦЕСС» НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЮРИДИЧЕСКОЙ НАУКИ

В настоящее время в юридической литературе по вопросу соотношения правовых категорий «процесс» и «процедура» сложилось немало учений и концепций, однако, для того, чтобы правильно соотнести указанные категории, полагаю необходимым рассмотреть понятие и основные признаки «процесса» и «процедуры»

Определяя филологическое значение понятий «процесс» и «процедура», данные толковых словарей под процессом понимают — ход, развитие, последовательная смена состояний в развитии чего-либо (Н-р: Процесс роста, творческий процесс, производственный процесс, воспалительный процесс), под процедурой — всякое длительное, последовательное дело, порядок, обряд. (Н-р: торжественный ход, шествие, судебный ход дела). [2, с. 89].

Содержание понятий “процесс” и “процедура” не имеет нормативного определения, часто данные термины используются как синонимы, а также употребляются в разных значениях. Как следствие, данное обстоятельство, несомненно, создает неточности в правотворчестве и правоприменении. [4, с. 64].

На сегодня в ученой среде отсутствует единственное сложившееся понимание категории “юридический процесс”. Многообразие подходов к определению юридического процесса Е.Г. Лукьянова сводит к пяти основным направлениям, существующим в современной юридической науке: - во-первых, как юрисдикционной и иной охранительной деятельности органов правосудия, направленной на разрешение споров о праве и осуществление правового принуждения в рамках правосудия и в связи с ним; - во-вторых, как юрисдикционной и иной охранительной деятельности уполномоченных органов государства и иных субъектов;

- всей правоприменительной и правотворческой деятельности

компетентных органов (“организационные общественные отношения”, складывающиеся в процессе правотворчества и правоприменения);

-процесса реализации материально-правовых норм безотносительно к формам такой реализации (в данном случае трудно определить границу между материальными и процессуальными явлениями в праве);

-любой юридической деятельности государственных органов (правотворческой, правоприменительной, контрольной, учредительной, распорядительной) . [5, с. 40].

Отдельные сторонники широкого понимания юридического процесса (В. М. Горшенев, А. И. Ким, Ю. И. Мельников, П. Е. Недбайло, В. С. Основин и др.) иногда отождествляют процесс и процедуру и доводят юридический процесс до границ всякого правоприменения, однако некоторые последователи юрисдикционной концепции юридического процесса понимают под процессом урегулированный правом порядок юрисдикционной деятельности, а правовой процедурой предлагают именовать процесс в широком его понимании, то есть дают понять, что, по сравнению с процессом, процедура — юридическая деятельность иного уровня. Используя близость значений процесса и они приходят к выводу о том, что любые формы упорядоченности, закрепленной правом последовательности совершаемых действий можно именовать процессуальными. Указанными авторами отстаивалась точка зрения о существовании «единой процессуальной формы», процессуального права, нормы которого регулируют отношения не только в области юрисдикционной, но и при рассмотрении государственными органами и должностными лицами разнообразных дел положительного характера. Ярким представителем, поддерживающим данную концепцию, следует назвать Лучина В. О., который полагает, что «процесс» практически равнозначен «процедуре» и между ними невозможно провести какую-нибудь разделительную грань» [6, с.25].

Отождествление двух представленных категорий, на мой взгляд,не представляется правильным и адекватным, исходя из их отличительных черт и этимологии слов «процесс» и «процедура».

По мнению Е. И. Бутенко, процесс представляет собой особую разновидность юридической процедуры, рассчитанную на борьбу с правовыми аномалиями, экстраординарными юридическими явлениями, возникающими в результате нарушения субъектами прав других лиц и неисполнения возложенных на них обязанностей [3,С.57-61].

Процесс и процедура родственные, но не тождественные понятия, а именно процесс - это совокупность последовательных действий, а процедура - это порядок следования указанных действий, своего рода внутренняя форма процесса. В подтверждение данного вывода можно привести следующий пример. Согласно Федеральному закону от 27 июля 2010 г. № 193-ФЗ “Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием

посредника (процедуре медиации)" [8]., в рассматриваемом случае процедура медиации (правовая процедура) является составной частью гражданского процесса (юридического процесса). [4,С.64].

На основании сказанного можно выявить сходство юридического процесса и процедуры, которое заключается в том, что и первый и вторая представлены в виде установленной в правовых нормах последовательности смены фаз развития. Между юридическим процессом и правовой процедурой существует ряд отличий: 1) Процедура осуществляется как непосредственно, так и опосредованно. Процесс только опосредованно; 2) Процедурные нормы могут закрепляться как на нормативном, так и на индивидуальном уровне. Процессуальные нормы, напротив, могут закрепляться только в централизованном, как правило, законодательном порядке. Более того, для юридического процесса характерна более детальная регламентация последовательности протекания. 3) Юридический процесс, в отличие от процедуры, регламентирован императивными правовыми нормами, тогда как процедура определяется чаще всего диспозитивными нормами; 4) Правовая процедура может осуществляться каждым дееспособным субъектом права. [7,С.332-335].

Юридический процесс выступает как высшая степень конкретизации правовой процедуры, а процедурно-процессуальный механизм права включает в себя: правовые процедуры и юридический процесс. [1,С.18-24].Однако, в данном случае правовые процедуры выступают более широкой по объему своего логического содержания категорией и включают в себя юридический процесс в качестве особого элемента, что не является верным. Безусловно, как для юридического процесса, так и для процедуры характерны порядок и последовательность действий, но присутствие в обоих категориях алгоритма действий не означает включения в состав процедуры юридического процесса. Высказанные в теории права подходы к соотношению понятий «процесс» и «процедура» имеют право на самостоятельное существование. Процедура обслуживает юридический процесс, осуществляет его организационное обеспечение. Без императивных начал юридической процедуры процесс не сможет достичь своих целей.

Использованные источники:

1. Горшенев, В. М. Процессуальная форма и ее назначение в советском праве / В. М. Горшенев // Советское государство и право. — 1973. -№ 12. — С. 18–24.

2. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. М., 1955. Т. IV. С. 89; Ожегов С. И. Словарь русского языка. Изд. 18. М., 1986. С. 585.

3. Е. И. Бутенко О соотношении понятий «процедура» и «процесс» на современном этапе развития юридической науки (статья) Право третьего тысячелетия. Материалы I Международной заочной научно-практич. конф. студентов и аспирантов (17 апр. 2009 г., г. Ставрополь). Вып. I. Ставрополь, 2009. С. 57–61.

4. Ланг П.П. Вопросы экономики и права. 2013. № 4, статья «ПРАВОВАЯ ПРОЦЕДУРА КАК ЭЛЕМЕНТ ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА»,; СГЭУ, с. 64
5. Лукьянова Е.Г. Теория процессуального права. М., 2003. С. 40.
6. Лучин В. О. Процессуальные нормы в советском государственном праве. М., 1976. С. 25.
7. Солдатова О. Е. К вопросу о соотношении понятий «юридический процесс» и «юридическая процедура» // Молодой ученый. — 2014. — №15. — С. 332-335.
8. 1 Собрание законодательства Рос. Федерации (да- лее СЗ РФ). 2010. № 31. Ст. 4162.

Ахметова А.Т.
старший преподаватель
кафедра «Гражданского права и процесса»
Стерлитамакский филиал
Башкирский государственный университет
Давлетшина А.И.
студент 4 курса
факультет «Юридический»
Россия, г. Стерлитамак

ВНЕБРАЧНОЕ СОЖИТЕЛЬСТВО

В статье рассматриваются: правовые последствия отношений вне зарегистрированного брака. Именно, каким образом будет делиться совместно нажитое имущество, с кем останутся жить дети, которые родились вне брака. Делается анализ наиболее частых спорных ситуаций. Непосредственно тех ситуаций, которые возникают при прекращении отношений сожителей.

Ключевые слова: внебрачное сожительство, внебрачные супруги, имущество, алименты, наследование.

Akhmetov A.T., senior lecturer
"Civil law and procedure"
Sterlitamak branch of Bashkir
state University
Russia, Sterlitamak
Davletshin A.I.
student
4th year, Department of "Law"
Russia, Sterlitamak

CONCUBINAGE

This article discusses: the legal consequences of relations outside of wedlock. That is how you will divide marital property, who will live with the

children who were born out of wedlock. Done analysis of the most frequent disputes. Immediately those situations that arise in the termination of relations roommates.

Keywords: concubinage, illegitimate spouse, property, alimony, inheritance.

Еще с давних времен люди старались создать семью, растить детей, иметь совместный бюджет, распоряжаться бюджетом для личных или имущественных благ, непосредственно, для семьи.

Внебрачное сожительство всегда и в различные эпохи имело плохую репутацию, этим обуславливается закрепление в законодательстве большинства стран принципа признания только официального брака. В Семейном кодексе РФ данный принцип закреплен в статье 1, части 2, в соответствии с которой, признается брак, заключенный только в органах записи актов гражданского состояния[1].

Фактическое сожительство мужчины и женщины в наше время становится распространенным. И до тех пор, пока сожители не начнут что-либо делить между собой, то закон «не видит» этих отношений.

Но стоит возникнуть каким- либо разногласиям, то тут же каждый прибегает к законам.

Самым распространенным вопросом между сожителями, которые живут совместно достаточно много лет, является имущественный вопрос.

Непосредственно преимуществом в данном вопросе, обладает брак, который зарегистрирован в органах записи актов гражданского состояния. В данном случае совместное имущество законных супругов будет регулироваться положениями Семейного кодекса РФ, статьей 34, где установлен режим совместной собственности супругов. То есть вне зависимости от того, на кого из законных супругов было записано приобретенное имущество, имущество будет делиться, за исключением некоторых случаев.

Сожителям же будет тяжелее с имущественным вопросом. При предъявления требования о взыскании половины стоимости имущества, которое оформлено на другого сожителя, хотя затрачены были деньги обоих, то придется руководствоваться положениями Гражданского кодекса РФ о долевой собственности, указанной в главе 16. Истцу в данном случае придется доказывать, что его личные денежные средства были вложены в приобретение данного имущества. И в качестве доказательств, может предоставить, например, свидетельские показания, документы, чеки, фотографии и т.д.

В действующем семейном кодексе закреплен принцип равенства прав и обязанностей детей по отношению к родителям и их родственникам, как рожденных от родителей, состоящих в браке между собой, так и рожденных

вне брака, при установлении отцовства. Отцовство внебрачного ребенка может быть установлено различными способами, в зависимости от позиции самих супругов.

При рождении ребенка в зарегистрированном браке, а также в течение трехсот дней после его расторжения, отцом ребенка признается (бывший) муж, однако если супруги в зарегистрированном браке не состояли, то в случае уклонения отца от внесения записи, как правило, в тех целях, что бы избежать уплаты алиментов, установить отцовство можно только в судебном порядке.

В этом случае в суд подается заявление об установлении отцовства. Основным доказательством по таким делам, как правило, является заключение генетической экспертизы. Если биологический отец уклоняется от ее проведения, то суд все равно вынесет положительное для ребенка решение. Бывают ситуации, когда препятствия в установлении происхождения внебрачного ребенка от его отца создает сама мать, отказываясь подавать в органы записи актов гражданского состояния соответствующее заявление. В этом случае биологический отец также может обратиться в суд с иском об установлении отцовства, использовав по делу аналогичные доказательства.

Поскольку наше государство не признаёт внебрачное сожительство, и не предоставляет ему правовую защиту, то бывший фактический супруг не вправе претендовать на получение каких – либо алиментов.

В наследственных правах внебрачные сожители тоже весьма ограничены, точнее, они их не имеют. Все имущество, совместно нажитое с фактическим супругом, приобретающиеся и на его деньги, будет на вполне законных основаниях унаследовано законными наследниками соответствующе очереди.

В этом случае фактическому супругу останется только пытаться договориться с наследниками, либо обращаться в суд и доказывать факт нахождения наследственного имущества в общей с ним собственности.

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что прежде всего до начала сожительства, стоит взвесить все плюсы и минусы. Как с моральной точки зрения, так и с правовой, а уже потом решать стоит ли тратить время на проживание без каких- либо гарантий и причем есть риски остаться без всего, что было нажито в период сожительства.

Использованные источники:

1. Семейный кодекс Российской Федерации от 29.12.1995 № 223 ФЗ // «Собрание законодательства РФ», 01.01.1996, N 1, ст. 16.

2.Антокольская М.В. Семейное право: Учебник/ М.В.Антокольская.- М.: Норма, 2010.-432с.

3. Нечаева А.М. Семейное право: Учебное пособие для вузов/ А.М. Нечаева.- М.: Юрайт, 2010.-285с.

Баторова Т.П., к.соц.н.
доцент
кафедра «Административное и финансовое право»
Восточно-Сибирский государственный
университет технологий и управления
Российская Федерация, г. Улан-Удэ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ ОХРАНЫ И ЗАЩИТЫ СЕМЬИ: ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ

Государственное управление в сфере защиты семьи представляет собой совокупность государственных программ, мероприятий, законов, ориентированных на улучшение положения семьи в обществе т ее защиту.

Как отмечает А.М. Нечаева, что семья является одним из важнейших социальных институтов общества, поэтому то, что делают государственные органы в отношении семьи, может относиться к сфере семейной политики государства. [7, С. 56.]

Государственное управление в области охраны и защиты семьи и государственно-правовое регулирование брачно-семейных отношений, регламентируется целым комплексом административно-правовых актов от Указов Президента Российской Федерации до распоряжений Глав администраций в системе местного самоуправления. [10, С. 68.]

Конституция провозглашает, что Россия является социальным государством, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека.

Наряду с обозначенной выше задачей государство призвано и обязано поддерживать семью, материнства, отцовство и детство, развивать системы социальных служб, устанавливать пособия и иные гарантии социальной защиты. [9, С. 36.]

Закрепленные в Конституции Российской Федерации цели государственной социальной политики устанавливают обязанность государства заботиться о благополучии своих граждан, их социальной защищенности. В случае если в силу возраста, состояния здоровья, по другим, не зависящим от него причинам, гражданин не может трудиться и не имеет дохода, необходимого для обеспечения прожиточного минимума для себя и членов своей семьи, он обладает правом на получение соответствующей помощи, материальной поддержки со стороны общества и

государства.

Поэтому, Конституция связывает обязанности социального государства с обеспечением государственной поддержки семьи, материнства, отцовства и детства, инвалидов и пожилых граждан, развитием системы социальных служб, установлением государственных пенсий, пособий и иных гарантий социальной защиты [8, С. 65.]

Социальный потенциал семьи - это ее возможный вклад в жизнедеятельность и развитие общества, ее роль в решении стоящих перед ним задач. Социальный потенциал выражается в хозяйственно-экономических и духовно-психологических функциях семьи. Семья одинаково важна и для общества, и для государства. Значит, семья, материнство, отцовство, детство должны находиться под охраной и общества, и государства, как в правовом, так и в социальном плане.

Основу правового регулирования семейных правоотношений составляется Семейный кодекс Российской Федерации (далее - СК РФ).[1]

К числу основных начал семейного права относятся:

1. признание брака как добровольного брачного союза мужчины и женщины;

2. равенство прав между супругами в семье;

3.разрешения внутрисемейных вопросов по взаимному согласию;

4.приоритет воспитания детей в семье;

5.заботу о благосостоянии и развитии детей;

6. обеспечение приоритетной защиты прав и интересов детей;

7.обеспечения приоритетной защиты прав и интересов нетрудоспособных членов семьи». [4, С. 18.]

Семейный кодекс РФ подтверждает традиционные семейные ценности – добровольность брака, основанного на взаимном доверии, любви и поддержке, единобрачие, равенство прав в семье. Законодательно закреплен приоритет семейного воспитания детей и первостепенное обеспечение их прав и свобод.

Также, в СК РФ на законодательном уровне закреплен институт приемной семьи, усовершенствован институт усыновления, установлен приоритет семейного воспитания детей, детально обозначены его формы: усыновление, опека и попечительство, приемная семья.

Таким образом, можно констатировать, что СК РФ создает правовую основу новой государственной семейной политики, опирающейся на концепцию прав и свобод человека, гендерного равноправия и преимущественного воспитания ребенка в семье.

В системе правового регулирования государственного управления в сфере охраны и защиты семьи, в частности защиты прав детей, значительное место занимают отдельные положения, закрепленные в нормах гражданского, жилищного, трудового, уголовного, уголовно-исполнительного, уголовно-процессуального и административного права.

Далее представляется важным, указать ряд федеральных законов, отражающих направленность государственной семейной политики и меры, принимаемые государством при осуществлении управления в сфере защиты и охраны семьи.

В системе правового регулирования управления в сфере защиты семьи особое место занимает Федеральный закон «О государственных пособиях гражданам, имеющим детей» от 19 мая 1995 г., устанавливающий основания и порядок выплаты пособий.

А. Н. Левушкин отмечает, что «с принятием Федерального закона «О государственных пособиях гражданам, имеющим детей» впервые на законодательном уровне были систематизированы и упорядочены все виды государственных пособий и компенсаций на детей и пособий в связи с рождением и воспитанием детей. Ранее основания и порядок обозначенных выплат регламентировались различными актами, в том числе и подзаконными, что существенным образом осложняло правоприменительную практику». [5, С. 19.]

Таким образом, можно констатировать, что принятие вышеупомянутого закона позволило существенно упростить и унифицировать механизм осуществления выплат, сделать его более понятным для населения и органов исполнительной власти.

Принятие Федерального закона от 29 декабря 2006 г. № 256-ФЗ «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей» является отражением приоритетных направлений семейной политики в Российской Федерации, в частности повышение рождаемости и улучшение демографической ситуации в стране. Настоящий закон ввел понятие материнского (семейного) капитала, государственного сертификата на материнский (семейный) капитал, а также закрепил ряд дополнительных мер государственной поддержки семей, имеющих детей-инвалидов. Полагаем, что значение данного закона сложно переоценить, ведь с его принятием, предпринимаемые государством меры по охране и защите семьи поднялись на качественно новый уровень.

Важное место в системе государственного управления в сфере защиты семьи занимает институт опеки и попечительства. Особую роль в правовом регулировании правоотношений по опеке и попечительству сыграло принятие 24 апреля 2008 г. Федерального закона «Об опеке и попечительстве» и последующих постановлений Правительства Российской Федерации от 18 мая 2009 г. № 423 «Об отдельных вопросах осуществления опеки и попечительства в отношении несовершеннолетних граждан» и от 17 ноября 2010 г. № 927 «Об отдельных вопросах осуществления опеки и попечительства в отношении совершеннолетних недееспособных или не полностью дееспособных граждан».

Федеральный закон «Об опеке и попечительстве» [2] определил круг задач и правовой статус органов опеки и попечительства, их

ответственность, а также правовой статус опекунов и попечителей и их ответственность. В то же время, следует отметить, что на сегодняшний день остается еще много не урегулированных вопросов в отношении сирот.

Особое место в системе подзаконных актов в государственном управлении в сфере охраны и защиты семьи занимает Указ Президента РФ от 14 сентября 1995 г. № 942 «Об утверждении Основных направлений государственной социальной политики по улучшению положения детей в Российской Федерации до 2000 года», которым был разработан и утвержден «Национальный план действий в интересах детей» [3]

В соответствии с данным Указом , приоритетными направлениями в сфере государственной семейной политики по улучшению положения детей в Российской Федерации стали:

1. Укрепление правовой защиты детства:

а) приведение отечественного законодательства в соответствие с положениями Конвенции ООН «О правах ребенка» и Конституцией Российской Федерации;

б) усиление защиты личных и имущественных прав детей и подростков с учетом современных социально-экономических условий и отношений собственности.

2. Поддержка семьи как естественной среды жизнеобеспечения детей:

а) создание условий для улучшения материального положения семей с детьми;

б) развитие системы социального обслуживания семьи, увеличение видов предоставляемых семье социальных услуг;

в) обеспечение условий семейного воспитания детей.

3. Обеспечение безопасного материнства и охраны здоровья детей:

а) создание условий для безопасного материнства и рождения здоровых и желанных детей.

б) снижение материнской и младенческой смертности;

в) усиление профилактики инфекционных и паразитарных заболеваний, улучшение психоневрологического и психического обследования детей, обеспечение медицинской диспансеризации детей;

г) улучшение санитарно-гигиенических условий содержания детей в детских учреждениях.

4. Улучшение питания детей:

а) обеспечение полноценного питания новорожденных;

б) предотвращение недоедания и голода среди детей, беременных женщин и кормящих матерей;

в) повышение качества и безопасности потребляемой питьевой воды и пищевых продуктов.

5. Обеспечение воспитания, образования и развития детей:

а) обеспечение реального доступа к получению образования;

б) развитие системы дополнительного образования, созданием условий

для духовного и нравственного развития детей, освоения ценностей культуры;

в) развитие системы профессиональной ориентации, содействие адаптации подростков к новым социально-экономическим условиям;

г) создание условий для устойчивого функционирования системы организации досуга и оздоровительного отдыха детей.

6. Поддержка детей, находящихся в особо трудных обстоятельствах:

а) обеспечение действенной защиты детей в условиях стихийных бедствий, катастроф, политических, межнациональных и иных, в том числе вооруженных, конфликтов;

б) содействие эффективной государственной системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних;

в) обеспечение реального права детей с аномалиями в развитии и детей-инвалидов на особую заботу государства, создание условий для их нормальной жизнедеятельности, реализации индивидуальных возможностей;

г) обеспечение детям-сиротам, детям-беженцам, детям малочисленных народностей Севера, детям, пострадавшим от радиационных и экологических катастроф, условий для полноценного духовного и физического развития детей [6]

Немаловажное значение в системе подзаконных актов, определяющих порядок осуществления государственного управления в сфере защиты семьи, занимает Указ Президента Российской Федерации от 05 мая 1992 года № 431 «О мерах по социальной поддержке многодетных семей». Данный указ фактически заменяет собой федеральный закон.

Применительно к рассматриваемой ситуации, следует отметить, что Конституционный суд неоднократно указывал на то, что издание президентом указа, восполняющего правовые пробелы, допустимо лишь при условии, что его действие во времени ограничивается периодом до принятия соответствующего федерального закона. Таким образом, данный указ носит временный характер и не снимает необходимости принятия соответствующего закона. Таким образом, в настоящее время, в отсутствие соответствующего федерального закона вышеназванный указ фактически выступает основой для принятия региональных нормативно-правовых актов. Полагаем, что на сегодняшний день, в целях устранения существующих противоречий в системе правового регулирования государственного управления в сфере поддержки многодетных семей, представляется важным принять Федеральный закон «О мерах социальной защиты многодетных семей».

Таким образом, можно сказать, что в целом, правовое регулирование государственного управления в сфере охраны и защиты семьи затрагивает все аспекты существования и взаимодействия семьи. Однако, некоторые вопросы государственного управления в сфере охраны и защиты семьи требуют дальнейшей правовой разработки.

Использованные источники:

1. Семейный Кодекс Российской Федерации: федер. закон [от 29.12.1995г. № 223-ФЗ (с посл. изм. и доп. от 30.12.2015г.)] // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2015. - № 2. - Ст. 1116.
2. Об опеке и попечительстве: федер. закон Рос. Федерации [от 24 апреля 2008г. № 48-ФЗ (с посл. изм. и доп. от 28.11.2015г.)] // Собр. законодательства Рос. Федерации. - 2008. - № 17. - Ст. 1755.
3. Об утверждении Основных направлений государственной социальной политики по улучшению положения детей в Российской Федерации до 2000 года (Национального плана действий в интересах детей): указ Президента Рос.Федерации [от 14.09.1995 г. № 942]//Собр. законодательства Рос. Федерации. - 1995. - № 38. - Ст. 3669.
4. Александров И.Ф. Правовое регулирование семейных отношений: соотношение семейного и гражданского права: автореф. дис. … канд. юрид. наук:12.00.03 / И. Ф. Александров. - Самара, 2014. –С.68.
5. Левушкин А.Н. Правовое регулирование имущественных отношений в семье по законодательству Российской Федерации: автореф. дис. … канд. юрид. наук:12.00. 03 / А. Н. Левушкин. - Казань, 2014. – С. 19.
6. Муратова С.А. Семейное право: Учебное пособие. Нормативные акты / С.А.Муратова. - М.:Юриспруденция, 2013. – С. 87.
7. Нечаева А.М. Новый семейный кодекс// Государство и право. -2015.-№ 6- С. 56.
8. Румянцев О.Г. Основы конституционного строя России. - М.: Юрист, 2011. - С. 65.
9. Савинов Л.И. Семья и общество: история, современность и взгляд в будущее. - Саранск: Изд-во. Мордовского университета, 2014.- С. 36.
10. Тарусина Н.Н. Семейное право: учебное пособие. – М.: «Проспект», 2011. – С. 68

Батышева Л.О.
студент 2 курса
Юридический факультет
Новосибирский национальный исследовательский государственный университет (НГУ)
Россия, г. Новосибирск

СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «КОНСТИТУЦИОННЫЙ КОНТРОЛЬ» И «КОНСТИТУЦИОННЫЙ НАДЗОР»

Статья посвящена сравнительному исследованию конституционно-правовых понятий «конституционный контроль» и «конституционный надзор, соотношению указанных понятий, их особенности, раскрываются цели механизмов надзора и контроля, приводятся различные точки зрения отечественных и зарубежных ученых-правоведов по указанным вопросам.

Ключевые слова: *конституционный контроль, конституционный*

надзор, орган конституционного надзора, судебный конституционный контроль.

Вопрос о соотношении таких понятий, как «конституционный контроль» и «конституционный надзор» в отечественной юридической литературе рассматривается с различных точек зрения. Одни ученые считают указанные понятия тождественными, другие разделяют их, отмечая, что они имеют различное содержание. Существует и мнение, что разграничение функций контроля и надзора условно и что конституционный надзор относится к одному из видов конституционного контроля.

Таким образом, можно выделить три основных подхода к данной проблеме.

Сторонником первого подхода является Б.Н. Щетинин, который утверждает, что эти понятия тождественны по следующим причинам: во-первых, конституционный контроль и надзор предусматривают общую цель: осуществление контроля за соответствием конституции текущего законодательства; во-вторых, он замыкается на деятельность высших представительных органов, выражающих волю народа.119

Второй подход предложен И.Н. Кузнецовым, по мнению которого, разграничение функций контроля и надзора условно и что конституционный надзор относится к одному из видов конституционного контроля.120

Авторы третьей группы разграничивают понятия конституционного контроля и надзора. И приводят следующие доводы:

– орган конституционного надзора может лишь обнаружить нарушение конституционности без права аннулирования неконституционного акта. Констатация органом конституционного надзора факта противоречия нормативных правовых актов конституции не служат основанием для привлечения к конституционной ответственности.

– санкции в области конституционного надзора относительно мягкие. Это, например, приостановление действия актов, не соответствующих конституции, обращение в орган, принявший такой акт с требованием устранить несоответствие.

– у органов конституционного контроля полномочия гораздо шире: контроль заключается в самом вмешательстве контрольных органов в деятельность контролируемых. Органы конституционного контроля отменяют конституционный акт. Таким образом, право отмены неконституционных актов является ключевым, но не единственным основанием разграничения конституционного контроля и надзора.

Различны и подходы к определению понятия «конституционный контроль».

---

[119] Щетинин Б.В. Проблемы теории советского государственного права. М., 1969. С.165

[120] Майоров В.И., Фартыгин А.Л. Совершенствование судебного контроля в субъектах РФ. 2002. С.9

Д.Л. Златопольский определяет конституционный контроль как проверку соблюдения конституции и конституционных законов, а также проверку соответствия всех других актов высших органов государства конституции.121

С.В. Боботов под судебным конституционным контролем в США имеет в виду совокупность властных полномочий Верховного суда, позволяющих ему суверенно оценивать деятельность других государственных органов и должностных лиц и выносить по таким вопросам высшее и окончательное по своим юридическим последствиям решение.122

В.С. Нерсесянц под конституционным контролем понимает обеспечение конституционности и правового характера всей системы общеобязательных актов и норм путем лишения юридической силы тех из них, которые носят антиконституционный, антиправовой характер.

Немецкий ученый А. Бланкенагель характеризует конституционный контроль как деятельность, заключающуюся в ограничении власти и разрешении конфликтов.

М. Домагала трактует контроль соответствия права конституции как деятельность компетентных государственных органов, удостоверяющих и устраняющих несоответствие конституции законов, а также иных нормативных актов.

Использованные источники:

1. Щетинин Б.В. Проблемы теории советского государственного права. М., 1969. с. 184.
2. Майоров В.И., Фартыгин А.Л. Совершенствование судебного контроля в субъектах РФ. 2002. с. 16.
3. Воеводин Л. Д. Златопольский Д. Л. Государственное право зарубежных социалистических стран. - М., 1984. с. 176.
4. Боботов С. В. Конституционный контроль в буржуазных странах: доктрина и практика // Советское государство и право. - 1989. - № 3. с. 130.

Батышева Л.О.
студент 2 курса
Юридический факультет
Новосибирский национальный исследовательский государственный университет (НГУ)
Россия, г. Новосибирск

ПОНЯТИЕ И РОЛЬ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ, СМЯГЧАЮЩИХ УГОЛОВНОЕ НАКАЗАНИЕ

Статья посвящена анализу уголовно - правового явления –

[121] Воеводин Л. Д. Златопольский Д. Л. Государственное право зарубежных социалистических стран. - М., 1984. с. 168.
[122] Боботов С. В. Конституционный контроль в буржуазных странах: доктрина и практика // Советское государство и право. - 1989. - № 3. - С. 116.

обстоятельства, смягчающие уголовное наказание, рассматривается цель данного института, высказываются подходы к терминологии, отдельная роль отводится исследованию правовой природы обстоятельств, смягчающих уголовное наказание, не поименованных Уголовным кодексом Российской Федерации.

Ключевые слова: *цель уголовного наказания, учет характеристики личности виновного, оценочные категории, обстоятельства, смягчающие уголовное наказание.*

Назначение наказания - важный институт уголовного права. Правильное решение его задач способствует предупреждению и своевременному пресечению преступных посягательств

Наказание, назначаемое виновному должно быть законным, справедливым и обоснованным. Только в таком случае возможно достижение целей, стоящих перед уголовным законодательством. Справедливость назначения наказания непосредственно вытекает из принципа справедливости уголовного закона, установленного ст.6 Уголовного кодекса Российской Федерации, далее – УК РФ.

Наказание осужденному должно быть назначено в точном соответствии с общими началами назначения наказания, установленными ст.60 УК РФ.

Под общими началами назначения наказания в доктрине понимаются обозначенные в законе правила определения меры наказания, которыми обязан руководствоваться суд при назначении наказания.

Общие начала назначения наказания помимо общественной опасности преступления указывают также на необходимость учитывать обстоятельства, смягчающие и отягчающие наказание.

Обстоятельства позволяют судить об особенностях конкретной личности, о степени ее опасности, об общественной опасности преступления, таким образом, происходит индивидуализация наказания по каждому уголовному делу. Суды обязаны выявлять все смягчающие и отягчающие обстоятельства, учитывать их при определении наказания виновному и отражать в приговоре.

Использование в УК РФ в общих началах назначения наказания уточняющих слов: «в том числе», свидетельствует о том, что смягчающие обстоятельства соотносятся с деянием и личностью виновного как часть и целое. Эта новелла законодательства, как отмечает Мясников О.А., достаточно точно определила сущность обстоятельств, смягчающих наказание и их место в системе общих начал назначения наказания. Анализ обстоятельств, включенных в законодательные перечни, позволяет сделать вывод, что они представляют собой данные, относящиеся к характеристике

преступного деяния или личности виновного.123

В УК РФ смягчающим обстоятельствам отведена большая роль, однако, не дается определение таких обстоятельств.

В Большой советской энциклопедии дается следующее определение обстоятельствам, смягчающим уголовное наказание: обстоятельства, наличие которых при совершении преступления свидетельствует о том, что данное преступное деяние или сам преступник являются менее общественно опасными, чем при отсутствии таких обстоятельств.

По моему мнению, представляется возможным провести аналогию с понятием отягчающих обстоятельств и вывести определение смягчающих обстоятельств: юридические факты и состояния, которые требуют назначить виновному менее строгое наказание ввиду того, что они положительно характеризуют его личность, либо уменьшают степень общественной опасности деяния.

Учет смягчающих обстоятельств, как уже упоминалось, ведет к снижению высшего предела санкции статей Особенной части УК РФ. Именно это обуславливает важную роль таких обстоятельств. По мнению Ищенко А.В.: «Это стимулирует лиц, совершивших преступление, к уменьшению тяжести вредных последствий, способствованию органам правосудия в раскрытии преступления и заглаживанию причинённого потерпевшему вреда».124

Перечень смягчающих обстоятельств, изложенный в ст. 61 УК РФ выполняет, как замечает Кругликов Л.Л., двоякую функцию: обязывающую и ориентирующую. Согласно первой из них суд обязан выявить все имеющиеся в деле смягчающие обстоятельства из числа названных в перечне ч.1 ст. 61 УК РФ, отразить их в приговоре и учесть при избрании меры уголовно-правового воздействия. Вторая функция – ориентирующая. По образу и подобию перечисленных в данной статье обстоятельств суд, на основании представленного ему ч. 2 ст. 61 права, может признать смягчающими и учесть при избрании наказания и другие подобные обстоятельства.125

Суды не должны в приговоре указывать, что по делу учтены все обстоятельства без детального раскрытия данных. Такой приговор, по мнению Мясникова О.А., не может быть обоснованным и является неубедительным как для общественного мнения, так и для осужденного. В ряде случаев неполное выяснение обстоятельств, имеющих значение для

---

[123] Мясников О.А. Сущность и правовая природа смягчающих и отягчающих обстоятельств. // Правоведение. - 2003. - №2.- С. 117.

[124] Ищенко А.В. Назначение наказания по Уголовному кодексу Российской Федерации. Научно-практическое пособие. М.: Издательство “Юрлитинформ”, 2002.- С. 42.

[125] Уголовное право России. Часть общая : Учебник для вузов./ Отв. ред. проф. Л.Л.Кругликов.- М.: Издательство БЕК, 2000.- С. 482.

дела, служит основанием к отмене приговора.126

Смягчающие обстоятельства в каждом конкретном случае должны быть исследованы судом, а их признание таковыми - мотивировано в приговоре.127

Часто деянию или личности преступника присущи свойства, которые, так или иначе, свидетельствуют о пониженной общественной опасности совершенного деяния или личности. Проблема заключается в том, что закон не может предусмотреть все казусы, встречающиеся в практике. Именно поэтому в ст.61 УК РФ имеет место быть часть вторая.

Возможно, такие обстоятельства встречаются реже, однако они так же существенно снижают степень общественной опасности деяния и лица, его совершившего, что о говорит о необходимости их учета в качестве смягчающих обстоятельств.

Выявить смягчающие обстоятельства, не предусмотренные законом - непростая задача судопроизводства. Она предполагает тщательную оценочную деятельность; опыт судьи, его квалификация играют также важную роль.

Использованные источники:

1. Мясников О.А. Сущность и правовая природа смягчающих и отягчающих обстоятельств. // Правоведение. - 2003. - №2.- С. 117.
2. Мясников О.А. Индивидуализация наказания с учётом смягчающих обстоятельств. // Российская Юстиция.- №9.- С.61.
3. Ищенко А.В. Назначение наказания по Уголовному кодексу Российской Федерации. Научно-практическое пособие. М.: Издательство “Юрлитинформ”, 2002.- С. 42.
4. Уголовное право России. Часть общая : Учебник для вузов./ Отв. ред. проф. Л.Л.Кругликов.- М.: Издательство БЕК, 2000.- С. 482
5. Российское уголовное право: В 2 т. Т.1. Общая часть / Под ред. проф.Л.В. Иногамовой – Хегай, проф. В.С. Комиссарова, проф.А..И. Рарога. – М.: ИНФРА - М, 2003. – С.469.

Бояринова В.И.
студент магистратуры
юридический факультет
Новосибирский Национальный исследовательский государственный университет
Новосибирский государственный университет, НГУ
Россия, г. Новосибирск

[126] Мясников О.А. Индивидуализация наказания с учётом смягчающих обстоятельств. // Российская Юстиция.- №9.- С.61.

[127] Российское уголовное право: В 2 т. Т.1. Общая часть / Под ред. проф.Л.В. Иногамовой – Хегай, проф. В.С. Комиссарова, проф.А..И. Рарога. – М.: ИНФРА - М, 2003. – С.469.

КРИТЕРИИ ДОЛЖНОЙ ОСМОТРИТЕЛЬНОСТИ ПРИ ВЫБОРЕ КОНТРАГЕНТА

В статье исследуются подходы, сложившиеся в судебной практике относительно доктрины должной осмотрительности при выборе контрагента, а также анализируются критерии признания налогоплательщика добросовестным.

Ключевые слова: должная осмотрительность, добросовестность, злоупотребление правом, выбор контрагента, налоговая выгода.

The article examines the approaches developed in the jurisprudence regarding the doctrine of due diligence when choosing a contractor, as well as analysis of the taxpayer's bona fide recognition criteria.

Key words: due diligence, good faith, abuse of rights, choice of contractor, the tax benefit.

Одной из наиболее актуальных категорий в практике арбитражных судов Российской Федерации являются споры о доначислении налоговыми органами налогов в связи с получением налогоплательщиком необоснованной налоговой выгоды.

Предоставление налоговой выгоды с экономической точки зрения напрямую зависит от поступления соответствующих денежных средств в бюджет: должен быть сформирован источник дохода. Так, Конституционный суд Российской Федерации в определении от 08.04.2004 N 169-О указал, что в целях соблюдения баланса частных и публичных интересов в сфере налогообложения и обеспечения экономической обоснованности принимаемых к вычету сумм налога налогоплательщик вправе принять к вычету только те суммы налога, которые им фактически уплачены поставщикам. Тем самым обеспечиваются условия для движения эквивалентных по стоимости, хотя и различных по направлению потоков денежных средств, одного - от налогоплательщика к поставщику в виде фактически уплаченных сумм налога, а другого - к налогоплательщику из бюджета в виде предоставленного законом налогового вычета, приводящего либо к уменьшению итоговой суммы налога, подлежащей уплате в бюджет, либо к возмещению суммы налога из бюджета [1].

Распространенная презумпция исходит из наличия добросовестности налогоплательщика в налоговой сфере.

Пункт 7 статьи 3 НК РФ устанавливает важную гарантию, корреспондирующую с положениями Конституции РФ о презумпции невиновности, о том, что все неустранимые сомнения, противоречия и неясности актов законодательства о налогах и сборах толкуются в пользу налогоплательщика (плательщика сборов).

В соответствии с п. 1 постановления Пленума ВАС РФ от 12.10.2006 N 53 «Об оценке арбитражными судами обоснованности получения

налогоплательщиком налоговой выгоды» (далее – Постановление № 53) судебная практика разрешения налоговых споров исходит из презумпции добросовестности налогоплательщиков и иных участников правоотношений в сфере экономики. В связи с этим предполагается, что действия налогоплательщика, имеющие своим результатом получение налоговой выгоды, экономически оправданны, а сведения, содержащиеся в налоговой декларации и бухгалтерской отчетности, - достоверны.

Недобросовестность налогоплательщика должна быть установлена безусловными и однозначно истолковываемыми доказательствами (Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 30.10.2012 N 09АП-31350/2012).

Между тем, сложившаяся судебная практика зачастую не учитывает сформулированный законодателем критерий добросовестности налогоплательщика.

Безусловно, необоснованное заявление налогоплательщиком налоговой выгоды ведет к потерям бюджета. Однако неполная и необъективная оценка каждой конкретной ситуации фактически приводит к тому, что использование налогоплательщиком своего субъективного права на получение налоговой выгоды противоречит целям налогового законодательства.

Р.С. Фатхутдинов справедливо отмечает, что если налогоплательщик и поставщик не взаимозависимы (не аффилированы), то, как правило, налогоплательщик не может влиять на поведение поставщика, и, следовательно, не должен отвечать за его действия (бездействие). В связи с этим о злоупотреблении правом можно говорить только в том случае, если управомоченное лицо намеренно использует право не в соответствии с его назначением.

Попытка дать определение понятию должной осмотрительности сделана в п. 10 Постановления № 53, согласно которому налоговая выгода может быть признана необоснованной, если налоговым органом будет доказано, что налогоплательщик действовал без должной осмотрительности и осторожности и ему должно было быть известно о нарушениях, допущенных контрагентом, в частности, в силу отношений взаимозависимости или аффилированности налогоплательщика с контрагентом.

Однако как в данном положении, так и в законодательстве и в судебной практике, не обозначен исчерпывающий перечень действий, которых будет достаточно для того, чтобы признать соблюдение налогоплательщиком должной осмотрительности, что и порождает субъективные выводы судов в пользу налоговых органов.

Д. Путилин предлагает в качестве доказательств проявления должной осмотрительности запрашивать у контрагента следующие документы: устав, свидетельство о регистрации, свидетельство о постановке на налоговый

учет, выписку из ЕГРЮЛ (ЕГРИП), протокол общего собрания (выписку из него) о назначении генерального директора, последний сданный баланс и карточку контрагента, в которой он сообщает определенный набор сведений о себе, включая сведения о том, кто имеет право подписывать те или иные финансовые документы [3].

Анализ судебной практики показывает, что особенно остро данная проблема возникает в том случае, когда руководитель организации-контрагента отрицает свою причастность к деятельности организации, а также подписание каких-либо документов кроме тех, которые связаны с созданием организации.

Период	**Наименование судебного акта**	**Выдержка**
Судебная практика 2008-2009 гг.	Постановление ФАС Северо-Западного округа от 05.06.2008 по делу N А56-14323/2007	Налоговый орган не доказал, что предприятие знало о подписании спорных документов неуполномоченным представителем. Вышеизложенные нормы права не обязывают налогоплательщика контролировать соблюдение законодательства о налогах и сборах его поставщиками, а также проверять наличие у иного лица поставщика полномочий на подписание договоров, счетов-фактур для предъявления сумм налога к вычету.
	Постановление ФАС Западно-Сибирского округа от 16.10.2006 N Ф04-6674/2006(27238-А27-41) по делу N А27-37505/05-2	Не доказан налоговым органом и факт осведомленности общества о подписании выставленных в его адрес счетов-фактур неуполномоченными лицами. Более того, налогоплательщик при заключении договоров на поставку угля предпринял меры по проверке законного существования контрагентов и перед заключением договоров были проверены факты регистрации обществ в едином государственном реестре юридических лиц, которые подтверждены выписками из указанного реестра. При таких обстоятельствах подписание счетов-фактур неуполномоченным лицом не свидетельствует о том, что заключение и исполнение сделок с контрагентами в действительности не производились.

	Постановление ФАС Северо-Западного округа от 07.09.2007 по делу N А56-17384/2005	Факт подписания счетов-фактур от имени поставщиков не установленными лицами, а не теми лицами, которые значатся руководителями организаций-контрагентов, сам по себе, вне связи с обстоятельствами, свидетельствующими об осведомленности Общества об этих обстоятельствах, не может служить основанием для отказа в применении налоговых вычетов по НДС со ссылкой на несоблюдение требований статьи 169 НК РФ.
Судебная практика 2015 года	Постановление Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 13.10.2015 N Ф01-4087/2015 по делу N А11-11102/2014	Суды пришли к выводам о том, что представленные Обществом документы не подтверждают реальность приобретения товара именно у названных поставщиков (то есть не позволяют однозначно идентифицировать спорных контрагентов в качестве поставщиков товара), содержат недостоверные и противоречивые сведения, поэтому не могут служить основанием для применения вычетов по налогу на добавленную стоимость.
	Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 29.01.2015 N Ф04-14160/2014 по делу N А03-16051/2013	Учитывая, что Обществом не приведено доводов и доказательств, подтверждающих несоответствие выводов суда, содержащихся в постановлении, фактическим обстоятельствам дела, установленным арбитражным судом, и имеющимся в деле доказательствам, относительно нарушения либо неправильного применения норм материального права или норм процессуального права, кассационная жалоба удовлетворению не подлежит.

Т.В. Завьялова, судья ВАС РФ, отметила, что судебная практика 2010 года свидетельствует о том, что определенный баланс частных и публичных интересов в налоговой сфере достигается [2]. Между тем с указанным утверждением нельзя согласиться. По статистике ВАС РФ увеличивается число решений, принятых в пользу налогового органа. Так, в 2009 году налогоплательщикам удалось выиграть в судах 66,3% дел об оспаривании ненормативных правовых актов [4], в то время как в 1 полугодии 2013 года процент выигрышных дел составил всего 57,1% дел [5].

Согласно отчету о работе Арбитражных апелляционных судов в 2015 году об оспаривании ненормативных правовых актов налоговых органов рассмотрено 13 435 дел, из них удовлетворены 6 756, что составляет 50,3 %. В то же время по указанным делам всего заявлено 4 684 982 тыс.руб., а удовлетворено 1 897 484 тыс.руб., что является следствием снижения размера штрафов [6].

На сегодняшний день судебная практика содержит противоречивые выводы о том, какие именно действия налогоплательщика свидетельствуют о проявлении должной осмотрительности.

Судебный акт	Критерий проявления должной осмотрительности	Вывод о достаточности действий
Постановление Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 25.04.2016 N Ф01-1071/2016 по делу N А38-4710/2015	Проверка нахождения организации по адресу, указанному в ЕГРЮЛ.	Не достаточно.
Постановление Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 24.03.2016 N Ф01-596/2016 по делу N А43-9245/2015	Получение информации о контрагентах из Интернет-сервисов ФНС России; получение документов, удостоверяющих личность лиц, действующих в качестве руководителей (представителей) обществ, и подтверждающих право подписания первичных документов.	Достаточно.
Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 22.04.2016 N Ф02-1822/2016 по делу N А78-13287/2014	Проверка фактического места нахождения, наличия материально-технической базы, штатной численности сотрудников.	Не достаточно.
Постановление Третьего арбитражного апелляционного суда от 24.09.2015 по делу N А33-4252/2015	Получение надлежащим образом заверенных копий паспорта руководителя, решения единственного учредителя, выписки из устава, свидетельства о постановке на учет в налоговом органе, свидетельства о государственной регистрации, выписки из ЕГРЮЛ Получение писем от организаций, сотрудничающих с контрагентом; справки о материально-технических ресурсах, подтверждающую право собственности на офисное помещение; справку о наличии квалифицированных специалистов; справки о состоянии расчетов контрагента с бюджетом по налогам и сборам; отчетов о прибылях и убытках и т.д.), проанализировать сведения о контрагенте, доступные в СМИ и сети Интернет	Не достаточно.
Постановление Арбитражного суда Дальневосточного округа от 29.08.2016 N Ф03-3947/2016 по делу N А24-5186/2015	Проверка наличия у контрагента необходимых ресурсов, достоверности сведений, содержащихся в документах контрагента	Не достаточно.
Постановление Пятого арбитражного	Выявление факта регистрации спорного контрагента в качестве юридического лица,	Не достаточно.

апелляционного суда от 06.06.2016 N 05АП-3691/2016 по делу N А24-5186/2015	заключения налогоплательщиком с таким поставщиком договора по результатам проведения процедуры открытого запроса предложений, а также проверка на отсутствие сведений о спорном контрагенте в Реестре недобросовестных участников и поставщиков.	
Постановление Шестого арбитражного апелляционного суда от 16.05.2016 N 06АП-1713/2016 по делу N А04-9453/2015 Требование: О признании недействительным решения налогового органа в части начисления НДС, пени, штрафа по части 1 статьи 122 НК РФ.	Проверка наличия у организации идентификационного номера, банковского счета и юридического адреса.	Не достаточно.
Постановление Пятого арбитражного апелляционного суда от 25.04.2016 N 05АП-2402/2016 по делу N А59-843/2015	Получение учредительных документов, протоколов и выписки из Единого государственного реестра юридических лиц.	Не достаточно.
Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 26.08.2016 N Ф04-3868/2016 по делу N А27-26031/2015	Получение необходимых документов по регистрации организации и налоговой отчетности, благодарственных писем.	Не достаточно.
Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 27.07.2016 N Ф04-2012/2016 по делу N А03-5601/2015	Проверка деловой репутации, платежеспособности контрагента, а также риска неисполнения обязательств и предоставления обеспечения их исполнения, наличия у контрагента необходимых ресурсов (производственных мощностей, технологического оборудования, квалифицированного персонала) и соответствующего опыта.	Не достаточно.
Постановление Восьмого арбитражного апелляционного суда от 31.03.2016 N 08АП-309/2016 по делу N А75-7556/2015	Получение копий уставных и регистрационных документы, установление личностей подписавших договоры и первичные документы.	Не достаточно.

Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 08.07.2016 N Ф04-2454/2016 по делу N А46-9814/2015	Проверка через все открытые источники; установление личностей директора и учредителя; выезд по месту регистрации; установление членства в СРО; через специальные источники выяснение о наличии государственных контрактов, большая часть из которых уже была выполнена; проверка размера уставного капитала.	Достаточно.

Отсутствие единого понимания критериев добросовестности налогоплательщика порождает противоречивую судебную практику.

Единственным способом соблюдения баланса публичных и частных интересов может быть закрепление на уровне ВС РФ перечня критериев проявления должной осмотрительности а также положения о том. В свою очередь должная неосмотрительность должна являться ключевым критерием злоупотребления правом на налоговую выгоду.

Использованные источники:

1. Определение Конституционного Суда РФ от 08.04.2004 N 169-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы общества с ограниченной ответственностью «Пром Лайн» на нарушение конституционных прав и свобод положением пункта 2 статьи 171 Налогового кодекса Российской Федерации» // Вестник Конституционного Суда РФ. № 6. 2004.
2. Завьялова Т.В. Налоговая выгода — понятие и практика ее применения арбитражными судами // Арбитражная практика. 2010. №
3. Путилин Д. Опасные налоговые схемы. М: Альпина Бизнес Букс, 2009.
4. Справка о рассмотрении арбитражными судами РФ дел с участием налоговых органов в 2009 – 2012 гг. [Электронный ресурс]: http://www.arbitr.ru/_upimg/0BE6870BEF7AA827E1AA87F176705280_12.pdf. Дата обращения: 06.10.2016 г.
5. Справка о рассмотрении арбитражными судами РФ дел с участием налоговых органов в 1 полугодии 2012 г. – 2013 гг. [Электронный ресурс]: http://www.arbitr.ru/_upimg/EEF600DB3293A59BA46BA8B780DAB999_10.pdf Дата обращения: 06.10.2016 г.
6. Отчет о работе арбитражных судов за 2015 год. [Электронный ресурс]:http://www.cdep.ru/userimages/sudebnaya_statistika/2015/AC1_2015.xls. Дата обращения: 06.10.2016 г.

Бояринова В.И.
студент магистратуры
юридический факультет
Новосибирский Национальный исследовательский государственный университет
Новосибирский государственный университет, НГУ
Россия, г. Новосибирск

ИНСТИТУТ ПРЕДДОГОВОРНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ЗАРУБЕЖНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ И ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ

Статья посвящена концепции преддоговорной ответственности в различных правовых системах, анализу подхода судебной практики к применению института ответственности за преддоговорные нарушения.

Ключевые слова: преддоговорная ответственность, culpa in contrahendo , переговоры, добросовестность.

The article is devoted to the concept of pre-contractual liability in the different legal systems, the analysis of judicial practice approach to the use of pre-contractual liability of the Institute for the violations.

Keywords: pre-contractual liability, culpa in contract, in good faith, negotiations.

Институт преддоговорной ответственности в странах континентального права существует в двух вариантах. В одних странах (таких как Швейцария, Нидерланды, Австрия) он прямо не урегулирован в законодательстве, однако объективно существует и формируется судебной практикой и научными исследованиями исходя из общего принципа добросовестности.

В других странах (Германия, Франция, Аргентина) институт преддоговорной ответственности закреплен в законодательстве, однако и правоприменительная практика, и доктрина играют немалую роль в его развитии [11].

Отдельные аспекты преддоговорных отношений и преддоговорной ответственности рассматривали такие зарубежные исследователи, как К.П.Бергер, М.Ж. Боннел, Дж. Картрайт, Дж.К. Чешир, О'Коннор, Ф.Эндерлайн, Г. Иорси, А. Фарнсворт, А. Голдштейн, О. Ландо, Д. Маскоу, Е.Рейли К.М. Шмиттгофф, Дж. Шмидт-Сзалевски, Р. Сткотт, Дж. Унгер, И.Виттакер, Р. Циммерманн.

В Германии изначально положения о преддоговорной ответственности в гражданском законодательстве не нашли своего отражения, и институт всецело регулировался доктриной и судебной практикой, однако в дальнейшем закрепление преддоговорной ответственности было признано германским законодателем более эффективным.

После законодательного закрепления доктрины culpa in contrahendo в Германии немецкие суды признали, что «этап договорных переговоров порождает отношения доверия между сторонами так, чтобы стороны были обязаны наблюдать обычный стандарт заботы» [7].

Подробные исследования преддоговорной ответственности проведены немецкими цивилистами при исследовании гражданского права Германии. Существует довольно противоречивая позиция по отношению к данной теме. Одни немецкие исследователи считают, что гражданский оборот

нуждается в конструкции преддоговорной ответственности (сторонники пандектистов Г.Дернбурга, Ф. Моммзена, К.А. Вангерова), однако признают, что доктрина culpa in contrahendo была чужда римскому праву, и только благодаря пандектистике стала неотъемлемой частью системы гражданского права Германии. Следует отметить, что именно работы германских пандекстистов помогают дать ответ на актуальные во все времена вопросы о правовой природе преддоговорной ответственности.

Немецкие исследователи XX века (Г. Зибер, А. Тур, Г. Штолль, К.Баллерштедт) сделали вывод о действии преддоговорной ответственности во времени и вне зависимости от того, был ли заключен договор, что дало большой толчок к развитию данного института, расширению возможных случаев его применения. Так, современные немецкие исследователи, К. Никель, М. Борер, Р. Нирк, описывают в своих трудах уже разнообразные конкретные ситуации, в которых наступает действие преддоговорной ответственности.

Немецкая судебная практика сумела путем толкования закона не только сформировать институт преддоговорной ответственности, но и продвинуться дальше пределов применения института, очерченных Р.Ф. Иерингом. Преддоговорная ответственности стала охватывать все случаи вины в переговорах независимо от действительности договора и от самого факта его заключения.

Начало обширной судебной практики было положено решением Имперского суда 1911 года по знаменитому «делу о линолеуме». Совершив несколько покупок в магазине, посетительница обратилась к работнику магазина по поводу выбора линолеума. Он, в свою очередь, попытавшись ей помочь, уронил один из товаров с полки и ударил им покупательницу и ее сына. Суд присудил возмещение убытков, применив правила договорной ответственности при обстоятельствах, свидетельствующих скорее о деликте [2].

Большинство исследователей связывают особенности подхода к преддоговорной ответственности, развитого в немецком праве, с недостатками регулирования деликтной ответственности, а именно с отсутствием общего правила об ответственности за виновное причинение вреда, и наличием ряда фрагментарных норм, предусматривающих специальные составы в этой сфере. В тех же странах романо-германской правовой семьи, где признан генеральный деликт, соответствующие общие нормы путем толкования с успехом приспосабливаются и для нужд преддоговорной ответственности [12].

В странах англосаксонской правовой семьи, особенно в США, преобладает действие доктрины свободы договора, и цивилисты очень остро реагируют на теории, ограничивающие ее. Англо-саксонские исследователи придерживаются так называемой теории волеизъявления, противопоставляемой теории воли, которая действует в странах романно-

германской правовой семьи. В связи с этим в странах англо-саксонского права внешним признакам заключенности договора уделяется большое внимание, в то время как в странах континентального права «дух» соглашения имеет больший вес, нежели прямой смысл слов» [11]. Этим обусловлено зачастую скептическое отношение юристов стран англо-саксонского права к «промежуточным» договоренностям, не ставшим договорами. Более того, высказывается мысль о том, что противоположность интересов договаривающихся сторон вовсе исключает обязанность добросовестно вести переговоры – «концепция обязанности вести переговоры добросовестно по своей природе несовместима с противостоящими позициями сторон в переговорах»[9]. Поэтому в теории стран англо-саксонского права такая обязанность нередко отрицается.

В положениях гражданского права стран континентальной правовой семьи обязанность ведения переговоров может возникнуть лишь из закона, потому как никакого договора еще нет, при этом гражданское право всегда будет признавать обязанность вести переговоры добросовестно. Страны системы общего права, напротив полагают, что обязанности такой нет вовсе, если отсутствует соглашение о порядке ведения переговоров.

В общем праве глубоко укоренилась идея «caveat emptor» (пусть покупатель будет бдителен), отражающая позицию английского либерализма «no man is his brother's keeper». Однако точное соблюдение негласного правила часто очевидно несправедливо – тогда защита пострадавшей стороне предоставляется [12].

При разработке современного Гражданского кодекса Нидерландов широко обсуждался вопрос о необходимости законодательного регулирования преддоговорной ответственности. В итоге, несмотря на то, что Гражданский кодекс Нидерландов изначально позиционировался как акт, предполагающий достаточно широкие полномочия судов по интерпретации правовых норм, нормы о преддоговорной ответственности не закрепили в законодательстве в связи сих малой детализацией [4].

В Нидерландах, как указывалось ранее, институт преддоговорной ответственности прямо не закреплен в законодательстве, однако объективно существует и формируется судебной практикой и научными исследованиями исходя из общего принципа добросовестности.

Идея преддоговорной ответственности в современном гражданском праве Нидерландов основана на том, что каждая из сторон на преддоговорной стадии должна вести себя добросовестно, в своем поведении учитывать законные интересы и права другой стороны.

В литературе Нидерландов выделяют две стадии переговоров: в ходе первой стадии стороны свободны в своем праве отказаться от переговоров без негативных последствий вообще, однако уже на второй стадии отказавшаяся сторона обязана возместить убытки, вызванные ее отказом продолжать переговоры.

Некоторые российские исследователи полагают, что развитие ГК РФ должно происходить «в русле парадигмы нидерландского гражданского права. В этом случае достаточно бы было закрепления обязанности добросовестного поведения сторон в гражданских правоотношениях на законодательном уровне, а институт преддоговорной ответственности мог бы быть сформирован судебной практикой и с помощью руководящих разъяснений высших судов» [10].

Швейцарский закон особенно точен в регулировании доктрины culpa в contrahendo. В соответствии со швейцарским законом, «предварительная фаза обсуждений, во время которой стороны исследуют возможность заключения контракта, договариваются об определенных пунктах и принимают все необходимые меры для его заключения, названа «преддоговорной фазой» [3].

В Швейцарии преддоговорное нарушение – случай договорной ответственности, при котором истец должен доказать только убытки и нарушение договорного обязательства.

Интерес представляет резонансное дело о строительстве бассейна 1982 года, которое иллюстрирует проблемы преддоговорных переговоров [5]. Муниципальный совет решил построить общественный бассейн. Местный подрядчик предложил проект, и совет вступил с ним в переговоры. Совет потратил средства на экспертов, подрядчик предложил свою цену. Спустя время совет принял предложение другого подрядчика, стоимость работ которого была на 10% ниже. Верховный Суд признал, что переговоры достигли такого этапа, на котором стороны уже не могли свободно прервать переговоры, и постановил, что на определенной стадии переговоров с недобросовестной стороны могут быть взысканы не только негативные договорные расходы, но и позитивные договорные расходы (упущенная выгода).

В Испании в одном из дел суд указал, что простое нарушение обязанности провести переговоры добросовестно не влечет за собой неизменно ответственность. Судья Перес-Джименез, выразив свое мнение, отметил, что «несправедливое завершение преддоговорной фазы может привести лишь к дополнительно-договорной ответственности» [8].

По мнению итальянского кассационного суда «преддоговорная ответственность не предполагает восстановление всего договорного ущерба, понесенного другой стороной, а только так называемых отрицательных убытков – то есть тех расходы, которые понесены в предвидении будущего контракта, а также компенсации потерянных благоприятных возможностей [6].

Подводя итог анализу зарубежной доктрины и практики, следует отметить, что конструкция преддоговорной ответственности широко распространена в иностранных правопорядках. В одних странах данный институт признан на законодательном уровне, в других – активно

используется судебной практикой, но и в том и в другом случае неизменно основан на принципе добросовестности. При этом взгляды на правовую природу, основания, условия и формы преддоговорной ответственности различаются в зависимости от правовой семьи, к которой принадлежит тот или иной правопорядок.

Использованные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ: в ред. Федер. Закона от 31 января 2016 г. № 7-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1994. – 8 декабря. - № 32. – Ст. 3301.
2. Bar C.v., Drobnig U. Study on Property Law and Non-contractual Liability Law as they Relate to Contract Law. Submitted to the European Commission, Health and Consumer Protection Directorate-General. SANCO B5-1000/02/000574. 505p. http://forum.yurclub.ru/index.php?app=downloads&showfile=1961
3. Bucher E. Law of contracts. Swiss Law. Law of Contracts. 2000.
4. Hartkamp A.S. Civil Code Revision in the Netherlands 1947-1992 // Nieuw Nederlands Burgerlijik Wetboek Het Vermogensrecht (Zakenrecht? Vermogensrecht en Bijzondere Overeenkomsten). Deventer: Kluwer Law and Taxation Publisher, 1990.
5. Lorenz W. Reform of the german law of breach of contract // Edin. L. R. 1997. 1 (3).
6. Musy A. M. The Good Faith Principle in Contract Law and the Precontractual Duty to Disclose: Comparative Analysis of New Differences in Legal Cultures//Global Jurist Advances. Vol.1. Issue 1. 2001.
7. Novoa R. Culpa in contrahendo: a comparative law study: Chilean law and the united nations convention on contracts for the international sales of goods (cisg) // Arizona Journal of International & Comparative Law Vol. 22. 2005 No. 3.
8. Satellite Broad. Cable, Inc. v. Telefónica de España, 807 F. Supp. 218, 220
9. Tochtermann P. Agreements to Negotiate in the Transnational Context // Issues of Contract Law and Effective Dispute Resolution. 2008. № 3.
10. Мутай И. М. Преддоговорная ответственность в законодательстве Нидерландов и ГК РФ //Закон. 2012. № 1.
11. Осакве К. Свобода договора в англо-американском праве: понятие, сущность и ограничения // Журнал российского права. 2006. N 7.
12. Шапп Я. Система германского гражданского права. М., 2011.

Волкова Н.С.
студент
ФГБОУ ВО Стерлитамакский филиал БашГУ
Медведева И.А.
научный руководитель, ст.преподаватель
Российская Федерация, г. Стерлитамак

ПРИНУДИТЕЛЬНЫЕ РАБОТЫ КАК НОВЫЙ ВИД НАКАЗАНИЯ: ЗА И ПРОТИВ

Развитие системы нормативно-правового регулирования - явление нормальное и постоянно происходящее в современном правовом государстве. Издавая тот или иной нормативно-правовой акт (закон, подзаконный акт или поправки к нему), государственные органы руководствуются целесообразностью его принятия, учетом всех социально-экономических условий, наличием определенной материальной базы для его реализации, последствиями его принятия, соответствия целям его издания.

Отрасль уголовного права так же со временем изменяется, дополняется. Следует отметить, что совершенствование данной отрасли российского права весьма значимо для всей правовой системы Российской Федерации, так как цель уголовного судопроизводства состоит в «защите прав и законных интересов как лиц и организаций, потерпевших от преступлений, так и лиц, незаконно и необоснованно обвиненных или осужденных за совершение преступления, либо незаконно ограниченных в их правах и свободах»[1].

Одним из подобных нововведений является введение нового вида уголовного наказания в виде принудительных работ, что имеет целью гуманизацию уголовного законодательства, так как данный вид наказания является альтернативой лишения свободы в случаях, предусмотренных соответствующими статьями Уголовного кодекса Российской Федерации, за совершение преступления небольшой или средней тяжести либо за совершение тяжкого преступления впервые. Уголовное наказание в виде принудительных работ состоит в привлечении осужденного к выполнению трудовой функции в специально отведенных учреждениями и органами уголовно-исполнительной системы местах. Срок принудительных работ может быть назначен на срок от двух месяцев до пяти лет. Из заработной платы производятся установленные судом удержания в доход государства в размете 5-20%, перечисляемые на счет соответствующего территориального органа уголовно-исполнительной системы. В случае уклонения от выполнения принудительных работ их заменяют лишением свободы.

Данный вид наказания введен по большинству составов УК РФ Федеральным законом от 7 декабря 2011 г. № 420-ФЗ “О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации” и регламентируется статьями 53 и 44 УК РФ, но применению правоохранительными и судебными органами наказание в виде принудительных работ подлежит лишь с 1 января 2017 г.

Принятие данного федерального закона можно рассматривать с нескольких сторон.

Во-первых, вводя новый вид уголовного наказания, законодатель расширяет возможности суда более справедливо назначить наказание

осужденному в соответствии с тяжестью совершенного им преступления, кроме того, введение нового вида наказания, не связанного с лишением свободы – это, определенно, шаг в сторону гуманизации работы уголовно-исполнительной системы, но в то же время «определенное сомнение вызывает вероятность использования единой меры государственного принуждения в отношении различных по степени общественной опасности осужденных, признанных виновными в совершении отнюдь не тождественных преступлений», ведь по факту положение закона в целом совпадает с правовым основанием постановления судом считать назначенное наказание условным (ч. 1 ст. 73 УК РФ), значит, вполне возможна определенная конкуренция уголовно-правовых норм, что может дезориентировать правоприменительные органы.

Во-вторых, одной из возможных целей законодателя была разгрузка уголовно-исполнительных учреждений и уменьшения финансирования для содержания осужденных, но для реализации принудительных работ необходимо обустроить специальные исправительные центры, для чего необходимо достаточное финансирование для строительства учреждений из средств федерального бюджета, а также обеспечение штатной численности сотрудников этих учреждений. Ведь согласно расчетам затраты на создание одного исправительного центра с лимитом наполнения до 200 человек составят от 67,6 до 72,2 млн рублей.[2] Данный факт подтверждается тем, что изначально такие центры должны были начать выполнять свою исправительную функцию с 2012, позже сроки были сдвинуты еще дальше, а сейчас намечена дата 1 января 2017 г.

Кроме того, следует брать во внимание, что для некоторых категорий осужденных выполнение работ, не соответствующих их пожеланиям может встретить большое сопротивление со стороны осужденного и цель исправления осужденного вовсе не будет достигнута.[3]

Так же не следует забывать, что зачастую в таких бригадах, выполняющих принудительные работы, присутствует дедовщина и когда одни осужденные выполняют установленную трудовую функцию, другие могут не выполнять свою работу, передавая ее другим, менее сильным категориям осужденных.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что введение принудительных работ в качестве нового вида наказания – шаг в развитии в сторону гуманизации законодательства, но данное нововведение ставит ряд нерешенных задач, в связи с этим сфера его применения существенно ограничена, что требует дальнейшей проработки организационных и правовых мер, обеспечивающих правильное применение данного вида уголовного наказания.

Использованные источники:

1. Калиновский К. Б., Смирнов А. В. Уголовный процесс. СПб.:, Питер, 2003. С.3

2. Пояснительная записка «К проекту Федерального закона «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации»» [Электронный ресурс]. URL: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=PRJ;n=87057 (дата обращения: 04.10.2016)
3. Никитин Дмитрий Алексеевич, Сидорова Маргарита Михайловна Принудительные работы как новый вид наказания: проблемы применения и перспектива развития. Вопросы теории и практики науки.: Грамота, 2015. № 9 (59): в 2-х ч. Ч. II. С. 125

Доронина И.Г.
студент 2 курса
направление магистерской программы «Правовое обеспечение государственной и муниципальной службы»
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации (РАНХиГС)
Россия, г. Новосибирск

ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРАВОВОГО СТАТУСА СОТРУДНИКОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОТИВОПОЖАРНОЙ СЛУЖБЫ МЧС РОССИИ

Статья посвящена анализу отдельных норм Федерального закона "О службе в федеральной противопожарной службе Государственной противопожарной службы и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 23.05.2016 N 141-ФЗ. В частности, рассматриваются нововведения, определяющие статус сотрудников Государственной противопожарной службы МЧС России, как государственных служащих.

Ключевые слова: *государственная служба, сотрудник, увольнение сотрудника в связи с утратой доверия.*

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 09.11.2001 N 1309 "О совершенствовании государственного управления в области пожарной безопасности" с 1 января 2002 года Государственная противопожарная служба МВД России вошла в состав МЧС России. Несмотря на это, до 2016 года порядок прохождения службы в Государственной противопожарной службе осуществлялся на основании Положения «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации», утвержденном Постановлением Верховного Совета Российской Федерации от 23.12.1992, далее по тексту – Положение.

13 мая 2016 года Государственной Думой Российской Федерации принят Федеральный закон "О службе в федеральной противопожарной службе Государственной противопожарной службы и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 23.05.2016 N

141-ФЗ, далее по тексту также – ФЗ «О службе в ФПС РФ»

Указанный закон заменил Положение, определив Федеральную противопожарную службу — как один из видов федеральной государственной службы.

Специалисты отмечают значимость принятого закона в том, что он подробно регламентирует правовое положения (статуса) сотрудника, впервые определяет понятие «сотрудник ФПС», устанавливает основные права и обязанности сотрудников, требования к служебному поведению, а также ограничения и запреты, связанные со службой в ФПС и ответственность сотрудника ФПС. Также закон определяет взаимосвязь службы в ФПС с другими видами государственной службы.

По мнению заместителя министра МЧС России Артамонова В.С. «…Закон стал результатом анализа и обобщения положительного отечественного и зарубежного опыта, в том числе законопроектной работы в других силовых ведомствах Российской Федерации, а также опыта, накопленного Федеральной противопожарной службой в системе МЧС России, когда учтены все положительные и негативные моменты, возникавшие за этот период...».

Так, в новом законе впервые вводится понятие государственного заказа на подготовку кадров в интересах ФПС в образовательных организациях вне системы МЧС России и определен порядок его формирования.

Согласно ч.2 ст.78 ФЗ «О службе в ФПС РФ» государственный заказ на подготовку кадров для федеральной противопожарной службы на очередной год включает в себя:

– государственный заказ на подготовку кадров по образовательным программам среднего профессионального образования и высшего образования в соответствии с квалификационными требованиями к должностям в федеральной противопожарной службе;

– государственный заказ на дополнительное профессиональное образование сотрудников федеральной противопожарной службы.

Также в законе впервые вводится такое понятие и условие прекращения контракта — увольнение сотрудника ФПС в связи с утратой доверия.

Согласно п.45 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 17.03.2004 N 2 "О применении судами Российской Федерации Трудового кодекса Российской Федерации" судам необходимо иметь в виду, что расторжение трудового договора с работником в связи с утратой доверия возможно только в отношении работников, непосредственно обслуживающих денежные или товарные ценности (прием, хранение, транспортировка, распределение и т.п.), и при условии, что ими совершены такие виновные действия, которые давали работодателю основание для утраты довериям к ним.

Основания для увольнения сотрудников ФСП отличаются от оснований увольнения за утрату доверия, предусмотренных Трудовым кодексом Российской Федерации, далее – ТК РФ, так как непосредственно связаны с антикоррупционной составляющей.

Статьей 59.2 Федерального закона "О государственной гражданской службе Российской Федерации", далее – ФЗ «О государственной службе РФ», устанавливается перечень нарушений, которые рассматриваются, как действия (бездействия), влекущие утрату доверия. В частности: непринятие мер по предотвращению и (или) урегулированию конфликта интересов, стороной которого он является; непредставление гражданским служащим сведений о своих доходах, имуществе и обязательствах имущественного характера, а также о доходах, имуществе и обязательствах имущественного характера своих супруги (супруга) и несовершеннолетних детей либо представление заведомо недостоверных или неполных сведений; участие гражданского служащего на платной основе в деятельности органа управления коммерческой организацией, за исключением случаев, установленных федеральным законом; осуществление им предпринимательской деятельности; вхождение гражданского служащего в состав органов управления, попечительских или наблюдательных советов, иных органов иностранных некоммерческих неправительственных организаций и их структурных подразделений, действующих на территории РФ, если иное не предусмотрено международным договором РФ или законодательством РФ.

Анализ статьи 84 нового ФЗ «О службе в ФСП РФ» позволяет говорит о частичном заимствовании норм, касающихся увольнения в связи с утратой доверия из ФЗ «О государственной службе РФ». Такое заимствование, связано, как отмечалось ранее, с отнесением сотрудников ФПС к государственным служащим в результате принятия ФЗ «О службе в ФСП РФ» и распространения на них правового режима государственных служащих.

Так как увольнение в связи с утратой доверия – это дисциплинарное взыскание, применяемое к госслужащим за совершение коррупционных правонарушений на государственной гражданской службе, то принятие ФЗ «О службе в ФСП РФ», в том числе, способствуют ужесточению ответственности сотрудников ФСП за совершение коррупционных правонарушений.

Использованные источники:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ (ред. от 03.07.2016) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс [справочно-поисковая система] (дата обращения 01.10.2016).
2. Федеральный закон "О государственной гражданской службе Российской Федерации" от 27.07.2004 N 79-ФЗ (действующая редакция, 2016) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс [справочно-поисковая система]

(дата обращения 03.10.2016).
3. Федеральный закон "О службе в федеральной противопожарной службе Государственной противопожарной службы и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 23.05.2016 N 141-ФЗ [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс [справочно-поисковая система] (дата обращения 01.10.2016).
4. Указ Президента РФ "О совершенствовании государственного управления в области пожарной безопасности" от 09.11.2001 N 1309 (ред. от 27.10.2011) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс [справочно-поисковая система] (дата обращения 01.10.2016).
5. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 17.03.2004 N 2 (ред. от 24.11.2015) "О применении судами Российской Федерации Трудового кодекса Российской Федерации" [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс [справочно-поисковая система] (дата обращения 01.10.2016).

Ланг П.П.
Самарский государственный экономический университет

СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА АРБИТРАЖНЫХ СУДОВ В РОССИИ

Ключевые слова: арбитражный процесс, арбитражный суд, система, принципы.

В данной статье рассматривается система арбитражных судов в Российской Федерации, их задачи и полномочия.

В соответствии с Федеральными законами «О судебной системе Российской Федерации» (статья 4) «Об Арбитражных судах Российской Федерации» (статья 1) арбитражные суды являются федеральными судами и входят в судебную систему Российской Федерации. Они осуществляют судебную власть при разрешении экономических споров, возникающих из гражданских, административных и иных правоотношений.

Основными задачами арбитражных судов в Российской Федерации при рассмотрении подведомственных им споров являются:

- защита нарушенных или оспариваемых прав и законных интересов предприятий, учреждений, организаций и граждан в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности;
- содействие укреплению законности и предупреждению правонарушений в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

Систему арбитражных судов в Российской Федерации составляют:

- арбитражные суды округов (арбитражные кассационные суды);
- арбитражные апелляционные суды;
- арбитражные суды первой инстанции в республиках, краях, областях, городах федерального значения, автономной области, автономных;
- специализированные арбитражные суды.

До 2014 года в систему арбитражных судов РФ входил Высший Арбитражный Суд РФ, который являлся высшим судебным органом по разрешению экономических споров и иных дел, рассматриваемых арбитражными судами.

Федеральным законом от 28.06.2014 № 186-ФЗ «О внесении изменений в Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации» был упразднен Высший Федеральный Суд РФ. Функции Высшего Арбитражного суда РФ выполняет теперь коллегия по экономическим спорам Верховного суда РФ. Верховный суд РФ в настоящее время представляет собой единственный высший судебный орган по гражданским, уголовным, административным и иным делам, а также по разрешению экономических споров.

Судебная коллегия по экономическим спорам Верховного суда РФ согласно статье 3 ФКЗ от 28.04.1995 N 1-ФКЗ "Об арбитражных судах в Российской Федерации" не входит в систему арбитражных судов в РФ.

Арбитражные суды округов являются судами по проверке в кассационной инстанции законности вступивших в законную силу судебных актов арбитражных судов субъектов Российской Федерации и арбитражных апелляционных судов, а также судебных актов, принятых судами кассационной инстанции. Арбитражные суды округов являются также судами первой инстанции по рассмотрению заявлений о присуждении компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок по делам, рассматриваемым арбитражными судами, или за нарушение права на исполнение судебных актов в разумный срок, принятых арбитражными судами128.

Арбитражный суд округа действует в составе:

- президиума арбитражного суда округа;
- судебной коллегии по рассмотрению споров, возникающих из гражданских и иных правоотношений;
- судебной коллегии по рассмотрению споров, возникающих из административных правоотношений.

Арбитражные апелляционные суды являются судами по проверке в апелляционной инстанции законности и обоснованности судебных актов арбитражных судов субъектов Российской Федерации, принятых ими в первой инстанции.

---

[128] Пункт 1 статьи 24 Федерального конституционного закона РФ N1-ФКЗ «Об Арбитражных судах Российской Федерации» от 28 апреля1995года (в ред. от 15.02.2016 N 2-ФКЗ)

II. Федеральный конституционный закон РФ «О судебной системе Российской Федерации» от 31 декабря 1996 года N 1-ФКЗ (в ред. от 05.02.2014 N 4-ФКЗ)

III. Федеральный закон от 28.06.2014 № 186-ФЗ «О внесении изменений в Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации».

IV. Федеральный конституционный закон РФ «О Верховном суде Российской Федерации» от 5 февраля 2014 года N 3-ФКЗ (от 15.02.2016 N 2-ФКЗ)

V. Арбитражный процесс: Учебник / Отв. ред. проф. В.В. Ярков - 2-е зд., перераб. и доп. - М.: Волтерс Клувер, 2003.

В субъектах Российской Федерации действуют арбитражные суды республик, краев, областей, городов федерального значения, автономной области и автономных округов.

Рассмотрим полномочия арбитражных судов в таблице 1.

Таблица 1

Полномочия арбитражных судов РФ

Арбитражный суд округа	- проверяет в кассационной инстанции законность судебных актов по делам, рассмотренным арбитражными судами субъектов РФ и арбитражными апелляционными судами, а также судебных актов, принятых судами кассационной инстанции; - пересматривает по вновь открывшимся обстоятельствам принятые им и вступившие в законную силу судебные акты; - обращается в Конституционный Суд РФ с запросом о проверке конституционности закона, примененного или подлежащего применению в рассматриваемом им деле; - изучает и обобщает судебную практику; - подготавливает предложения по совершенствованию законов и иных нормативных правовых актов; - анализирует судебную статистику; - рассматривает в качестве суда первой инстанции заявления о присуждении компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок по делам, рассматриваемым арбитражными судами, или за нарушение права на исполнение судебных актов в разумный срок, принятых арбитражными судами.
Арбитражный апелляционный суд	- проверяет в апелляционной инстанции законность и обоснованность судебных актов, не вступивших в законную силу, по делам, рассмотренным арбитражными судами субъектов РФ в первой инстанции, повторно рассматривая дело; - пересматривает по вновь открывшимся обстоятельствам принятые им и вступившие в законную силу судебные акты; - обращается в Конституционный Суд РФ с запросом о проверке конституционности закона, примененного или подлежащего применению в деле, рассматриваемом им в апелляционной инстанции; - изучает и обобщает судебную практику; - подготавливает предложения по совершенствованию законов и иных нормативных правовых актов; - анализирует судебную статистику.
Арбитражный суд субъекта РФ	- рассматривает в первой инстанции все дела, подведомственные арбитражным судам в РФ, за исключением дел, отнесенных к компетенции Верховного Суда РФ, арбитражных судов округов и специализированных арбитражных судов; - пересматривает по вновь открывшимся обстоятельствам принятые им и вступившие в законную силу судебные акты; - обращается в Конституционный Суд РФ с запросом о проверке конституционности закона, примененного или подлежащего применению в деле, рассматриваемом им в любой инстанции; - изучает и обобщает судебную практику;

	- подготавливает предложения по совершенствованию законов и иных нормативных правовых актов; - анализирует судебную статистику.

Деятельность арбитражных судов в Российской Федерации строится на основе принципов законности, независимости судей, равенства организаций и граждан перед законом и судом, состязательности и равноправия сторон, гласности разбирательства дел.

Решение, постановление, определение арбитражного суда, вступившие в законную силу, подлежат обязательному исполнению всеми органами, организациями, должностными лицами и гражданами.

Ефремова В.А.
студент 4 курса
Юридический факультет
Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
Россия, г. Новосибирск

ОТСУТСТВИЕ ЭЛЕМЕНТА ОСОЗНАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ ОПАСНОСТИ ПРИ НЕБРЕЖНОСТИ

Аннотация. Данная статья посвящена определению осознания общественной опасности при небрежности.

Ключевые слова: осознание, небрежность, общественная опасность, проблемы, субъективная сторона, вина**.**

Abstract. This article deals with the definition consciousness menace to the community at the negligence.

Keywords: consciousness, negligence, menace to the community, problem, state of mind, mens rea.

При преступной небрежности лицо по определению не предвидит возможности наступления общественно опасных последствий совершенного преступного деяния, однако при необходимой внимательности и предусмотрительности должно было и могло предвидеть указанные последствия. Анализу подлежат именно неосознанные лицом фактически наступившие последствия. В таком случае отсутствует объект волеизъявления, следовательно, указывать на прямое волеизъявление не представляется возможным.

В научных работах, посвященных субъективной стороне преступления, опора делается на отражение сущности и правил установления объективного и субъективного критериев небрежности.

Для раскрытия правовой сущности такой категории как «преступная небрежность» доктриной было выделено два признака:

1) **Отрицательный признак небрежности** - непредвидение лицом возможности наступления общественно опасных последствий:

- отсутствие осознания общественной опасности совершаемого деяния;
- отсутствие предвидения преступных последствий.

2) **Положительный признак небрежности** состоит в том, что виновный должен был и мог проявить необходимые внимательность и предусмотрительность, а также предвидеть наступление общественно опасных последствий.

Предпочтительна позиция П.С. Дагеля и Д.П. Котова относительно небрежности, которая заключается в том, что «непредвидение последствий есть определенное, пренебрежительное отношение к этим последствиям... При небрежности психическое отношение к результату имеется»129.

Для установления вины в виде небрежности необходимо констатировать факт нарушения лицом каких-либо правил предосторожности, установленных именно для предупреждения и недопущения вреда, могущего наступить при их несоблюдении. В наиболее типичных случаях совершения преступления по небрежности субъект осознает факт нарушения вышеуказанных правил. Вместе с тем могут быть такие случаи, когда осознание у субъекта отсутствует (их В. Питецкий определяет как «деликты упущения»130).

В некоторых исключительных случаях осознание факта нарушения правил предосторожности сопровождается предвидением возможности наступления общественно опасных последствий. Это порождает прежде всего проблему разграничения небрежности с легкомыслием, а затем и с умыслом.

Возникает вопрос: в каких же случаях при осознании факта нарушения правил предосторожности субъект предвидит возможность наступления последствий (легкомыслие и даже умысел), а в каких - нет (что свидетельствует о небрежности)?

Когда субъект осознает факт нарушения правил предосторожности, он также осознает и основную цель установления таких правил, однако нарушает и игнорирует их. Поскольку воля лица может проявляться лишь к тому, что им осознается, можно утверждать, что непосредственно волевой момент небрежности проявляется в игнорировании правил предосторожности**.** Вместе с тем факт осознания того, что эти правила предназначены для недопущения фактически наступивших последствий, позволяет сделать вывод об опосредованном волеизъявлении субъекта к этим последствиям. Такое опосредованное волеизъявление можно назвать **неосторожным допущением фактически наступивших последствий**. Вполне понятно, что в данном случае воля в небрежности по отношению к последствиям проявляется с гораздо меньшей силой, нежели при других разновидностях вины.

---

[129] Дагель П.С., Котов Д.П. Субъективная сторона преступления и ее установление. Воронеж, 1974.

[130] Питецкий В.В. Об интеллектуальном и волевом моменте преступной небрежности // Государство и право. - М.: Наука, 2006, № 7.

Более сложная задача - установить интеллектуальный и волевой моменты в так называемых «деликтам упущения».

Эта сложность заключается в том, что при совершении таких деликтов лицо не осознает нарушения правил предосторожности, которое фактически имело место. Отсутствие осознания фактического нарушения правил предосторожности в «деликтах упущения» существенно осложняет обнаружение «момента вины» и обоснование ответственности за них.

В. В. Питецкий выделяет основные признаки, которые присущи уголовно-правовым «деликтам упущения»131:

а) неисполнение специальных правовых обязанностей, повлекших уголовно значимый вред (только путем бездействия);

б) вина лишь в виде небрежности;

в) виновный при этом не осознает факта нарушения возложенных на него (либо принятых на себя добровольно) специальных правовых обязанностей по предотвращению наступившего вреда.

При отсутствии любого из приведенных признаков такая правовая категория как «деликт упущения» исключается.

Представляется, что нахождение «момента вины» в данных случаях следует начать с анализа особенностей «механизма» причинения вреда. При этом непосредственной причиной возникновения преступных последствий является не само бездействующее лицо, а иные потенциальные источники опасности. Человек в данном случае будет являться только одним из элементов «системы», наряду с источником опасности. Данная «система» обосновывает причину наступления неблагоприятных последствий. Варианты этих систем могут быть самыми различными. К примеру, вторым элементом могут быть силы природы, различная техника, бытовые предметы. Существуют системы «врач – больной», «охранник – злоумышленник» и т.д.

Таким образом, **интеллектуальный момент** вины заключается в осознании лицом опасности, которая может исходить из определённого источника, и осознании своей правовой обязанности по предотвращению возможного вреда.

Волевой же **момент** непосредственно выражается в игнорировании (не умышленно, не осознанно), пренебрежительном отношении к выполнению этих обязанностей. В момент «упущения» сознание и деятельность субъекта переключаются на более актуальную для него в этот момент потребность. Свою непосредственную правовую обязанность субъект игнорирует при этом фактически, но не осознанно. Однако представляется, что это делается им не умышленно, а по неосторожности.

Волевой момент к фактически наступившим последствиям, как и во всех иных случаях небрежности, носит опосредованный характер и

[131] Питецкий В.В. Об интеллектуальном и волевом моменте преступной небрежности // Государство и право. - М.: Наука, 2006, № 7. - С. 105-108.

выражается в неосторожном допущении этих последствий. В связи с тем, что в «деликтах упущения» субъект не осознает факта нарушения правил предосторожности, волевой момент в них проявляется с еще меньшей силой, чем в иных случаях проявления небрежности, когда субъект осознает факт их нарушения и пренебрегает ими.

Психологическими причинами вины в «деликтах упущения» являются: безответственность, невнимательность, забывчивость, рассеянность и др.

Использованные источники:

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ // Собрание законодательства Рос. Федерации. – 1996. – № 25. – Ст. 2954 (ред. от 06.07.2016).
2. Галиакбаров Р. Р. Уголовное право. Общая часть: Учебник. Краснодар, 1999.
3. Гаухман Л.Д. Квалификация преступлений: закон, теория, практика. М., 2003.
4. Дагель П.С., Котов Д.П. Субъективная сторона преступления и ее установление. Воронеж, 1974.
5. Питецкий В.В. Об интеллектуальном и волевом моменте преступной небрежности // Государство и право. - М.: Наука, 2006, № 7.
6. Рарог А.И. Вина в советском уголовном праве. Саратов, 1987.
7. Уголовное право. Общая часть: Учебник для вузов / Под ред. И. Я. Козаченко и З. А. Незнамовой. М., 1998.

Карпенко Д.В.
магистрант 2 курса
Кудряшова Е.П.
магистрант 2 курса
Асланян А.А.
магистрант 2 курса
Институт управления и региональной экономики
Россия, г. Волгоград

«ДИСТАНЦИОННЫЙ» ТРУД В СОВРЕМЕННОМ ТРУДОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

Аннотация: *В статье рассмотрены особенности правового*

регулирования дистанционной формы занятости в РФ, выделены преимущества и недостатки дистанционного труда для работника и работодателя. Автором разграничены понятия фрилансер, надомный и дистанционный работник. На основе анализа судебной практики определены проблемы и сформулированы рекомендации при заключении договора о дистанционной работе.

Ключевые слова: *трудовые отношения, законодательство, трудовой кодекс, трудовой договор, законодательств, фрилансер.*

"REMOTE" WORK IN THE MODERN LABOR LAW

Abstract: *In the article the peculiarities of legal regulation of remote forms of employment in Russia, the advantages and disadvantages of remote work for the employee and the employer. The author delineated the concept of freelancer, remote and home-based worker. Based on the analysis of judicial practice identified problems and formulated recommendations at the conclusion of the contract on remote work.*

Key words: *labor relations, law, labour code, an employment contract, laws, freelancer.*

Задачей исследования является всесторонний анализ особенностей правового регулирования дистанционной формы занятости в РФ и выработка рекомендаций, позволяющих исправить сложившуюся ситуацию в данной области.

Развитие современного общества не представляется возможным без формирования механизмов его поддержания и развития. К основополагающим элементам таких механизмов смело можно отнести «трудовые отношения как предмет регулирования и трудовое право как совокупность норм, осуществляющих такое регулирование» [11, с. 143].

Научная новизна представленного исследования состоит в том, что в нем предпринята попытка комплексного изучения несовершенств законодательства в области дистанционного труда, что позволило выработать рекомендации для улучшения правового регулирования данного аспекта.

Данная тема является актуальной, поскольку в современном мире количество дистанционно занятых работников с каждым годом увеличивается. «Появляются новые формы социального взаимодействия, специфические территориальные и пространственные образования, по-иному конструируется рабочее пространство» [7, с.107]. Так, в 1997 году в Европе их было более 2 млн. человек, в 2005 году – уже 27 млн. человек, а в 2014 году произошло увеличение приблизительно до трети занятых европейцев и до 20 % американцев . На сегодняшний день, по данным Британского института по развитию персонала, на долю дистанционных сотрудников приходится от 10 до 22% от общего числа занятых [7, с.104-105]. На современном российском рынке труда данный вид занятости также уже занял свою особую нишу: помимо существующих фриланс-бирж ряд

организаций предлагает своим сотрудникам дистанционный формат профессиональной деятельности. Так, в России к таким компаниям можно отнести: ИнтерЛабс, Москомприватбанк, WorkleRU, СладКО, Yota, ДОМТЕК, Виртуальный университет СГСЭУ.

Дистанционными работниками являются лица, заключившие трудовой договор о дистанционной работе, для которой характерно «выполнение трудовой функции вне места заключения трудового договора, без соблюдения правил внутреннего трудового распорядка, но с использованием коммуникаций с работодателем посредством информационно-коммуникационных технологий» [6, с.50]. Трудовой договор о дистанционной работе, при этом, может быть заключен в электронной форме посредством обмена между работником и работодателем электронными документами. При этом используются усиленные квалифицированные электронные подписи (УКП), как дистанционного работника, так и работодателя. «При помощи УКП становится возможным подписание трудового договора о дистанционном труде, ознакомление работника с приказами под роспись и пр». [3, с.15].

Определение, данное в ст.312.1 ТК РФ позволяет говорить о том, что наём дистанционного сотрудника не предполагает создания стационарного рабочего места [1], и, следовательно, не влечет за собой обязанности работодателя по постановке в данном населенном пункте на налоговый учет. Кроме того, к иным преимуществам дистанционной формы трудовых отношений для работодателя можно отнести отсутствие необходимости оплаты дополнительной аренды и коммунальных услуг, сокращение малоэффективных должностей, что позволит оптимизировать издержки бизнеса. В качестве преимуществ дистанционной занятости для сотрудника можно выделить возможность самостоятельного определения режима труда, (следовательно, ожидается рост производительности труда при его организации в соответствии с пожеланиями сотрудника и работой в более комфортных условиях). Также к преимуществам данной формы занятости следует отнести отсутствие межличностных и производственных конфликтов, транспортных проблем, повышение деловой активности и занятости населения, а также «возможность работать по специальности одновременно у нескольких работодателей, не неся при этом дополнительных расходов» [9, с.25].

Отечественные исследователи и практики до настоящего времени не уделяли должного внимания дистанционным формам занятости, как например, в развитых странах. В трудах российских ученых можно констатировать отсутствие четкого понимания концепции дистанционной занятости, поскольку такие термины, как: «фрилансер», «удаленный работник» и «надомник» являются синонимами.

На наш взгляд, нельзя согласиться с утверждением об идентичности данных понятий. В настоящее время фрилансерами являются сотрудники,

выполняющие проектные работы на биржах фриланса. Такие работники самостоятельно определяют, какую работу выполнять, на какие проекты им следует тратить свой опыт и накопленные знания, а также каким именно образом выполнять заказ.

Трудовой кодекс РФ называет удаленных сотрудников дистанционными работниками, основы правового регулирования деятельности которых, изложены в новой главе Трудового кодекса Российской Федерации (далее ТК РФ) «Особенности регулирования труда дистанционных работников», введенной Федеральным законом от 05.04.2013 №60-ФЗ. Отличия между дистанционными и надомными работниками представлены следующими параметрами (табл.1).

Таблица 1

Условие трудовых отношений	Надомный работник	Дистанционный работник
Место работы	На дому, с возможностью участия членов семьи (ст.310 ТК РФ)	Вне офиса, но без привязки к месту жительства сотрудника
Характеристика труда, квалификация	Ручной	Интеллектуальный, более высокая квалификация
Инструменты и приспособления	Выделяются работодателем или приобретаются работником за свой счет с правом получения компенсации согласно трудовому договору	Используются средства работодателя или принадлежащие сотруднику (арендованные им) средства. Порядок и сроки выплаты компенсации прописываются в контракте
Форма трудового договора	Простая бумажная, письменный вид в 2 экземплярах. Заключается на основании ст.63-71 ТК РФ.	Простая бумажная и электронная, поскольку оформление трудового договора виртуально возможно. В качестве места его заключения указывается место нахождения работодателя
Обязанности работодателя	состоянию здоровья и должны выполняться в условиях в строгом соответствии с требованиями охраны труда (ст.311 ТК РФ)	Обязанности работодателя по обеспечению безопасных условий и охраны труда сведены к минимуму. Обязательными к исполнению являются обязанности, предусмотренные абз.16, 19 и 20 ч.2 ст.212 ТК РФ. Также требуется доводить до сведения сотрудников требования охраны труда при работе с оборудованием, которое предоставил или рекомендовал работодатель
Режим работы	Подлежит самостоятельному определению сотрудника	Возможно на усмотрение работника или устанавливается в трудовом договоре
Условие трудовых отношений	Надомный работник	Дистанционный работник

Сверхурочная работа	Не оплачивается	Может оплачиваться
Присутствие работника при расторжении трудового договора	Является обязательным	Не является обязательным, допускается в электронном виде
Записи в трудовой книжке	Подлежат обязательному внесению (ст.66 ТК РФ)	Сведения могут не вноситься по желанию работника. При заключении трудового договора впервые трудовую книжку разрешено не оформлять

Источник: сост.авт. по [3; 4].

Учитывая вышесказанное, можно обобщить, что фрилансер – это работник, выполняющий проектные (разовые) работы, осуществляющий поиск заказчика через посредника – биржу, необходимую для формализации отношений сторон и обеспечения их безопасности. При этом важным моментом является то, что возникающие при этом отношения не являются трудовыми, следовательно, не регулируются нормами ТК РФ. «Данные отношения относятся к категории гражданско-правовых», где есть заказ, сроки выполнения и определенный результат, который фрилансеру необходимо передать заказчику [2, с.112].

Относительно надомного и дистанционного работников можно заключить то, что обе категории могут осуществлять трудовую функцию в домашних условиях. Однако, как правило, традиционный надомный работник осуществляет определенные ручные работы из материалов и с использованием инструментов и механизмов, причем с участием членов семьи (ст.310 ТК РФ). Дистанционные сотрудники зачастую обладают более высоким уровнем квалификации, владеют знанием информационно-коммуникационных технологий и используют свои профессиональные знания и накопленный опыт вне рамок традиционных трудовых правоотношений.

Поскольку появление главы о дистанционной работе в ТК РФ произошло совсем недавно, можно предположить, что отдельные аспекты регулирования труда дистанционных работников будут вызывать трудности еще долгое время. За годы существования данного нововведения в России правоприменительная практика скудна и неоднозначна. Причина, по нашему мнению, кроется в том, что формат дистанционных отношений несовершенен, а потому работники и работодатели недостаточно активно взаимодействуют подобным образом, чтобы избежать неприятностей. Анализ судебных споров в области дистанционной занятости позволил определить некоторые проблемные вопросы.

Первым проблемным полем является обмен документами с дистанционным работником по электронной почте. Обратимся к делу, касающемуся согласования условий трудового договора (Апелляционное

определение Курганского областного суда от 11.06.2015 по делу № 33-1534/2015). Суть данного дела состоит в том, что с дистанционным сотрудником трудовой договор был расторгнут по причине отсутствия у работодателя возможности предоставления достаточного объема работ. Уволенный сотрудник обратился в суд, подав иск о восстановлении на работе и признании приказа об увольнении незаконным. При оформлении дистанционных отношений в трудовом договоре могут быть прописаны дополнительные основания для расторжения (ст. 312.5 ТК РФ), и в данном случае договором между работником и работодателем такой пункт был предусмотрен, чем и воспользовался работодатель. Однако выяснилось, что на трудовом договоре подпись сотрудника отсутствует, а значит, данное условие является несогласованным и не может служить основанием для увольнения. В результате, суд постановил удовлетворить требования истца, поскольку отсутствуют доказательства права работодателя расторгнуть договор по указанным основаниям.

Предположим, что на самом деле данное условие было согласовано при дистанционном общении работника и работодателя или даже работник подписал трудовой договор и отправил работодателю скан–копию работодателю, однако проблема состоит в том, что документы, касающиеся прав и обязанностей работников должны быть заверены УКП. Если ее нет – то и значимость электронной копии стремится к нулю.

Таким образом, получается, что условия трудового договора без электронной подписи вступают в силу только с момента обмена экземплярами на бумажном носителе с личной подписью работника и представителя работодателя.

Рассмотрим дело, когда с работником был расторгнут трудовой договор по п.3. ч.1. ст.77 ТК РФ по собственному желанию, однако уволенный подал иск чтобы оспорить увольнение (Апелляционное определение Омского областного суда от 22.01.2014 № 33-187/2014). Сотрудник был уволен на основании присланной по электронной почте отсканированной копии заявления. Данный пример является вторым проблемным полем при обмене документами при дистанционном формате занятости. По решению суда увольнение работника было признано незаконным, и требование восстановления на работе было удовлетворено, поскольку «скан-копия документа при отсутствии оригинала не является надлежащим доказательством волеизъявления работника о прекращении трудовых отношений» [9, с.15]. Следует отметить, что приведенное постановление суда – типичное и суды давно придерживаются позиции, что без оригинала заявления об увольнении работодатель не имеет права уволить работника. Тем не менее, подписание электронного документа УКП согласно главе 49.1 ТК РФ позволило бы рассматривать заявление об увольнении как полноценный документ, выражающий намерения сотрудника.

Третьим проблемным полем при обмене работодателя и работника электронными документами можно считать возникновение ситуации неопределенности: с какого момента начинается исчисление срока для обжалования, то есть с момента получения сотрудником приказа в бумажной форме или с момента получения копии по электронной почте. В последнем случае работник формально ознакомлен с приказом и по факту трудовые отношения прекращены, но на руках надлежаще заверенной копии приказа он не имеет.

Так, сотрудник был переведен в отдел дистанционных работников на должность регионального директора по продажам, затем последовало его увольнение по инициативе работодателя по причине нецелесообразности дальнейшего сотрудничества. Работник обжаловал свое увольнение в судебном порядке (Апелляционное определение Омского областного суда от 22.01.2014 № 33-187/2014). В результате чего было принято решение в иске о восстановлении на работе и признании незаконным приказа об увольнении отказать, так как на обжалование увольнения отводится всего один месяц со дня получения работником на руки копии приказа об увольнении или со дня выдачи трудовой книжки. Ссылаясь на пропуск срока для обращения в суд, суд первой инстанции, который поддержала и апелляционная коллегия, исходил из того, что 21 мая 2014 года сотрудник получил приказ об увольнении по электронной почте, распечатал и подписал его, после чего направил данный приказ работодателю. Таким образом, зная о своем увольнении еще в мае, работник не был лишен возможности подать в суд иск о восстановлении на работе до истечения одного месяца с этой даты, однако в судебные органы уволенный обратился только в 7 июля 2014 г., пропустив месячный срок.

Итак, «для исчисления сроков на обжалование действий работодателя значение имеет осведомленность работника о нарушении его прав, а также получение электронной копии приказа» [10, с. 11]. В случае, если бы работник был уведомлен по электронной почте об увольнении, то точкой отсчета месячного срока было бы получение копии приказа на бумажном носителе.

К сожалению, из этого следует, что УКП используют лишь единицы, причем «электронная переписка может быть принята судом в качестве доказательства, а вот сканирована копия, полученная по почте – нет» [5, с.36]. Всё дело в том, что суд анализирует доказательства в их совокупности, в частности, поведение работника, свидетельствующее о направленности его воли. В этом плане интересно Апелляционное определение Омского областного суда от 23.10.2013 по делу № 3306776. Сотрудник направил скан-копию заявления об увольнении по электронной почте, а оригинал – через курьера. По истечении двух недель прекративший работу сотрудник был уволен за прогул, поскольку оригинал заявления работодателем все еще получен не был. Судебное решение было вынесено в поддержку работника.

Суд учел поведение, направленное на прекращение трудовых отношений и иные доказательства, свидетельствующие о получении работодателем по электронной почте заявления сотрудника об увольнении: электронную переписку работника и работодателя, показания свидетелей, что работодателю было сообщено о намерениях работника.

В итоге, рассмотренные дела позволяют говорить о том, что при вынесении решения суд учитывает обстоятельства увольнения, поведение работника, а также иные косвенные доказательства. Представленная судебная практика подтверждает утверждение о том, что действующее на сегодняшний день законодательство в области регулирования труда дистанционных работников далеко от совершенства. Несмотря на наличие специальных норм в ТК РФ о дистанционном труде, на практике суды пренебрегают данными положениями, предпочитая вместо признания факта дистанционной занятости констатировать фактически сложившиеся трудовые правоотношения, регламентируемые общими положениями ТК РФ.

Кроме того, можно отметить предоставление слишком широких полномочий работодателю (ст.312.5): расторжение трудового договора о дистанционной работе по инициативе работодателя производится по основаниям, предусмотренным трудовым договором. Полагаем, что правильнее было бы всё-таки указать исчерпывающий перечень таких дополнительных оснований увольнения работника по инициативе работодателя в ст.312.5 ТК РФ. Далее из главы 49.1 неясен вопрос с производственными травмами, ведь определить когда была получена травма дистанционным работником – в рабочее время или во время отдыха крайне затруднительно. Также целесообразным будет урегулировать вопросы установления особенностей реализации дистанционными работниками права на объединение, включая право на коллективные переговоры; вопросы установления особенностей порядка выплаты заработной платы дистанционным работникам, а также направления в служебные командировки; вопросы установления особенностей порядка применения к дистанционным работникам мер дисциплинарного воздействия, включая увольнение.

В заключение, сформулируем рекомендации для работодателя при заключении трудового договора о дистанционной работе. Во-первых, эффективнее перевести на дистанционную работу проверенного сотрудника из штата. Во-вторых, разработать механизм контроля над деятельностью дистанционных сотрудников, в целях мониторинга объема выполняемой работы, дисциплины, выполнения требований внутренних документов и т.д.

Работнику же при заключении трудового договора о дистанционной работе необходимо: внимательно относиться к документам, иметь трудовой договор и на бумажном носителе, сделать соответствующую запись в трудовую книжку. Помимо этого сохранять электронные документы,

подтверждающие получение электронного документа от другой стороны (абз.4 ст.312.1 ТК РФ). С особой осторожностью подойти к формулированию работодателем оснований для увольнения в трудовом договоре о дистанционной работе, а также, отбросив стеснения, сформулировать свои необходимые требования (порядок возмещения, компенсации за использованное принадлежащее сотруднику или арендованное им оборудование).

Таким образом, по нашему мнению, для минимизации споров о дистанционной работе необходимо на законодательном уровне более детально прописать особенности дистанционной работы, а также создать четкие требования к документообороту между работником, осуществляющим трудовую функцию дистанционно, и работодателем.

Использованные источники:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 31.07.2016) // Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».
2. Гурьянова, Н. Комментарий к статье "Фриланс" [Текст] /Н. Гурьянова // Трудовое право. – 2016. - № 3.-С.111-112.
3. Зайцева, О.Б. Соблюдайте дистанцию! Новые нормы Трудового Кодекса РФ о дистанционных работниках [Текст] / О.Б. Зайцева // Справочник кадровика. – 2013. - №7. – с.13-22.
4. Никитина, В.Ю. Дистанционный труд как новая форма занятости [Текст] / В.Ю. Никитина // Бухгалтерский учет. – 2013. - № 7. – с.69-74.
5. Олейникова, О. Об изъянах законодательного регулирования труда дистанционных работников [Текст] /О.Олейникова // Трудовое право. – 2015. - № 11. – с.31-38.
6. Орловский, Ю. Правовое регулирование трудовых отношений в современных условиях [Текст] / Ю. Орловский // Хозяйство и право. - .2011. - № 2. –с .48-52.
7. Полтавская, М.Б. Институционализация новых форм социального взаимодействия: пространство коворкинга / Полтавская М.Б. // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7, Философия. Социология и социальные технологии – 2014. - №3 (23). – С. 143-145
8. Правкина, Я.Ю. Социологический анализ дистанционного труда как инновационной формы занятости современной молодежи [Текст] / Я.Ю. Правкина // Инновационная деятельность. – 2012. - № 4. – с.100-106.
9. Русин, А. Новый закон о дистанционном труде [Текст] / А.Русин // Трудовое право. – 2013. - № 7. – с.13-29.
10.Степанов, В. Дистанционные работники – новая категория работников в российском трудовом праве [Текст] / В. Степанов // Трудовое право. – 2013. - № 6. – с.9-17.
11.Филиппов, П.М. Рец. на кн.: Рыженков, А. Я. Трудовое право России [текст]: учеб. для бакалавров / А. Я. Рыженков, В. М. Мелихов, С. А.

Шаронов; под. общ. ред. А. Я. Рыженкова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2013. – 568 с. / Филиппов П.М. // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 5, Юриспруденция. – 2013. - №3 (20). – С. 143-145

Конькова А.В.
магистрант 2 курса
Самарский Государственный Экономический Университет
Россия, г. Самара

К ВОПРОСУ О ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ.

В данной статье рассматриваются основные источники и проблемы правового регулирования ценообразования в строительстве.

Ключевые слова: Строительные нормы и правила, ведомственное законодательство, Федеральный закон, сметное нормирование и ценообразование, Методические указания, инвестиционно - строительный процесс.

This article examines the main sources and problems of legal regulation of pricing in construction.

Keywords: Building regulations, departmental law, federal law, the estimated valuation and pricing Guidelines, investment - construction process.

Для строительного законодательства характерен большой объем нормативного материала. При этом особенностью нормативно-правового регулирования является то, что правовые нормы тесно переплетены с нормами технического характера. Они нередко включаются в единые нормативные документы. Наиболее характерный пример такого рода - Строительные нормы и правила (далее СНиП). Это свод общих норм и требований к организации строительного производства, проектированию объектов и ведению строительных работ. В СНиПах есть и правовые и технические нормы. Важно учесть, что соблюдение СНиПов всеми участниками строительного процесса является их юридической обязанностью.

Нормативное регулирование строительства весьма детализировано, что существенно отличает его от многих других разделов коммерческого права. Здесь есть значительное число нормативных актов, принятых еще до начала или на самых первых этапах формирования современного российского рыночного хозяйства.

В нынешних условиях эти акты нередко уже не имеют императивного значения, однако при отсутствии замещающих их современных нормативных документов играют важную роль в договорной практике. Примером такого рода актов являются официально отменные Правила о договорах подряда на капитальное строительство 1986 г. [1].

При подготовке проектов правовых документов и рассмотрении

споров, связанных со строительством, следует, прежде всего, иметь в виду, что основная масса нормативного материала содержится в актах, принятых федеральными министерствами и ведомствами - это так называемое ведомственное законодательство, отнесенное общегражданским законодательством к категории иных правовых актов. Эти акты должны соответствовать Конституции РФ, ГК РФ, законам и иным нормативным актам более высокого уровня в юридической иерархии нормативных актов.

Фундамент, основу строительного законодательства образуют федеральные законы, определяющие базовые принципы правового режима строительной деятельности и основные черты правового статуса участников строительного процесса.

Итак, система нормативно-правовых актов различной юридической силы, регулирующая вопросы определения стоимости строительства, реконструкции и капитального ремонта объектов капитального строительства, а также взаимоотношения участников инвестиционно - строительного процесса, включает:

1. Конституцию Российской Федерации, международные договоры и конвенции;

2. Федеральные законы:

- ГК РФ (Федеральный закон от 30.11.1994 г. №51-ФЗ);
- ГСК РФ (Федеральный закон от 29.12.2004 г. №190-ФЗ);
- Налоговый кодекс Российской Федерации (далее НК РФ) (Федеральный закон от 31.07.1998 г. №146-ФЗ);
- Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете»;
- Федеральный закон от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»;
- Федеральный закон от 25.02.1999 г. № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»;
- Федеральный закон от 18.07.2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц»;
- Федеральный закон от 01.12.2007 г. № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях»;
- Федеральный закон от 03.07.2016 г. № 369-ФЗ «О внесении изменений в Градостроительный кодекс Российской Федерации и статьи 11 и 14 Федерального закона «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»;
- Федеральный закон от 30.12.2009 г. № 384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений»;

3. Указы Президента РФ и Постановления Правительства РФ:

- Постановление Правительства РФ от 16.02.2008 г. № 87 «О составе

разделов проектной документации и требованиях к их содержанию»;

- Постановление Правительства РФ от 21.06.2010 г. № 468 «О порядке проведения строительного контроля при осуществлении строительства, реконструкции и капитального ремонта объектов капитального строительства» (вместе с «Положением о проведении строительного контроля при осуществлении строительства, реконструкции и капитального ремонта объектов капитального строительства»);

- Постановление Правительства РФ от 12.08.2008 г. № 590 «О порядке проведения проверки инвестиционных проектов на предмет эффективности использования средств федерального бюджета, направляемых на капитальные вложения»;

- Постановление Правительства РФ от 18.05.2009 г. № 427 «О порядке проведения проверки достоверности определения сметной стоимости объектов капитального строительства, строительство которых финансируется с привлечением средств федерального бюджета» (вместе с «Положением о проведении проверки достоверности определения сметной стоимости объектов капитального строительства, строительство которых финансируется с привлечением средств федерального бюджета»);

- Постановление Правительства РФ от 17.09.2012 г. № 932 «Об утверждении Правил формирования плана закупки товаров (работ, услуг) и требований к форме такого плана» и др.

4. Акты федеральных органов исполнительной власти:

- Приказ Госстроя от 04.12.2012 г. № 75/ГС «Об утверждении Порядка разработки сметных нормативов, подлежащих применению при определении сметной стоимости объектов капитального строительства, строительство которых финансируется с привлечением средств федерального бюджета»;

- Приказ Минстроя России от 08.06.2015 г. № 413/пр «Об утверждении Классификации сметных нормативов, прогнозных и индивидуальных индексов изменения сметной стоимости строительства, подлежащих применению при определении сметной стоимости объектов капитального строительства, строительство которых финансируется с привлечением средств бюджетов бюджетной системы Российской Федерации и внебюджетных источников»;

- Приказ Госстроя от 05.02.2013 г. № 17/ГС «Об утверждении Порядка формирования и ведения федерального реестра сметных нормативов, подлежащих применению при определении сметной стоимости объектов капитального строительства, строительство которых финансируется с привлечением средств федерального бюджета, и предоставления сведений, включенных в указанный реестр»;

- Приказ Минэкономразвития РФ от 06.03.2008 г. № 60 «Об утверждении порядка проведения и условий конкурса по отбору организатора торгов по привлечению инвестиций в отношении находящихся в федеральной собственности объектов недвижимого имущества» и др.

В отдельную группу можно выделить систему методических и нормативных документов, регулирующих вопросы сметного нормирования и ценообразования в строительстве:

- Методика определения стоимости строительной продукции на территории Российской Федерации «МДС 81-35.2004» (внесена в Федеральный реестр сметных нормативов, подлежащих применению при определении сметной стоимости объектов капитального строительства, под регистрационным номером 94 от 15.12.2009 г.);
- Указания по применению федеральных единичных расценок на строительные и специальные строительные работы (ФЕР-2001) «МДС 81-36.2004» (внесены в Федеральный реестр сметных нормативов, подлежащих применению при определении сметной стоимости объектов капитального строительства, под регистрационным номером 116 от 25.01.2010 г.);
- Указания по применению федеральных единичных расценок на монтаж оборудования (ФЕРм-2001) «МДС 81-37.2004» (внесены в Федеральный реестр сметных нормативов, подлежащих применению при определении сметной стоимости объектов капитального строительства, под регистрационным номером 118 от 25.01.2010 г.);
- Методические указания по определению величины накладных расходов в строительстве «МДС 81-33.2004» (внесены в Федеральный реестр сметных нормативов, подлежащих применению при определении сметной стоимости объектов капитального строительства, под регистрационным номером 94 от 15.12.2009 г.);
- Методические указания по определению величины сметной прибыли в строительстве «МДС 81-25.2001» (внесены в Федеральный реестр сметных нормативов, подлежащих применению при определении сметной стоимости объектов капитального строительства, под регистрационным номером 93 от 15.12.2009 г.) и др.

Исходя из приведенного перечня нормативной документации можно сделать вывод, что при формировании стоимости строительной продукции участники инвестиционно - строительного процесса встают перед серьезной проблемой её применения, взаимной увязки требований и положений указанных нормативно-правовых актов, методических и нормативных документов, зачастую противоречащих друг другу. И первоочередной проблемой здесь является разрозненность законодательной терминологии. Юристы справедливо замечают, что каждый закон формулирует собственный понятийный аппарат, используемый для целей закона и изложенный в его преамбуле. Но инвестиционно - строительный процесс на всем его протяжении регулируется целым комплексом законодательных и подзаконных актов, который иллюстрирует представленная выше система. Участники должны находиться и работать в едином поле терминов и определений. Если законы пишутся для применения в строительном комплексе, тогда одно и то же понятие, используемое на всех этапах

инвестиционно - строительного процесса от возникновения идеи до ввода объекта в эксплуатацию, не должно в различных законах толковаться по-разному. Необходим единый универсальный подход к терминологии и использованию норм действующего законодательства, применение которого позволит субъектам инвестиционно - строительной деятельности грамотно формировать цену строительной продукции и строить договорные отношения.

Также, исходя из перечня приведенных нормативно-правовых актов, используемых при формировании стоимости строительной продукции участниками инвестиционно - строительного процесса, следует обратить особое внимание на «уникальное» место системы ценообразования в строительстве в совокупности отраслей народного хозяйства. Она находится на стыке различных отраслей - строительства, экономики, финансов, бухгалтерского учета, управления и др. - и должна учитывать требования и интересы каждой из них. Здесь возникает масса противоречий. Экономисты считают, что определение стоимости строительной продукции должно подчиняться общим экономическим законам. Инженеры и проектировщики ставят во главу угла при определении стоимости строительные нормы и правила. Финансовый сектор ратует за следование принципам финансового менеджмента. Бухгалтеры при учете работ в капитальном строительстве и ремонтно-строительных работах руководствуются законодательством о бухгалтерском учете и подзаконными положениями. Каждая из смежных отраслей «тянет одеяло на себя» и считает свои правила единственно верными. Специалисты по ценообразованию в строительстве в этой ситуации находятся весьма в некомфортных условиях. Устранить противоречия, возникающие между участниками инвестиционно - строительного процесса при определении стоимости, могут лишь законодатели, которые призваны установить правила игры для всех и для каждого из них. Отсутствие чёткой и единой позиции по вопросу «Куда отнести сферу ценообразования и как её регулировать?» является основной причиной возникших и нарастающих проблем в строительном комплексе.

«Прозрачность системы ценообразования, доступность информации, единообразие законодательной базы (однозначность, недвусмысленность, преемственность нормативно-правовых актов в системе законодательного регулирования отрасли) – вот три неотъемлемых условия движения строительного комплекса по эффективному пути своего развития» [2].

Использованные источники:

1. Коммерческое право: Учебник/А.Ю. Бушев, О.А. Городов, Н.Л. Вещунова и др.; Под ред. В.Ф. Попондопуло, В.Ф. Яковлевой. – СПб., Издательство С.-Петербургского университета, 1998. - 480 с.;
2. http://www.ccs.samara.ru Официальный сайт «Самарского Центра по Ценообразованию в строительстве».

Кузьмина Е.Э.
студент 4 курса
Самарский государственный экономический университет
Россия, г. Самара

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ТАМОЖЕННОЙ ПРОЦЕДУРЫ СВОБОДНОЙ ТАМОЖЕННОЙ ЗОНЫ НА ТЕРРИТОРИИ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО РАЗВИТИЯ

В таможенном отношении свободная таможенная зона представляет собой таможенную процедуру, в соответствии с которой товары размещаются и используются в пределах территории СЭЗ или ее части без уплаты таможенных пошлин и налогов, а также без применения мер нетарифного регулирования в отношении иностранных товаров и без запретов и ограничений в отношении товаров Таможенного союза [1]. Согласно федеральному закону Российской Федерации от 29.12.2014 г. № 473-ФЗ «О территориях социально-экономического развития в Российской Федерации» применение таможенной процедуры свободной таможенной зоны на участках территорий опережающего социально-экономического развития (далее - участки ТОР) приравнено к использованию данной таможенной процедуры на территориях СЭЗ [2].

Главным достоинством таможенной процедуры свободной таможенной зоны является освобождение от уплаты таможенных пошлин, налогов при ввозе товаров из иностранных стран. По мнению П. Ланга, от юридической процедуры зависит действенность реализации положений закона. При отсутствии процессуальных правил, установленных определенной правовой процедурой, определяющих порядок претворения в жизнь норм материального права, неизбежно возникнут трудности при регулировании общественных отношений и, несмотря на всю значимость материально-правовой нормы, она при данных обстоятельствах “мертва”.[3]

Обеспечивать социально-экономического развитие позволяет такой фактор, как условное начисление таможенных пошлин, налоговых выплат, не предусматривающих их фактическую уплату в доходную часть федерального бюджета. Так же это является толчком для осуществления предпринимательской деятельности и развития производства на участках, внедрения новых технологий и привлечения иностранных инвестиций.

При помещении под таможенную процедуру свободной таможенной зоны товары подлежат декларированию. Таможенное оформление товаров, помещенных под таможенную процедуру свободной таможенной зоны предусматривает ряд особенностей, выполнение которых является гарантией освобождения от уплаты таможенных пошлин и налогов. Так, обязанность помещения товаров под таможенную процедуру свободной таможенной зоны возлагается на декларанта, которым в отличие от иных таможенных процедур, может быть только резидент ТОР. Не является возможным полное освобождение от уплаты таможенных пошли, налогов в отношении товаров,

цели перемещения через таможенную границу которых отличны от сфер деятельности резидента ТОР. Декларирование товаров осуществляться только при применения таможенной декларации. Ещё одним условием может быть обеспечение резидентом ТОР уплаты таможенных сборов за совершение таможенных операций. Это плата за услугу, оказывающи1 таможенным органом по организации контроля в отношении перемещаемых через таможенную границу товаров. Поскольку преимущества таможенно-пошлинного обложения применимы только на участках ТОР, то резиденты ТОСЭР не вправе иметь филиалы и представительства за пределами территории ТОР.

В Самарской области, а именно г. Тольятти статус ТОР был присвоен совершенно недавно, поэтому для региона это новый опыт осуществления такой таможенной процедуры в будущем. Участок ТОР является зоной таможенного контроля. Перемещение товаров, транспортных средств через границы ТОР и в ее пределах осуществляется под таможенным контролем и предусматривает ведение учета и предоставление отчетности резидентом ТОСЭР таможенным органам на постоянной основе. Завершение таможенной процедуры свободной таможенной зоны может быть следствием:

- утраты юридическим лицом статуса резидента ТОСЭР;
- вывоза иностранных товаров, на остальную территорию Евразийского экономического союза, ранее помещенных на участки ТОР;
- использования нерезидентами ТОСЭР ранее ввезенных товаров на участках, не являющихся участками ТОР;
- прекращения функционирования участков ТОР
- другие.

Использованные источники:

1 Об особых экономических зонах в Российской Федерации: федер. закон. Рос. Федерации от 22 июля 2005г. №116-ФЗ (ред. от 13.07.2015) // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/ (дата обращения: 30.11.2016).

2. О территориях опережающего социально-экономического развития: федер. закон. Рос. Федерации от 29 декабря 2014г. №473-ФЗ (ред. от 03.07.2016) // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/ (дата обращения: 30.11.2016).

3. Ланг П.П. Правовая процедура как элемент юридического процесса// Вопросы экономики и права. 2013. С 63.

Мелькина А.А.
студент
Самарский государственный экономический университет

Россия, Самарская обл., г. Самара

СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ЮРИДИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС» И «ПРАВОВАЯ ПРОЦЕДУРА», ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОЙ ПРОЦЕДУРЫ КАК ЭЛЕМЕНТА ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Аннотация. Статья посвящена такому актуальному вопросу как соотношение понятия «юридический процесс» и «правовая процедура», выделяют признаки и формулируется понятие правовой процедуры.

Ключевые слова: процесс, процедура, юридический процесс, правовая процедура, правовые санкции.

В науке по-разному определяют понятие «юридический процесс».

Так, А.П. Шергин под юридическим процессом понимает урегулированный процессуальными нормами порядок деятельности судов и уполномоченных органов государства по разрешению юридических дел [9, с. 141].

В.Д. Сорокин определяет юридический процесс как фундаментальную юридическую категорию, обладающую общими свойствами, независимо от прилагательного, которым сопровождается существительное «процесс» [7, с. 45].

В.М. Горшенев, посвятивший свою работу раскрытию содержания теории юридического процесса как комплексной системы, определяет юридический процесс как комплексную систему органически взаимосвязанных правовых форм деятельности уполномоченных органов государства, должностных лиц, а также заинтересованных в разрешении различных юридических дел иных субъектов права [2, с. 15].

Разновидностью социального процесса считает юридический процесс И.В. Панова, понимая под последним нормативно установленной формой упорядочения юридической деятельности и правовых документов, которые включают в себя судебные процессы и правовые процедуры [5, с. 22].

Ю.Н. Старилов юридический процесс определяет как процессуальную форму функционирования судебной власти [8, с. 7].

П.П. Ланг отмечая, что отсутствие в ученой среде единого сложившегося понимания категории «юридический процесс, предлагает понимать под ним «регламентированную нормами права последовательную деятельность различных субъектов общественных правоотношений, направленную на достижение конкретного юридически значимого результата, стадийное развитие правовых явлений, состояний, изменений» [4, с. 63-64].

Правовая процедура являясь «особо важной гарантией эффективного осуществления правового регулирования общественных правоотношений» [4, с. 63], представляет собой структурный элемент юридического процесса.

Б.М. Лазарев отмечает, что юридические процедуры определяют

стадии юридического процесса, их цели, последовательность и временные рамки, конкретные действия на каждой стадии, основания совершения и взаимосвязь этих действий, способы их оформления и фиксации [3].

Следует согласиться с В.Н. Протасовым, который считает процедуры более широким понятием по сравнению с понятием юридического процесса [6]. При этом, П.П. Ланг довольно точно подмечает, что процесс и процедура являются родственными, но не тождественными понятиями, а именно процесс – это совокупность последовательных действий, а процедура – это порядок следования указанных действий, т.е. внутренняя форма процесса [4, с. 64]. Далее ученый понятия «юридический процесс» и «правовая процедура» рассматривает как общее и частное, форму и содержание. Правовая процедура не может существовать вне юридического процесса, в то время как юридический процесс реализуется посредством правовых процедур.

В качестве характерных признаков правовой процедуры можно обозначить следующие.

Прежде всего, правовая процедура устанавливается и излагается в нормативно-правовых актах.

Так, в Федеральном законе от 27.07.2010 г. № 193-ФЗ «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» [1] установлена и регламентирована альтернативная процедура урегулирования споров с участием посредника.

Кроме того, в частном юридическом процессе участники гражданских правоотношений могут самостоятельно устанавливать правовые процедуры. К примеру, в брачном договоре супруги могут самостоятельно определить процедуру раздела совместно нажитого имущества при расторжении брака.

Правовая процедура носит структурный характер и состоит из последовательно сменяющих друг друга актов поведения правового характера.

Являясь гарантией соблюдения прав и законных интересов участников общественных отношений, правовая процедура направлена на достижение определенного правового результата, целью которой является реализация норм материального права.

Рассмотренные выше признаки правовой процедуры позволяют сформулировать следующее определение: Правовая процедура, являясь структурным элементом юридического процесса, представляет собой нормативно-установленный порядок осуществления последовательных юридически значимых действий, направленный на реализацию норма материального права и охраняемый от нарушений правовыми санкциями.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 27.07.2010 г. № 193-ФЗ (ред. от 23.07.2013) «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» // СЗ РФ. 2010. № 31. Ст. 4162.

2. Горшенев В.М. Теория юридического процесса. Харьков, 1985.
3. Лазарев Б.М. Понятие и виды управленческих процедур. Их роль в механизме государственного управления // Управленческие процедуры / Под ред. Б.М. Лазарева. М. 1988.
4. Ланг П.П. Правовая процедура как элемент юридического процесса // Вопросы экономики и права. 2013. № 4. С. 63-66.
5. Панова И.В. Юридический процесс. Саратов, 1998.
6. Протасов В.Н. Юридическая процедура. М. 1991.
7. Сорокин В.Д. Правовое регулирование: предмет, метод, процесс // Правоведение. 2000. № 4. С. 45.
8. Старилов Ю.Н. Административный процесс в системе современных научных представлений об административной юстиции // Государство и право. 2004. № 6. С. 7.
9. Шергин А.П. Административно-юрисдикционный процесс как вид юридического процесса // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2015. № 8. С. 141.

Мерзлякова В.А.
студент 4 курса
Заочный факультет
Самарский государственный экономический университет
Россия, г. Самара

СООТНОШЕНИЕ ПРАВОВЫХ ПОНЯТИЙ «ПРОЦЕСС» И «ПРОЦЕДУРА» В ЮРИСПРУДЕНЦИИ

В статье рассматриваются понятия «юридический процесс» и «юридическая процедура», соотношение понятий «процесс» и «процедура», сходства и отличие понятий «процесс» и «процедура» в юриспруденции.

Ключевые слова: юридический процесс, юридическая процедура, процесс, процедура, деятельность, правовые нормы.

В настоящее время в современной юридической литературе существуют различные концепции относительно понимания таких правовых понятий как «процедура» и «процесс». Данные понятия по своему содержанию имеют как отличительные, так и схожие признаки. Рассмотрим сущность и признаки выделенных понятий, а так же их соотношение друг с другом.

Итак, юридический процесс представляет собой «регламентированную нормами права последовательную деятельность различных субъектов общественных правоотношений, направленную на достижение конкретно юридически значимого результата» [1, с.63].

1. Ланг, П. П. Правовая процедура как элемент юридического процесса / П.П. Ланг. // Вопросы экономики и права. - 2013. - № 4. - С. 63 – 66.

Так же юридический процесс рассматривается в научном сообществе

как деятельность по совершенствованию операций с нормами права и деятельность, вызывающая объективную потребность в процедурно-процессуальной регламентации [2, с.332].

Относительно понятия юридическая процедура необходимо выделить четыре основных аспекта, характеризующих данное понятие: закрепление в законах и подзаконных актах, нормативно установленный порядок осуществления юридической деятельности, охрана от нарушений правовыми санкциями, а так же гарантия правомерности и результативности юридической деятельность [2, с.333].

На основании этого можно сделать вывод, что юридическая процедура – это система, нацеленная на законодательное, правомерное и результативное осуществление юридической деятельности.

Следует отметить, что сопоставляя указанные выше понятия, целесообразно выделить несколько аспектов:

1. Отождествление понятий в праве. Представителями данной позиции являются такие авторы как В.М.Горшенев, В.О.Лучин, Ю.И.Мельников, П.Е.Недбайло.
2. Процесс выступает разновидностью процедуры (Е.И.Бутенко).
3. Процесс как часть процедуры (В.Н.Протасов).
4. Соотношение понятий процесс и процедура как содержания и формы [1.с.64].

Указанные выше аспекты, на мой взгляд, рационально отнести к сходствам юридического процесса и юридической процедуры как понятий в юриспруденции. Если говорить о различиях, то ими выступают следующие: во-первых, это опосредованный характер процесса.

1. Ланг, П. П. Правовая процедура как элемент юридического процесса / П.П. Ланг. // Вопросы экономики и права. - 2013. - № 4. - С. 63 – 66.

2. Солдатова, О. Е. К вопросу о соотношении понятий «юридический процесс» и «юридическая процедура»/ О.Е.Солдатова // Молодой ученый. — 2014. — №15. — С. 332-335.

В то время как процедура имеет как непосредственный, так и опосредованный характер. Во-вторых, если процедура имеет осуществление, как на законодательном, так и на индивидуальном уровне, то процесс осуществляется и закрепляется только посредством законодательного порядка. В-третьих, отличие изучаемых понятий прослеживается в регламентировании правовыми нормами, а именно – процесс определяется императивными правовыми нормами, а процедура, в большинстве своих случаях, диспозитивными. И, наконец, в-четвертых, в качестве отличительного признака выделяется субъект права. В данном случае понимается, каким именно субъектом права будет осуществляться правовая процедура или процесс. Процедура осуществляется дееспособным субъектом права, а процесс специально уполномоченными субъектами,

обладающие особым правовым положением.

Таким образом, понятия процесс и процедура имеют влиятельное значение не только для научного, но и для практического «поля». Данные понятия близки по своему значению, но не равны. Процесс – это целое, а процедура – отдельный элемент целого. Понятия юридический процесс и юридическая процедура соотносятся как общее и частное, форма и содержание.

Использованные источники:

1. Ланг, П. П. Правовая процедура как элемент юридического процесса / П.П. Ланг. // Вопросы экономики и права. - 2013. - № 4. - С. 63 – 66.
2. Солдатова, О. Е. К вопросу о соотношении понятий «юридический процесс» и «юридическая процедура»/ О.Е.Солдатова. // Молодой ученый. — 2014. — №15. — С. 332-335.

Мусабирова Д.А, к.юр.н.
доцент
кафедра «гражданского права и гражданского процесса»
Зиатдинова Д.А.
студент 2 курса
факультет «Гражданское право»
Казанский федеральный университет
Россия, г. Наб. Челны

ПРОБЛЕМЫ РАСЧЕТОВ С ИСПОЛЬОВАНИЕМ БАНКОВСКИХ КАРТ

Статья посвящена использованию банковских карт. В современном мире расчет банковскими картами стал распространённым, можно даже сказать, основным средством платежа. Но при этом имеются и проблемы с использованием этих карт.

Ключевые слова (банковская карта, электронные платежи, безналичный расчет)

В современной экономике, широкое применение имеет система электронных платежей. Одним из основных элементов гражданского оборота является ускорение его темпов. Способ электронных платежей обусловливает переход от расчетов на бумажных носителях, к расчетам в электронной форме. Видом данных расчетов являются расчеты с использованием банковских карт, которые уже получили большое распространение во всем мире. Расчеты пластиковой картой как средства платежа, активно используются различными организациями, так же и физическими лицами. Безналичная форма расчетов является более ускоренным средством платежа.

Сложно оценить необходимость платежных систем в целом и платежных карт в частности для нашего общества. В России удельный вес

суммы безналичных операций совершаемых с применением платежных карт значительно ниже, чем в развитых странах, тем не менее постоянно растет.

Вопрос активизации безналичных расчетов остается открытым не первый год. Платежная карта является в основном способом получения наличных денег, что говорит о недостаточно цивилизованном облике «пластикового» рынка.

Способ безналичных расчетов за последние три года значительно выросли что составляют 29-30% каждый год. Показатели показывают, что собственники карт постепенно привыкают к прямому назначению карт – безналичный расчет. И не важно, что большая часть таких платежей проводится через банкоматы, главное - это движение вперед по пути повседневного и повсеместного применения карт. В современном мире пластиковые (банковские) карты стали весьма актуальны, причиной этому являются:

– исполнение подавляющих большинства денежных обязательств, вытекающих из предпринимательских сделок;

– сбор, распределение и перераспределение бюджетных средств и средств внебюджетных фондов;

– оплата коммунальных платежей, услуг связи, а также при покупке товаров и оплата услуг с применением банковских карт.

В гражданском обороте, одним из принципов которого является возмездность, безналичный перевод сегодня наиболее важный инструмент исполнения денежных обязательств. Поэтому любые негативные процессы в системе безналичных переводов в некоторых случаях блокируют дальнейшее исполнение предпринимательских сделок. Роль безналичных переводов на финансовом и фондовом рынках еще более велика.

На современном этапе развития рынка пластиковых (банковских) карт требуется совершенствование технологической базы (их использования), а также качественно новое, отвечающее современным требованиям законодательство.

В развитых странах правоотношения в сфере осуществления операций с пластиковым (банковскими) картами, как правило, регулируются специальным законодательством.

Что же касается отечественного рынка пластиковых (банковских) карт, то одной из главных причин, тормозящих процесс развития и нормального функционирования этого рынка, является недостаточная проработка данной проблемы в нормативно-правовых документах. Без солидной правовой базы банковский рынок пластиковых (банковских) карт в России подвержен нестабильности и заключает в себе реальный и постоянный правовой риск для банков и экономики в целом. Существующее законодательство 266-П, не удовлетворяет всем требованиям современного рынка пластиковых карт и не дает всех необходимых указаний по его организации. Перспективы развития расчетов пластиковыми картами имеются исходя из анализа изменений в

законодательстве и рынка данных услуг. Формы безналичных расчетов изложены в Гражданском кодексе, однако расчеты с использованием пластиковых карт в качестве таковых не поименованы. Согласно 54-ФЗ, организации обязаны применять аппараты контрольно-кассовой техники (ККТ) при осуществлении указанных расчетов.

Сложным в учете операций с использованием пластиковых карт является момент определения выручки организации. Общим моментом перехода права собственности признается момент передачи товара продавцом покупателю. При этом согласно ст. 493 ГК РФ договор розничной купли-продажи считается заключенным в момент оплаты, то есть с момента выдачи продавцом товара покупателю документа, подтверждающего факт оплаты.

Специфика расчетов с использованием пластиковых карт заключается в том, что информация, считываемая с карты, обрабатывается банком в течение одного, двух дней. Это означает, что момент передачи товара не совпадает с фактом его оплаты.

В случае наличных денежных расчетов порядок возврата денежных средств зависит от того, в какой из дней происходит возврат товара. Что касается расчетов с использованием пластиковых карт порядок возврата денежных средств должен быть прописан в договоре.

Широкое распространение получили банковские карты, предназначенные для перечисления заработной платы сотрудников. Возможность перечисления заработной платы сотрудника на банковский счет предусмотрена ст. 136 ТК РФ. Тем не менее работник должен письменно уведомить работодателя о своем согласии на перечисление денежных средств на карту, и это должно быть оговорено в трудовом или коллективном договоре.

Использованные источники:

1. Токарева А.Б. Платежные карты: реальное состояние и нереализованные возможности // Деньги и кредит.2007. 14 с.
2. Прощунин М. М. Банковское право // М.: Эксмо. 2010. 427 с.
3. Авдеев В. Расчеты банковскими картами. // Аудит и налогообложение.2009. 21. с.

Радица М.Д.
Самарский государственный экономический университет
Россия, г. Самара

РОЛЬ ПРАВОВОЙ ПРОЦЕДУРЫ В ПРОЦЕССУАЛЬНОМ ПРАВЕ

Рассматриваются понятия «юридический процесс» и «правовая процедура», соотношение понятий «юридический процесс» и «процедура», характерные особенности правовой процедуры как элемента юридического процесса.

Ключевые слова: юридический процесс, юридическая процедура,

правовое регулирование, нормативность, динамизм.

Examines the concept of "legal process" and "process of law", the relationship between the concepts of "legal process" and "procedure", characteristic features of legal procedure as part of the legal process.

Keywords: legal process, legal procedure, legal regulation, normativity, dynamism.

На сегодняшний день существует очень важный элемент эффективного осуществления правового регулирования общественных правоотношений-«правовая процедура», который, в свою очередь является своеобразной гарантией. Известно, что процедурные отношения очень часто, а можно сказать, что всегда, сопровождают отношения между людьми и их объединениями в самых различных сферах жизни. Что касается юридического процесса, то это довольно непростая, продолжающаяся в определенный период, деятельность, состоящая из процессуальных стадий, которые обладают неукоснительно установленную последовательность. Согласно содержанию, юридический процесс предполагает собой цепочку взаимосвязанных процессуальных действий и процессуальных решений, закрепляемых в определенных документах. В целом, процедурные механизмы характерны для правового регулирования, а также для нормотворчества. Можно сделать вывод, что претворение в жизнь практически любых видов норм права безоговорочно нуждается в процедурах. Е.Г. Лукьянова в своей работе «Теория процессуального права» отмечает, что «без анализа юридического процесса как такового, процессуальных норм и правоотношений, без изучения процессуального права в целом невозможно объективно оценить реальное состояние механизма правового регулирования, ибо в обществе, объявляющем высшей ценностью человека, его права и свободы, именно демократическое процессуальное право, опосредуя взаимодействие государства и личности, является гарантом защиты ее прав и свобод, а также важным средством координации частного и публичного интереса»[1]. «Закон… без ритуала, без процедуры его действия, приводит: власть к произволу, гражданина к беззащитности»[2], пишет Ю.В. Феофанов. Исходя из данных высказываний, можно сказать, что соблюдение и охрана прав и свобод человека и гражданина неосуществимы при отсутствии строго определенных, законодательно закрепленных правовых процедур. Следует отметить, что даже действенность реализации положений закона во многом зависит от юридической процедуры. При отсутствии процессуальных законов, определенных конкретной правовой процедурой, характеризующих последовательность претворения в жизнь норм материального права, неминуемо появятся проблемы при регулировании социальных взаимоотношений и, невзирая на всю важность материально-правовой нормы, она при предоставленных условиях будет «мертва». Кроме того необходимо заметить, то что правовая процедура имеет колоссальное

значение не только в ходе правоприменения, но и в правотворчестве, и в официальном толковании права. Невзирая на вышеизложенное, эта правовая категория юридического процесса мало изучена, а в литературе не наблюдается единство суждений ученых относительно определения, содержания, систематизации рассматриваемого института. П.П. Ланг отмечает, что «характерная особенность правовой процедуры, отличающая ее от социальной процедуры, заключается в том, что правовая процедура действует в правовой среде. Данный правовой институт является структурным элементом юридического (правового) процесса. Юридический (правовой) процесс в свою очередь представляет собой регламентированную нормами права последовательную деятельность различных субъектов общественных правоотношений, направленную на достижение конкретного юридически значимого результата, стадийное развитие правовых явлений, состояний, изменений»[3]. Следует отметить, что содержание понятий «процесс» и «процедура» не имеет нормативного определения и в большинстве случаев эти термины используются как синонимы, а также употребляются в разных значениях. Как результат, данное фактор, безусловно, вводит неточности в правотворчестве и правоприменении. В научной литературе встречаются следующие виды соотношения процесса и процедуры: полное отождествление (В.М. Горшенев, В.О. Лучин, Ю.И. Мельников, П.Е. Недбайло); использование термина «процедура» исключительно лишь к неюрисдикционной деятельности с целью обозначения порядка её реализации (И.М. Зайцев, Н.А. Рассахатская); включение юридического процесса в понятие процедуры (В.Н. Протасов); соотношение юридического процесса и процедуры равно как содержания и формы (П.И. Кононов, А.Ю. Якимов)[4]. В.Н. Протасов, считая процедуру наиболее обширным понятием согласно сопоставлению с определением юридического процесса, скорее предрасположен признать процедурность всеобщим признаком права.

Таким способом, правовая процедура это определенные правовые действия, установленные каким-либо нормативно-правовым актом, внутри юридического процесса. Определения «юридический процесс» и «правовая процедура» необходимо воспринимать как общее и частное, форму и содержание. Правовой процедуры за пределами юридического процесса существовать не может. Юридический процесс, в свою очередь, реализуется с помощью правовых процедур. Проблема соответствия юридического процесса и правовой процедуры обладает огромной важностью равно как для науки, так и для практики. Безосновательные стремления отождествления правовой процедуры и юридического процесса ведут к ложному понятию о внутренней структуре последнего.

Целью правовой процедуры считается осуществление материально-правовой нормы. Процедуры в юридическом процессе, равно как в любом ином социальном процессе, пребывают в последовательной динамике,

системном формировании. Очередность юридически-важных действий считается содержательным качеством правовой процедуры. Таким образом, правовая процедура это структурная часть юридического процесса, нормативно-определенный порядок (система) реализации поочередных юридически важных операций, ориентированная на реализацию норм материального права, охраняемая от нарушений правовыми санкциями. Правовая процедура увеличивает результативность правового регулирования, упорядочивает социальные взаимоотношения. Без утверждения правовых процедур обычное функционирование государственных органов и общества было бы неосуществимым. Принимая во внимание колоссальную роль правовых процедур при осуществлении и охране прав и свобод, анализируемый институт способен включать в себя и неблагоприятный общественный потенциал, а конкретно правовая процедура способна быть формальной, чрезмерно бюрократической, экономически нерациональной и т.д. В демократическом мире, в правовом государстве отмеченные отрицательные факторы должны быть стимулом, поводом для последующего улучшения правовых процедур.

Использованные источники:

1. Лукьянова Е.Г. Теория процессуального права. 2-е изд., перераб. М., 2004. С. 2.
2. Феофанов Ю.В. Власть и право // Известия. 1988. 21 июня.
3. Ланг П.П. Правовая процедура как элемент юридического процесса [Текст] // Вопросы экономики и права. - 2013. - № 4. С. 63-66. ISSN 2072-5574.
4. Уваров П.В. Исполнительное производство как разновидность юридического процесса : дис. … канд. юрид. наук. Тамбов, 2009. С. 23. Протасов В.Н. Юридическая процедура. М., 1991. С. 6-7.

Самарец К.Л.
магистрант 2 курса
Юридический факультет
ФГБОУ ВПО «РГПУ им. А.И. Герцена»

КОНЦЕССИОННЫЕ СОГЛАШЕНИЯ И КОММЕРЧЕСКИЕ КОНЦЕССИИ: СООТНОШЕНИЕ, ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ.

В условиях экономического кризиса целью государства становится возвращение экономики в стабильное русло развития в кратчайшие сроки. Экономика любой страны неразрывно связана с политической обстановкой в данном государстве, что не оставляет шансов для промедления в вопросе стабилизации экономической ситуации. В данном случае государство ищет инструменты для решения данного вопроса. Одними из наиболее эффективных инструментов повышения эффективности бюджетных расходов и стимулирования конкуренции по праву считается такая форма

государственно-частного партнерства, как концессионное соглашение и коммерческая концессия.

История концессии восходит к VI и IV векам до н.э. Слово «концессия» произошло от латинского слова «concessio» - откуп. Данный механизм передачи государством за определенную плату и на определенных условиях права взимать налоги и другие государственные доходы был распространен в древнем Иране и древней Греции. Далее концессия известна в Древнем Риме как «прекариум» - передача какого-либо предмета в пользование до момента истребования его собственником [1]. Однако цели концессии и прекариума отличны. Только после буржуазных революций в ряде стран Европы появляется сам термин «концессия» и принимается решение о развитии предприятий, необходимых жителям стран, не допуская использование данных предприятий исключительно ради извлечения прибыли.

В отличие от концессионного соглашения коммерческая концессия (франчайзинг) берет своё развитие с середины XX века. Считается, что первый франчайзинг был организован фирмой Исаака Зингера[2].

Рассмотрим некоторые сходства и различия данных двух видов концессий, а также их положительные и отрицательные стороны.

Основные сходства и различия концессионных соглашений и коммерческих концессий:

Критерий	**Сходство**	**Различие**
Сфера правоотношений	Гражданские правоотношения	
Субъекты правоотношений		Субъектами правоотношений в рамках договоров коммерческой концессии являются частные лица. В рамках концессионных соглашений субъектами являются государство и частные лица.
Цель		Цель заключения договора коммерческой концессии – получение прибыли. Цель заключения концессионного соглашения – благоустройство инфраструктуры.
Распределение прибыли между субъектами	Пользователь/инвестор уплачивает правообладателю/государству вознаграждение в рамках договора/соглашения	

Сроки реализации	Срок действия коммерческого соглашения – до 20 лет, срок действия договора коммерческой концессии может быть любым.	
Обязанность соблюдения стандарта качества предоставления товаров/работ/услуг	Присутствует в обоих видах концессии.	
Возможность передачи комплекса прав третьей стороне	Концессионер имеет право передавать с согласия концедента, объект концессионного соглашения и (или) иное имущество в пользование третьим лицам на срок, не превышающий срока использования (эксплуатации) объекта концессионного соглашения по концессионному соглашению. В рамках коммерческой концессии также существует возможность осуществления субконцессии.	
Разделение рисков		В рамках концессионного соглашения риски разделяются между государством и частым бизнесом. Риски по развитию объекта коммерческой концессии (договора франчайзинга) ложатся на франчайзи.

Представленная таблица показывает нам, что концессионные соглашений и коммерческие концессии имеют много сходств, но существуют существенные отличия цели, субъектов правоотношений и разделения рисков, рассмотренных двух видов концессий.

Положительные и отрицательные стороны данных видов концессий:

Критерий	Концессионное соглашение	Коммерческая концессия (договор франчайзинга)

Положительные стороны	1. Развитие экономики отдельного региона и государства в целом. Улучшение инвестиционного климата.	1. Развитие предпринимательства.
	2. Строительство технически сложных и дорогостоящих объектов в условиях недостаточного объема бюджетных средств.	2. Создание дополнительных рабочих мест.
	3. Создание дополнительных рабочих мест.	3. Стимулирование конкуренции
	4. Стимулирование конкуренции.	
	5. Развитие инфраструктуры регионов.	
Отрицательные стороны	1. К окончанию срока действия концессионного соглашения стимул к поддержанию в должном состоянии объекта концессионного соглашения снижается и известны случаи недобросовестного исполнения концессионером обязанностей по эксплуатации объекта соглашения.	1. Трудности с сохранением конфиденциальности коммерческой тайны
	2. Частный бизнес принимает на себя часть рисков и становится зависимым от решений публичной власти. Возникает опасность неполучения ожидаемой прибыли и неэффективности государственно-частного партнерства.	2. Убыточные франчайзи бросают тень на всю франчайзинговую систему
		3. Успешные франчайзи нередко покидают свою систему и становятся её прямыми конкурентами
		4. Риски по развитию объекта договора коммерческой концессии ложатся на франчайзи.

На данный момент в рамках частно - государственного партнерства заключены концессионные соглашения для реализации таких проектов как: «Строительство центральной секции автомагистрали скоростного движения

«Западный скоростной диаметр» в Санкт-Петербурге, «Комплексная программа строительства и реконструкции объектов водоснабжения и водоотведения г. Ростова-на-Дону», «Строительство инженерной инфраструктуры индустриальных парков Калужской области», «Реконструкция аэропорта Пулково». Последние два проекта на сегодняшний день реализованы и успешно функционируют.

Первый договор коммерческой концессии (или договор франчайзинга) в России был заключен в 1993 году с компанией "Baskin Robbins", на сумму $10000,сроком на 5 лет. Сегодня примером самых известных франшиз являются "McDonald's", магазины типа "ИКЕА", "Метро Кэш энд Кэрри" и т.д.

Примерный порядок осуществления деятельности в рамках договора коммерческой концессии:

1. Регистрация договора коммерческой концессии.
2. Правообладатель передает пользователю техническую и коммерческую документацию, и иную информацию, необходимую для реализации договора. Инструктирует пользователя и его работников.
3. Правообладатель выдает пользователю предусмотренные договором лицензии.
4. Пользователь использует фирменное наименование и (или) коммерческое обозначение правообладателя; обеспечивает соответствие качества производимых товаров/работ/услуг; соблюдает инструкции и указания правообладателя.
5. Пользователь перечисляет вознаграждения правообладателю, предусмотренные договором коммерческой концессии.

Контроль качества товаров/работ/услуг осуществляется правообладателем. Обратимся к определению концессии. Концессия, концессионное соглашение - это форма государственно-частного партнерства, вовлечение частного сектора в эффективное управление государственной собственностью или в оказание услуг, обычно оказываемых государством, на взаимовыгодных условиях.

Определение договора коммерческой концессии приведено в п.2 статьи 1027 Главы 54 Гражданского Кодекса РФ: « Договор коммерческой концессии предусматривает использование комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта правообладателя в определенном объеме (в частности, с установлением минимального и (или) максимального объема использования), с указанием или без указания территории использования применительно к определенной сфере предпринимательской деятельности (продаже товаров, полученных от правообладателя или произведенных пользователем) осуществлению иной торговой деятельности, выполнению работ, оказанию услуг.

Несмотря на многовековую историю использования концессионных соглашений, законодательное регулирование правоотношений в данной

области продолжает совершенствоваться. Тем не менее, остаются нерешенными некоторые вопросы неприменимости тех, или иных норм права. Рассмотрим некоторые из них.

Так п.1 статьи 3 Федерального закона №115 от 21.07.2005 «О концессионных соглашениях» в редакции Федерального закона от 02.07.2010 N 152-ФЗ гласит: «По концессионному соглашению одна сторона (концессионер) обязуется за свой счет создать и (или) реконструировать определенное этим соглашением имущество (недвижимое имущество или недвижимое имущество и движимое имущество, технологически связанные между собой и предназначенные для осуществления деятельности, предусмотренной концессионным соглашением) (далее - объект концессионного соглашения), право собственности на которое принадлежит или будет принадлежать другой стороне (концеденту), осуществлять деятельность с использованием (эксплуатацией) объекта концессионного соглашения, а концедент обязуется предоставить концессионеру на срок, установленный этим соглашением, права владения и пользования объектом концессионного соглашения для осуществления указанной деятельности». Предоставление права владения и пользования объектом концессионного соглашения подразумевает переоформление лицензии на пользование объектом концессионного соглашения, если таковая имеется. Встречаются случаи правовой коллизии в данной норме права, когда нормативно - правовые акты, регламентирующие получение и переоформление лицензий для осуществления определённых видов деятельности противоречат сути данного закона.

Пример.

ООО "N" обратилось в суд с иском о признании частично недействующими подпункта 2 пункта 65, подпункта 3 пункта 68 Административного регламента Федерального агентства по недропользованию по исполнению государственных функций по осуществлению выдачи, оформления и регистрации лицензий на пользование недрами, внесения изменений и дополнений в лицензии на пользование участками недр, а также переоформления лицензий и принятия, в том числе по представлению Федеральной службы по надзору в сфере природопользования и иных уполномоченных органов, решений о досрочном прекращении, приостановлении и ограничении права пользования участками недр, утвержденного приказом Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации от 29 сентября 2009 г. N 315. Данный пункт гласит: отказ в переоформлении лицензии на пользование участком недр следует в случае, если заявка на переоформление лицензии подана с нарушением требований, установленных данным Административным регламентом. Подпункт 3 пункта 68 Административного регламента предусматривает, что к заявке на переоформление лицензии должен прилагаться документ, подтверждающий согласие владельца

лицензии на переоформление лицензии на претендента с указанием основания ее переоформления (если на момент подачи заявления владелец лицензии сохраняет статус юридического лица).

Общество с ограниченной ответственностью "N" обратилось в Верховный Суд Российской Федерации с заявлением о признании недействующими подпункта 2 пункта 65 и подпункта 3 пункта 68 Административного регламента в части, предусматривающей в качестве основания для отказа в принятии и рассмотрении заявки по вопросу переоформления лицензии - непредставление "документа, подтверждающего согласие владельца лицензии на переоформление лицензии на претендента с указанием основания ее переоформления (если на момент подачи заявления владелец лицензии сохраняет статус юридического лица) в случае переоформления лицензии на основании заключения концессионного соглашения, договора аренды и иных договоров в отношении централизованных систем горячего водоснабжения, холодного водоснабжения и (или) водоотведения, отдельных объектов таких систем, предусмотренных Федеральным законом "О водоснабжении и водоотведении". Как указывает административный истец, оспариваемые положения Административного регламента не соответствуют части 1 статьи 17 Закона Российской Федерации от 21 февраля 1992 г. N 2395-1 "О недрах", части 2 статьи 29 Федерального закона от 27 июля 2010 г. N 210-ФЗ "Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг" и нарушают права Организации на осуществление деятельности, связанной с водоснабжением.

Закон Российской Федерации "О недрах", определяя правовые и экономические основы комплексного рационального использования и охраны недр, закрепляет разрешительный режим пользования недрами и предусматривает, что порядок переоформления лицензий на пользование участками недр устанавливается федеральным органом управления государственным фондом недр, а порядок переоформления лицензий на пользование участками недр местного значения - законодательством субъекта Российской Федерации (часть 5 статьи 17.1).

Административный регламент устанавливает случаи исполнения государственной функции по осуществлению переоформления лицензий на пользование участками недр (пункт 61) и не учитывает изменения, которые были внесены Федеральным законом от 7 декабря 2011 г. N 417-ФЗ в часть 1 статьи 17.1 Закона Российской Федерации "О недрах" о переходе права пользования участками недр и переоформления лицензий на пользование участками недр, когда при переоформлении лицензии по основаниям, установленным абзацем 9 части 1 статьи 17.1 названного Закона, согласия владельца лицензии на ее переоформление не требуется.

Как установлено в судебном заседании, уполномоченные органы отказывают в переоформлении лицензии на том основании, что к заявке на

переоформление не приложен документ, предусмотренный подпунктом 3 пункта 68 Административного регламента.

Суд постановил: административное исковое заявление ООО "N" удовлетворить частично: признать недействующим со дня вступления решения суда в законную силу подпункт 3 пункта 68 Административного регламента Федерального агентства по недропользованию по исполнению государственных функций по осуществлению выдачи, оформления и регистрации лицензий на пользование недрами, внесения изменений и дополнений в лицензии на пользование участками недр, а также переоформления лицензий и принятия, в том числе по представлению Федеральной службы по надзору в сфере природопользования и иных уполномоченных органов, решений о досрочном прекращении, приостановлении и ограничении права пользования участками недр, утвержденного приказом Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации от 29 сентября 2009 г. N 315, в части требования приложения к заявке на переоформление лицензии документа, подтверждающего согласие владельца лицензии на переоформление лицензии на претендента в случае заключения концессионного соглашения, договора аренды и иных договоров в отношении централизованных систем горячего водоснабжения, холодного водоснабжения и (или) водоотведения, отдельных объектов таких систем, предусмотренных Федеральным законом "О водоснабжении и водоотведении".

Договор коммерческой концессии не относится к лицензионным договорам, но при заключении и исполнении такого договора в отношении средств индивидуализации и результатов интеллектуальной деятельности применимы нормы части четвертой ГК РФ.

На данный момент ГК РФ не предусмотрено требование о предоставлении (перед заключением договора коммерческой концессии) правообладателем пользователю необходимой информации, которая характеризовала бы коммерческий опыт правообладателя. также в случае внесения такого изменения в законодательство, было бы логичным ввести право одностороннего отказа пользователя от исполнения договора полностью или частично в случае, если правообладателем не предоставлен необходимый объем коммерческой, технической, и иной информации, а также инструкции по вопросам осуществления прав и обязанностей в рамках договора коммерческой концессии.

Как показывает статистика, обращение в арбитражные суды с требованием признания концессионного соглашения недействительным, как и признания недействительным договор коммерческой концессии, происходят столь же часто, а именно доля таких дел составляет почти 50% в общем объеме исковых заявлений.

Пример.

ООО "В" (истец) обратилось в Арбитражный суд Красноярского края с

иском к индивидуального предпринимателю и к ООО "Z" (ответчик) о признании незаключенным предварительного договора франчайзинга от 16.05.2011 N 7-ПД, подписанного между ООО "Z" и ООО "B" и взыскании солидарно с индивидуального предпринимателя и ООО "Z" неосновательного обогащения.

Суды установили, что основные договоры в установленный срок между сторонами подписаны не были, в связи с чем, предварительный договор прекратил свое действие.

В силу пункта 5.4. предварительного договора франчайзинга от 16.05.2011 N 7-ПД в случае, если основной договор на открытие Стороной-2 третьей кофейни не будет подписан сторонами в срок до "01" февраля 2012 года, платеж, предусмотренный пунктом 5.2 договора, не подлежит возврату Стороне-2 и остается в собственности Стороны-1 (ООО "Z") в качестве компенсации затрат, понесенных по настоящему договору.

Согласно пунктам 1, 4 статьи 421 Гражданского кодекса Российской Федерации граждане и юридические лица свободны в заключении договора. Условия договора определяются по усмотрению сторон, кроме случаев, когда содержание соответствующего условия предписано законом или иными правовыми актами (статья 422). В случаях, когда условие договора предусмотрено нормой, которая применяется постольку, поскольку соглашением сторон не установлено иное (диспозитивная норма), стороны могут своим соглашением исключить ее применение либо установить условие, отличное от предусмотренного в ней. При отсутствии такого соглашения условие договора определяется диспозитивной нормой.

Согласно статье 329 Гражданского кодекса Российской Федерации исполнение обязательств может обеспечиваться, помимо указанных в ней способов, и другими способами, предусмотренными законом или договором.

Оценив условия предварительного договора (разделы 4 и 5) в отношении денежной суммы 1 058 434 рублей 34 копеек по правилам статьи 431 Гражданского кодекса Российской Федерации, суды пришли к правомерному выводу о том, что платеж, предусмотренный пунктом 5.2 предварительного договора, является прямо не указанным в Гражданском кодексе Российской Федерации способом обеспечения обязательств, который обеспечивает исполнение обязательств ООО "B" по заключению основных договоров.

Удержание спорного платежа в качестве компенсации затрат, понесенных по предварительному договору ответчиком ООО "Z", в силу пункта 5.4 предварительного договора возможно только в том случае, если основной договор на открытие ООО "B" третьей кофейни не будет подписан сторонами в срок до 01.02.2012 (дата ввода в эксплуатацию третьей кофейни).

При этом обязательства между сторонами распределяются следующим образом.

Истец обязуется перечислить 22 500 евро (пункт 5.2 предварительного договора). Обязательства истца по реализации первого этапа считаются выполненными с момента ввода в эксплуатацию третьей кофейни 01.02.2012 (пункт 5.5 предварительного договора).

Ответчик обязуется предоставить истцу право на открытие кофеен "COFFEESHOP COMPANY".

Обязательства Стороной-2 выполнены. Доказательств вины истца в уклонении от заключения основного договора, суду не было предоставлено.

По смыслу положений п. 1 ст. 429 ГК РФ из предварительного договора не могут вытекать никакие обязательства, кроме обязательства по заключению основного договора. В связи с этим в рассматриваемом случае назначение предварительного платежа, предусмотренного предварительным договором, состояло в его последующем зачете в счет франчайзинговых платежей после подписания основного договора, т.е. в обеспечении исполнения будущего обязательства.

Поскольку в указанный срок основной договор субфранчайзинга не был заключен, возможность его заключения утрачена, то в силу п. 6 ст. 429 Гражданского кодекса Российской Федерации, обязательства, предусмотренные предварительным договором, прекратились.

Согласно ст. 1103 Гражданского кодекса Российской Федерации положения о неосновательном обогащении подлежат применению к требованиям одной стороны в обязательстве к другой о возврате исполненного в связи с этим обязательством. Поэтому в случае прекращения обязательств по предварительному договору, сторона, не получившая встречного выполнения обязательств по предварительному договору, вправе на основании ст. 1102 Гражданского кодекса Российской Федерации рассчитывать на возврат переданных денежных средств. Спорная сумма является неосновательным обогащением ответчика и влечет обязанность ее возврата истцу в соответствии со статьями 1102, 1103 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Возникновение концессий в гражданском обществе имеет богатую историю. Со времен развития государства и общества, концессия как форма юридического договора претерпевала изменения в соответствии с потребностями людей, которые диктовало время. Сегодня можно говорить о том, что концессия наиболее эффективное средство взаимодействия государства и частных лиц и частных лиц между собой в сфере бизнеса [6]. В первом случае основной целью концессионных соглашений является развитие инфраструктуры, во втором – развитие частного бизнеса.

Концессионные соглашения и коммерческие концессии имеют как сходства, так и различия. Механизм взаимодействия сторон в данных двух видах юридического договора схож, однако по причине отличных друг от друга целей и субъектов, риски распределяются по-разному. Как показывает судебная практика, несмотря на постоянное совершенствование

законодательства, остаются нерешенными некоторые правовые коллизии, связанные с регулированием правовых отношений двух видов концессий.:

Использованные источники:

1. А. В. Багдасарова. Концессионное соглашение в гражданском праве России и зарубежных стран : Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук.
2. Франчайзинг: коммерческая концессия/ С.А. Сосна [и др.]. М: Академкнига, 2005. С.16
3. Исследование Центра государственно-частного партнерства «Практика применения концессионных соглашений для развития региональной инфраструктуры в России», 2014г. Электронный ресурс: http://pppcenter.ru/assets/docs/ppp+.pdf.
4. Правовой сайт Консультант Плюс. Судебная практика. Решение от 23 октября 2015 г. N АКПИ15-742. Электронный ресурс: //http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=ARB;n=444250
5. Правовой сайт Консультант Плюс. Судебная практика. Федеральный арбитражный суд восточно-сибирского округа Постановление От 11 июня 2014 г. По делу n а33-2466/2012**.** Электронный ресурс: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online
6. Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации. Электронный ресурс: http://www.minstroyrf.ru/press/okolo-40-kontsessionnykh-soglasheniy-v-rossii-deystvuet-v-sfere-zhkkh

Суфянова Е.З.
ст. преподаватель
кафедра «Конституционного и муниципального права»
Аслаева А.А.
студент 4 курса
юридический факультет
Стерлитамакский филиал БашГУ
Россия, Республика Башкортостан, г. Стерлитамак

ПРАВОВОЙ СТАТУС ГЛАВЫ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация: в статье рассматривается понятие главы муниципального образования, его правовой статус, порядок выбора и прекращения полномочий.

Ключевые слова: муниципальное образование, глава муниципального образования, правовой статус.

The summary: The article discusses the concept of head of the municipality, its legal status, the procedure for selection and termination of powers

Keywords: municipality, head of the municipality, the legal status

Законодатель закрепил в Федеральном законе от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в

Российской Федерации" (далее - Закон N 131-ФЗ) понятие главы муниципального образования. Под Главой муниципального образования следует понимать высшее должностное лицо муниципального образования, которое наделяется уставом муниципального образования собственными полномочиями по решению вопросов местного значения.

Должность главы муниципального образования в системе местного самоуправления имеет важное значение и поэтому на законодательном уровне закреплена должность главы муниципального как обязательная.

Правовой статус главы муниципального образования исходя из анализа Закон N 131-ФЗ, включает в себя порядок выбора на должность, компетенцию, ограничений, связанных с занимаемой должностью, а также ответственность главы муниципального образования за совершенные действия или бездействия.

В п.1 ч. 2 ст. 36 Закон N 131-ФЗ закреплены модели выбора главы муниципального образования. Законодатель выделяет следующий порядок выбора на должность главы муниципального образования:

1. населением на муниципальных выборах
2. представительным органом муниципального образования из своего состава
3. либо представительным органом из числа кандидатов, представленных конкурсной комиссией по результатам конкурса.

При выборе на муниципальных выборах глава муниципального образования входит в состав представительного органа муниципального образования с правом решающего голоса и исполняет полномочия его председателя, либо возглавляет местную администрацию. В результате выборов представительным органом из своего состава глава муниципального занимает должность председателя представительного органа с правом решающего голоса либо возглавляет местную администрацию. Глава муниципального образования в случае избрания представительным органом муниципального образования из числа кандидатов, представленных конкурсной комиссией по результатам конкурса, возглавляет местную администрацию.

В сельских поселениях и внутригородских муниципальных образованиях глава муниципального образования вправе совмещать все три должности.

Существует одно важное ограничение, заключается в том что, глава муниципального образования не может одновременно исполнять полномочия председателя представительного органа муниципального образования и полномочия главы местной администрации. На мой взгляд, это очень важное ограничение, поскольку оно не позволяет сосредоточить власть на местом уровне в одних руках.

В соответствии со ст. 36 ФЗ -N131 глава муниципального образования:

1) представляет муниципальное образование в отношениях с органами

местного самоуправления других муниципальных образований, органами государственной власти, гражданами и организациями, без доверенности действует от имени муниципального образования;

2) подписывает и обнародует в порядке, установленном уставом муниципального образования, нормативные правовые акты, принятые представительным органом муниципального образования;

3) издает в пределах своих полномочий правовые акты;

4) вправе требовать созыва внеочередного заседания представительного органа муниципального образования;

5) обеспечивает осуществление органами местного самоуправления полномочий по решению вопросов местного значения и отдельных государственных полномочий, переданных органам местного самоуправления федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации.

Уставами муниципальных образований могут предусматриваться и другие полномочия главы муниципального образования, но они не должны противоречить законодательству Российской Федерации.

Устав муниципального образования может закрепить возможность главе муниципального образования самостоятельно и без согласования с представительным органом решать большую часть вопросов местного значения, и, наоборот, для решения вопросов местного значения необходимо согласовать это с представительным органом муниципального образования.

Глава муниципального образования отчитывается перед населением и представительным органом, предоставляя результаты своей деятельности. Например, Устав муниципального образования «город Екатеринбург» обязывает главу Екатеринбурга представлять городской Думе ежегодные отчеты.

Обязанностью главы муниципального образования является соблюдение ограничений и запретов, связанных с занимаемой должностью. К запретам необходимо отнести:

- запрещается открывать, иметь счета, хранить наличные денежные средства и ценности в иностранных банках, расположенных за пределами территории Российской Федерации;
- запрещается заниматься иной оплачиваемой деятельностью, кроме педагогической, научной и иной творческой деятельностью;
- запрещается находиться одновременно на должности главы муниципального образования и быть депутатом органов государственной власти;
- запрещается получать вознаграждение от физических и юридических лиц, связанные с исполнением обязанностей и т.д.

В ч.6 ст. 36 ФЗ -N131 от 2003 года закреплен перечень случаев, в результате которых глава муниципального образования прекращает свои полномочия досрочно. К ним отнесены: смерть, отставка по собственному

желанию, удаления в отставку, отрешения от должности, в случае признания судом недееспособным или ограниченно дееспособным, признания судом безвестно отсутствующим или объявления умершим; вступления в отношении его в законную силу обвинительного приговора суда; выезда за пределы Российской Федерации на постоянное место жительства, прекращения гражданства Российской Федерации, прекращения гражданства иностранного государства

Одним из важных оснований является прекращение полномочий в результате отзыва избирателями.

Подводя итог всему выше сказанному необходимо отметить, что правовому статусу главе муниципального образования присущи свои особенности, которые отличаю его от других выборных должностных лиц местного самоуправления. Наряду с ФЗ -N131 важную роль определяют уставы муниципальных образований, которые содержать более раскрытый перечень полномочий главы муниципального образования, его ответственность.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // «Собрание законодательства РФ», 06.10.2003, № 40, ст 36
2. Постовой Н.В., Таболин В.В., Черногор Н.Н. Муниципальное право России: учебник / под ред. Н.В. Постового. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Юриспруденция, 2016. 456 с.

Ткаченко И.В.
студент 4 курса
направление: «Юриспруденция»
Самарский Государственный Экономический Университет
Россия, г. Самара

ПРАВОВАЯ ПРОЦЕДУРА КАК ЭЛЕМЕНТ ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Рассматриваются понятия “юридический процесс” и “правовая процедура”, соотношение понятий “юридический процесс” и “процедура”, характерные особенности правовой процедуры как элемента юридического процесса.

Ключевые слова: юридический процесс, юридическая процедура, правовое регулирование, нормативность, динамизм.

В настоящее время в юридической литературе по вопросу соотношения правовых категорий «процесс» и «процедура» сложилось немало учений и концепций, однако, для того, чтобы правильно соотнести указанные категории, полагаем необходимым рассмотреть понятие и основные признаки «процесса» и «процедуры».

Представляется возможным сформулировать следующие основные признаки юридического процесса:

1) это деятельность любого субъекта права, а не только специально уполномоченного, имеющего права и обязанности;

2) правовая регламентация данной деятельности, что свидетельствует о ее юридической, правовой природе. Такая деятельность обладает собственной моделью (программой) развития, предварительно установленной на нормативном уровне;

3) наличие самостоятельного объекта деятельности. Им является спор о праве, защита охраняемого законом интереса, блага;

4)наличие в рамках процесса определенной юридической процедуры, организующей процесс. При этом процедура выступает в качестве организационного обеспечения процесса;

5) динамический характер деятельности, при которой субъекты стремятся к ее скорейшему завершению;

6) стадийный характер юридического процесса (заключается в последовательной смене актов поведения); правовая регламентированность (отсюда юридическая, правовая природа процесса (обладает моделью (программой) своего развития, предварительно установленной на нормативном или индивидуальном уровне)); иерархичность (соподчиненность), связанность, целенаправленность (ориентирован на достижение конкретного результата в рамках деятельности отдельно взятого субъекта права).

Структура временного проявления юридического процесса: стадия — этап — элементарное действие.

Деятельность, связанная с решением задач процесса, является промежуточной и образует относительно самостоятельные части стадии, именуемые этапами, совокупность которых и формирует структуру конкретной стадии;

7) юридический процесс носит комплексный характер, поскольку в нем объединяются единые по существу и различные по своему назначению правовые формы: судебные и внесудебные процессы. В структуру внесудебного процесса входят внесудебные процедуры и позитивные управленческие процедуры.

Ответ на вопрос, что такое юридический процесс, не следует искать в содержании действующего законодательства, которое зачастую не отражает даже то, что является в науке непреложным.

Научные подходы к пониманию юридических процедур в большинстве случаев основаны на их взаимосвязи с юридическим процессом. В общей теории права и различных отраслевых исследованиях вопрос о соотношении юридического процесса и юридической процедуры решен неоднозначно. Не стремясь подробно изложить содержание всех научных дискуссий в данном отношении, отметим лишь три основные позиции по этому вопросу.

Первая из них формирует широкий взгляд на юридический процесс, при котором процесс и процедура отождествляются, а процесс представляет собой правоприменение в различных его аспектах, как юрисдикционном, так и позитивном (А.И. Ким, В.С. Основин, В.О. Лучин и др.). Вторым подходом можно назвать ультраширокое понимание юридического процесса, при котором юридические процедуры и юридический процесс рассматриваются не как тождественные явления, а как соотношение части (процедуры) и целого (процесс) (Д.М. Азми, В.Н. Иванова и др.).

Противоположная двум вышеназванным концепция связана с расширительным пониманием юридической процедуры и соответственно узким - юридического процесса (В.Н. Протасов, Д.Н. Бахрах, Д.В. Винницкий и др.). Юридический процесс при этом рассматривается в качестве разновидности правовой процедуры.

В.Н. Протасов, анализируя соотношение юридической процедуры и юридического процесса, исходит из того, что юридическая процедура выступает «… как более широкое явление, как более общее понятие, а юридический процесс как частный случай этого явления и понятия, … определение которым можно найти лишь на пути поэтапной конкретизации более общих категорий, через разработку промежуточных определений-характеристик» [5]. В качестве такого исходного понятия он и выделяет процедуру как общесоциальное явление.

Исследование правовой процедуры как научно-правовой категории и ее соотношение с юридическим процессом, необходимо начать с рассмотрения понятия «юридический процесс», которое также не имеет однозначного толкования.

Е.Г. Лукьянова, существующие в науке подходы к определению юридического процесса, сводит к следующим юридический процесс:

1) юрисдикционная деятельность органов правосудия;

2) иная юрисдикционная деятельность не только судов, но и иных юрисдикционных органов по рассмотрению как правовых споров, так по применению государственного принуждения;

3) правоприменительная и правотворческая деятельность компетентных государственных органов;

П.П. Ланг под юридическим (правовым) процессом понимает «регламентированную нормами права последовательную деятельность различных субъектов общественных правоотношений, направленную на достижение конкретного юридически значимого результата, стадийное развитие правовых явлений, состояний, изменений» [4, с. 63].

Изложенное позволяет говорить о нетождественности процесса и процедуры в праве. В связи с чем, следует согласиться с П.П. Ланг в том, что «процесс и процедура родственные, но не тождественные понятия, а именно процесс - это совокупность последовательных действий, а процедура - это порядок следования указанных действий, своего рода внутренняя форма

процесса» [5, с. 64].

В.А. Тарасова указывала, что «процедура, как и процесс, - понятие юридическое. Оно осуществляется по правилам, установленным нормами права, регламентируется процедурно – процессуальными нормами», однако с ее точки зрения степень урегулированности, уровень установленных гарантий значительно ниже, чем это имеет место в судебном процессе. В этом смысле деятельность суда представляет собой высшую степень упорядоченности и гарантированности в достижении цели.

Действительно, если допустить отождествление исследуемых категорий, то, по справедливому замечанию В.А. Тарасова, «обесценивается понятие «процесс» в том специальном юридическом смысле, который исторически сложился и принят в законодательстве, на практике, в науке.

Процедура - это только начальная форма урегулированности и деятельности соответствующих органов, которая при наличии объективной необходимости может перерасти в форму, именуемую процессом» [7, с. 112-113.].

Предлагаем следующее определение понятия юридического процесса как общетеоретической категории. Юридический процесс — это регламентируемая нормами права целенаправленная, динамическая деятельность любого субъекта права, имеющего права и обязанности, носящая комплексный характер и представляющая собой совокупность последовательных взаимосвязанных правовых процедур, действий, возникающих по поводу защиты прав, охраняемых законом интересов. Социальное значение юридического процесса проявляется в следующем. Так, при помощи юридического процесса спорное общественное отношение выводится из состояния кризиса. Конфликт в виде неурегулированного общественного отношения, требующего правовой регламентации, в законодательном процессе разрешается.

Таким образом, предложенные и проанализированные признаки юридического процесса и его социальное значение составляют сущность данного правового явления. При этом юридическая процедура в правовом смысле обслуживает юридический процесс, осуществляя его организационное обеспечение. Без императивных начал юридической процедуры процесс не сможет достигнуть своих целей. Вместе с тем юридический процесс включает в себя ряд юридических процедур и представляет более широкое по объему понятие.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 27.07.2010 N 193-ФЗ (ред. от 23.07.2013) "Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)" (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.09.2013) // Собрание законодательства РФ, 02.08.2010, N 31, ст. 4162.
2. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. М., 1955. Т. IV. С. 89; Ожегов С. И. Словарь русского языка. Изд. 18. М., 1986. С. 585.

3. Лазарев Б.М. Понятие и виды управленческих процедур. Их роль в механизме государственного управления // Управленческие процедуры / Под ред. Б.М. Лазарева. М., 1988.
4. Ланг П. П. Правовая процедура и юридический процесс (теоретико – правовой аспект) // В сборнике: современные проблемы права и управления 5-я международная научная конференция: сборник докладов. Институт законоведения и управления Всероссийской полицейской ассоциации; главный редактор: И.Б. Богородицкий, ответственный редактор: Ю.В. Киселевич. 2015.
5. Протасов В.Н. Основы общеправовой процессуальной теории. - М.: Юрид. Лит., 1991.
6. Солдатова О. Е. К вопросу о соотношении понятий «юридический процесс» и «юридическая процедура» // Молодой ученый. — 2014. — №15. — С. 332-335.
7. Тарасова В.А. Процедурная форма деятельности органов социального обеспечения // Советское государство и право. 1973. № 11. С. 112-113.
8. Федеральный закон от 27.07.2010 N 193-ФЗ (ред. от 23.07.2013) "Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)" (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.09.2013) // Собрание законодательства РФ, 02.08.2010, N 31, ст. 4162.
9. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. М., 1955. Т. IV. С. 89; Ожегов С. И. Словарь русского языка. Изд. 18. М., 1986. С. 585.
10. Лазарев Б.М. Понятие и виды управленческих процедур. Их роль в механизме государственного управления // Управленческие процедуры / Под ред. Б.М. Лазарева. М., 1988.
11. Ланг П. П. Правовая процедура и юридический процесс (теоретико – правовой аспект) // В сборнике: современные проблемы права и управления 5-я международная научная конференция: сборник докладов. Институт законоведения и управления Всероссийской полицейской ассоциации; главный редактор: И.Б. Богородицкий, ответственный редактор: Ю.В. Киселевич. 2015.
12. Протасов В.Н. Основы общеправовой процессуальной теории. - М.: Юрид. Лит., 1991.
13. Солдатова О. Е. К вопросу о соотношении понятий «юридический процесс» и «юридическая процедура» // Молодой ученый. — 2014. — №15. — С. 332-335.
14.Тарасова В.А. Процедурная форма деятельности органов социального обеспечения // Советское государство и право. 1973. № 11. С. 112-113.

Трушков С.А., к.ист.н.
доцент
кафедра теории и истории государства и права
Вятский государственный университет

Россия, г. Киров

НОВЕЛЛЫ РОССИЙСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ПО ВОПРОСУ ВЫПОЛНЕНИЯ РЕШЕНИЙ МЕЖДУНАРОДНЫХ СУДОВ

В статье рассматриваются нормы российского законодательства и международного права по вопросу исполнения решений международных судов. Автор считает, что в настоящее время наметился конфликт между внутренним российским и международным правом.

The article discusses the norms of Russian legislation and international law on the issue of enforcement of decisions of international courts. The author considers that currently there has been a conflict between Russian domestic and international law.

Ключевые слова: международное право, Европейский суд по правам человека, конституционный суд, Совет Европы.

Key words: international law, the European court of human rights, constitutional court, Council of Europe.

Логичным следствием смены российского внешнеполитического курса в 2014-2015 гг. стали коррективы в федеральное законодательство по вопросам исполнения решений международных судов. Федеральным конституционным законом от 14 декабря 2015 г. были внесены изменения в ФКЗ «О Конституционном суде РФ». Данный закон установил порядок рассмотрения Конституционным Судом РФ дел о возможности исполнения решений межгосударственного органа по защите прав и свобод человека.

Согласно новой редакции ФКЗ, Конституционный суд получает правомочие принять решение о невозможности с точки зрения принципов верховенства и высшей юридической силы Конституции РФ исполнить вынесенное по жалобе против России постановление Европейского суда по правам человека (далее – ЕСПЧ).

Согласно принятому закону, правом на обращение в Конституционный Суд РФ с запросом о разрешении вопроса о возможности исполнения решения ЕСПЧ обладает Министерство юстиции РФ. Запрос является допустимым в случае, если заявитель считает, что исполнение решения ЕСПЧ невозможно, поскольку оно основано на положениях международного договора в истолковании, приводящем к их расхождению с Конституцией РФ.

Конституционный Суд РФ проверяет возможность исполнения в соответствии с Конституцией РФ решения ЕСПЧ в их истолковании межгосударственным органом с точки зрения основ конституционного строя РФ и установленного Конституцией РФ правового регулирования прав и свобод человека и гражданина. По итогам рассмотрения дела Конституционный Суд РФ принимает постановление о возможности или невозможности исполнения в целом или в части в соответствии с

Конституцией РФ решения ЕСПЧ.

Таким образом, ФКЗ от 14 декабря 2015 г. закрепляет избирательный подход к исполнению решений ЕСПЧ в России. На наш взгляд, это, во-первых, делает бессмысленным рассмотрение споров в данном суде, поскольку российская власть при желании может найти повод для неисполнения неудобных для себя решений ЕСПЧ. Во-вторых, такой подход противоречит основополагающему документу, на основании которого действует ЕСПЧ – Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод. Статья 46 указанной конвенции гласит: «Высокие Договаривающиеся Стороны обязуются исполнять окончательные постановления Суда по любому делу, в котором они выступают сторонами». Данная конвенция подписана и ратифицирована РФ и, следовательно, согласно Конституции РФ, является частью ее правовой системы.

30 марта 1998 г. Российская Федерация Федеральным законом «О ратификации Конвенции о защите прав человека и основных свобод и Протоколов к ней» ратифицировала Европейскую конвенцию о защите прав человека и основных свобод от 4 ноября 1950 г. с изменениями, внесенными Протоколами к ней № 3, 5, 8 и дополнениями, содержащимися в Протоколе № 2, и Протоколы к ней № 1, 4, 7, 9, 10, 11. С 5 мая 1998 г., с момента передачи ратификационных грамот Генеральному секретарю Совета Европы, указанная Конвенция и соответствующие Протоколы к ней стали обязательными для Российской Федерации.

Закон о ратификации Конвенции имеет не только международно-правовое, но и национально-правовое значение: Россия признала обязательными в сфере внутригосударственных отношений постановления, принятые Европейским судом по правам человека против Российской Федерации.

Согласно статье 1 Закона о ратификации Конвенции «Российская Федерация в соответствии со ст. 46 Конвенции признает ipso facto и без специального соглашения юрисдикцию Европейского суда по правам человека обязательной по вопросам толкования и применения о ратификации Конвенции и Протоколов к ней в случаях предполагаемого нарушения Российской Федерацией положений этих договорных актов, когда предполагаемое нарушение имело место после их вступления в действие в отношении Российской Федерации».

Поэтому за постановлениями Европейского суда по правам человека, принятыми против Российской Федерации, была признана юридическая сила в сфере внутригосударственных отношений.

Подписав и ратифицировав Европейскую конвенцию о защите прав человека и основных свобод, Российская Федерация обязалась принимать во внимание те правовые позиции, которые нашли закрепление в постановлениях ЕСПЧ. В развитие этого положения значительный вклад внес Верховный суд РФ.

В Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 27 июня 2013 г. «О применении судами общей юрисдикции Конвенции о защите прав и основных свобод от 4 ноября 1950 года и Протоколов к ней» подчеркивается: «Правовые позиции Европейского Суда по правам человека, которые содержатся в окончательных постановлениях Суда, принятых в отношении Российской Федерации, являются обязательными для судов». Более того, Верховный суд предписал всем российским судам учитывать и правовые позиции Европейского Суда, изложенные в ставших окончательными постановлениях, которые приняты в отношении других государств – участников Конвенции.

Необходимо учитывать, что обязанность государства исполнить постановление ЕСПЧ включает не только меры индивидуального характера (выплату денежной компенсации и т.п.), но и меры общего характера, направленные на недопущение подобных нарушений Конвенции в будущем (изменение действующего законодательства и совершенствование правоприменительной практики).

В этой связи уместно вспомнить еще один ключевой для международного права источник – Венскую конвенцию о праве международных договоров от 23 мая 1969 г. Согласно статье 27, «участник не может ссылаться на положения своего внутреннего права в качестве оправдания для невыполнения им договора».

Итак, в настоящее время вполне очевиден конфликт между внутренним российским и международным правом. Конфликт, вызванный политическими противоречиями между руководством Российской Федерации и Совета Европы. В связи с этим, представляется, правильнее было бы не ставить российским федеральным конституционным законом ограничения для исполнения решений ЕСПЧ (что весьма сомнительно с чисто юридической точки зрения), а принять адекватное нынешней международной ситуации политическое решение о выходе РФ из Совета Европы.

Использованные источники:

1. Конвенция о защите прав человека и основных свобод ETS N 005 (Рим, 4 ноября 1950 г.) (с изменениями и дополнениями).
2. Федеральный конституционный закон от 14.12.2015 № 7-ФКЗ «О внесении изменений в Федеральный конституционный закон «О Конституционном Суде Российской Федерации».
3. Федеральный закон от 30.03.1998 № 54-ФЗ «О ратификации Конвенции о защите прав человека и основных свобод и Протоколов к ней».
4. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 27.06.2013 № 21 «О применении судами общей юрисдикции Конвенции о защите прав человека и основных свобод от 4 ноября 1950 года и Протоколов к ней».

Химич Т.В.
студент 4 курса
направление Юриспруденция
Самарский Государственный Экономический Университет
Россия, г. Самара

ПРАВОВАЯ ПРОЦЕДУРА КАК ЭЛЕМЕНТ ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Юридический процесс представляет собой урегулированный процессуальными нормами порядок деятельности компетентных государственных органов, состоящий в подготовке, принятии и документальном закреплении юридических решений общего или индивидуального характера. Особенности юридического процесса заключаются в следующем: во-первых, это властная деятельность компетентных органов и должностных лиц; во-вторых, это деятельность, осуществление которой урегулировано процессуальными нормами; в-третьих, это деятельность, направленная на принятие юридических решений общего (нормативные акты) или индивидуального (акты применения права) характера. Юридический процесс — это сложная, длящаяся во времени деятельность, состоящая из процессуальных стадий, которые имеют строго определенную последовательность. По содержанию он представляет собой цепь взаимосвязанных процессуальных действий и процессуальных решений, фиксируемых в соответствующих документах. По характеру принимаемых решений юридический процесс может быть правотворческим и правоприменительным. Результат правотворческого процесса — нормативные правовые акты, а правоприменительного – принятие индивидуально-юридического решения по рассматриваемому делу или вопросу. Виды юридического процесса различаются прежде по отраслевому признаку. Конституция РФ закрепляет четыре вида процессов: гражданский, уголовный, административный, конституционный. Как особая разновидность гражданского процесса в системе российского права существует арбитражный процесс. Следует иметь в виду, что процесс — более широкая категория, нежели процедура. Процедура характерна только для деятельности человека. Она формируется им осознанно в связи с необходимостью наиболее целесообразной организации совместной деятельности. Особое значение имеют процедуры в сфере действия права.

Специфика юридических процедур состоит в следующем:

1. Они отличаются государственно-властной природой. Их соблюдение обязательно для всех адресатов под страхом наказания и использования элементов «самозащиты», когда, например, достигнутый результат объявляется юридически ничтожным.

2. Устанавливаются правовыми нормами или индивидуальными юридическими актами (договоры поставки, купли-продажи и т.д.) в виде определённых моделей, программ поведения, направленных на достижение

конкретного желаемого правового результата.

3. Выражаются в последовательном совершении этапных юридически значимых действий и адекватном использовании юридических средств.

4. Имеют вспомогательное значение, связанное с обеспечением надлежащей реализации норм материального и процессуального права. Вспомогательный характер юридических процедур во многом предопределяет их качественную характеристику и систему предъявляемых к ним требований. Во-первых, процедура должна быть достаточной и оптимальной для достижения планируемого результата. Недостаточность процедуры может вызвать рассогласованность поведения адресатов нормы, нарушение их прав и в конечном итоге — недостижение цели правового регулирования. Наиболее сложные процедуры используются для обеспечения охранительных отношений. Во-вторых, процедура должна отвечать требованиям законности, т.е. не должна противоречить правовым актам более высокой юридической силы и не должна изменять содержание основных норм, реализацию которых она обеспечивает. В-третьих, процедура должна отвечать требованиям синхронности и согласованности с основными нормами. Для этого необходима не только содержательная согласованность, но и временная синхронизация. В-четвёртых, процедура должна отвечать требованиям доступности и простоты. Таким образом, юридическая процедура — это система последовательных юридически значимых действий, осуществляемых определенными субъектами с использованием допустимых законом средств по организации и оформлению надлежащего осуществления правовых норм. Юридические процедуры в зависимости от специфики регулируемых отношений могут оформляться как самостоятельным актом (правила бытового обслуживания населения, инструкция о порядке предоставления жилых помещений и т.д.), так и включаться в материальное или процессуальное право в виде отдельных статей или разделов. Юридическая процедура является первичным элементом юридического процесса.

Однако в теории права существует и другое видение относительно данного вопроса. Так, юридический процесс рассматривается как вид правовой процедуры. Так, В.Н. Протасов отмечал, что юридический процесс представляет собой разновидность юридической процедуры, направленную на выявление и реализацию материального охранительного правоотношения, что предопределяет своеобразие ее содержательных черт (обязательное наличие в составе властного субъекта; специфику опосредуемых мер; как правило, высокий уровень нормативной регламентации и др.), а главное - особый механизм связи с материально-правовой регулятивной сферой132.

В литературе представлены самые разные точки зрения по вопросу об их сущности. Так, И.М. Погребной рассматривал юридический процесс в

[132] Протасов В.Н. Юридическая процедура. М., 1991. С. 16.

качестве множества действий и правовых форм133. По оценке Т.В. Сахновой, процедура в самом общем смысле представляет собой ряд формализованных установлений, направленных на достижение ожидаемого и детерминированного результата134. Заметим, что ряд ориентированных на достижение результата формализованных установлений - это, скорее, не сама процедура, а ее нормативная модель, описание того, какой в идеале должна быть юридическая процедура.

Ученые сходятся во мнении о системном характере правовых процедур, однако вкладывают разные элементы в их содержание. Так, Т.Ю. Баришпольская говорит о том, что правовая (юридическая) процедура - это система складывающихся в определенной последовательности правовых отношений, направленных на достижение правового результата, который может выражаться в формировании юридических норм, образовании и прекращении существования субъектов права, предупреждении правонарушений либо в возникновении, реализации, изменении или прекращении определенного правоотношения, а также в иных правовых последствиях135. В данном случае правовая процедура - это система правоотношений, складывающихся между субъектами. Вместе с тем результат процедуры достигается не самим фактом существования правовых отношений, а совершаемыми в рамках процедуры действиями субъектов. Так, итогом именно действий субъектов правотворчества становятся юридические нормы, именно с действиями как юридическими фактами закон связывает возникновение, изменение или прекращение правоотношений. Поэтому в анализе правовых процедур основное внимание должно, на наш взгляд, быть уделено действиям (как элементам), а уже потом правоотношениям (как системным связям).

Многими авторами правовая процедура в целом и юридический процесс в частности рассматриваются в качестве системы (комплекса) урегулированных правом общественных отношений136. Так, В.Н. Протасов указывает на то, что правовая процедура - это система правовых отношений, служащая реализации другого, основного для процедуры правоотношения. Суть конкретного вида правовой процедуры, по его мнению, определяется характером правового отношения, реализации которого она служит... Для процессуальной процедуры (которая и есть юридический процесс) основным является материальное охранительное правоотношение, содержание которого в основном состоит во властном вмешательстве компетентного

---

[133] Погребной И.М. Общетеоретические проблемы производств в юридическом процессе:Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Харьков, 1982. С. 6.

[134] Сахнова Т.В. Судебные процедуры (о будущем цивилистического процесса) // Арбитражный и гражданский процесс. 2009. N 3.

[135] Баришпольская Т.Ю. Гражданский процесс и процедура (понятие, служебная роль, проблемы теории и практики): Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Томск, 1988. С. 9.

[136] Сахнова Т.В. Цивилистический процесс: онтология судебной защиты // Вестник гражданского процесса. 2011. N 1.

органа в механизм реализации материальных регулятивных норм с целью поддержания его нормального функционирования137. Этим обстоятельством определяется преобладание публично-правовых начал в любой юрисдикционной процедуре, в том числе и в цивилистическом процессе. Властное вмешательство компетентного органа в механизм реализации материальных регулятивных норм с целью поддержания его нормального функционирования предполагает безусловное подчинение приказам единого центра.

Но сами по себе отношения - это правовые состояния. Их развитие, смена происходят в результате совершения субъектами действий либо наступления событий, с которыми закон связывает наступление последствий в виде изменения правового состояния. По этой причине процесс как вид юридической процедуры - это не столько статичная совокупность правоотношений (урегулированных законом связей между субъектами), а система совершенных в определенной последовательности действий субъектов. Процедура - это в первую очередь система действий, и лишь потом правоотношений. Аналогичной позиции придерживается и Д.Я. Малешин, отмечая, что гражданский процесс - это в первую очередь деятельность, совокупность процессуальных действий138. Действия являются элементами процедуры, отношения же формируют связи между ними, статическую структуру процедуры как системы. Динамику системы обеспечивают действия, а в ряде случаев и события. Именно с ними как с юридическими фактами законодательство связывает наступление правовых последствий. Правовая процедура - это динамическая структура системы цивилистического процесса. Цивилистический процесс является системой складывающихся в определенной последовательности действий, направленных на защиту либо подтверждение существования определенного материального правоотношения, действий, с которыми нормы процессуального законодательства связывают возникновение, изменение или прекращение правоотношений.

Процессуальные отношения, играя роль основных связей в системе цивилистического процесса, также формируют самостоятельную подсистему (систему связей). В этом смысле можно отчасти согласиться с высказанной в литературе позицией о том, что гражданский процесс - это система правоотношений, обязательным субъектом которой является юрисдикционный орган и которая направлена на выявление и реализацию гражданского охранительного правоотношения. Наличие в системе обязательного властного органа и цель системы в значительной мере предопределяют характер формирующихся связей. Как справедливо было

---

[137] Протасов В.Н. Гражданский процесс с позиций системного подхода (методологический аспект): Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Саратов, 1979. С. 11.

[138] Малешин Д.Я. Гражданская процессуальная система России: Автореф. дис. ... д-ра юрид. наук. М., 2011. С. 24.

отмечено В.Н. Протасовым, процесс выполняет служебную роль по отношению к охранительной правовой связи, цели последней для него стратегические, непосредственная же цель процесса состоит в выявлении охранительного правоотношения и его реализации. Поэтому место юридического процесса в правовой системе, его объем и задачи определяются содержанием охранительных правоотношений, которое характеризуется властным вмешательством компетентного органа в механизм реализации материальных регулятивных правоотношений для поддержания их функционирования. Помимо места юридического процесса, его объема и задач содержанием охранительных правоотношений определяется метод регулирования, преобладание в нем публичных начал. Вместе с тем характером материальных регулятивных правоотношений, для поддержания заданного функционирования которых осуществляется властное вмешательство компетентного органа, обусловлено соотношение частных и публичных начал в методе регулирования. Так, реализация материальных гражданских, семейных, трудовых охранительных правоотношений допускает инициативу их субъектов в реализации права на защиту, некоторую автономию в решении вопроса об объеме властного вмешательства. Реализация административных и иных публичных охранительных правоотношений, напротив, проникнута началами публично-правовыми - субординацией, централизацией, императивным характером нормативных предписаний139.

Обязательное наличие властного субъекта, подчинение участников законодательно установленному порядку, специфика принимаемых мер воздействия, высокий уровень нормативной регламентации - все это определяет публичный характер цивилистического процесса как вида юридической процедуры. Заметим, аналогичные черты выявляются и при анализе процедуры третейского разбирательства. В нем также в качестве обязательного присутствует властный субъект - третейский суд, целью деятельности которого является одностороннее властное вмешательство в механизм реализации материальных регулятивных правоотношений для поддержания их функционирования, а формой - правоприменение. Выносимое третейским судом решение по характеру также является приказом обязанным субъектам, а сама процедура отличается более высоким по сравнению с иными альтернативными способами разрешения правовых конфликтов уровнем нормативной регламентации. Приведенные аргументы позволяют сделать вывод о публичном, юрисдикционном характере третейского разбирательства как правовой процедуры и элемента цивилистического процесса.

Юридическая (правовая) процедура, по оценке В.Н. Протасова, представляет собой систему, которая: а) ориентирована на достижение

[139] Курочкин С.А. О перспективах совершенствования цивилистического процесса как правовой процедуры //"Арбитражный и гражданский процесс", 2013, N 8;

конкретного правового результата; б) состоит из последовательно сменяющих друг друга актов поведения и как деятельность внутренне структурирована правовыми отношениями; в) обладает моделью (программой) своего развития, предварительно установленной на нормативном или индивидуальном уровне; г) иерархически построена; д) постоянно находится в динамике, развитии; е) имеет служебный характер, выступает средством реализации основного, главного для нее правового отношения140. Полагаем, что цивилистический процесс как вид юридической процедуры и как самостоятельная система нормативно упорядоченных и связанных правоотношениями действий, направленных на выявление и реализацию материальных охранительных правоотношений, также обладает указанными признаками. Гражданское судопроизводство ориентировано на достижение конкретного правового результата - решение юридического дела. Процесс состоит из последовательно сменяющих друг друга актов поведения - процессуальных действий, объединяемых в стадии и правоприменительные циклы. Действия связаны между собой правоотношениями. Цивилистический процесс обладает установленной на законодательном уровне моделью (программой, алгоритмом) своего развития; носит служебный, производный характер, выступает средством реализации основного охранительного правоотношения. И здесь нельзя в полной мере согласиться с Г.Л. Осокиной, отмечающей, что процесс представляет собой не всякую, а лишь патологическую форму жизни материального закона141. Гражданский процесс - это нормальная форма жизни процессуального закона, самостоятельная система процессуальных действий суда и других участников процесса, а также отношений между ними, возникающих в ходе производства по гражданскому делу. И наконец, реальный процесс постоянно находится в динамике, развивается по стадиям.

Ланг П.П. определяет правовую процедуру как определенные правовые действия, установленные каким-либо нормативно-правовым актом, внутри юридического процесса. Понятия “юридический процесс” и “правовая процедура” следует рассматривать как общее и частное, форму и содержание. Правовой процедуры вне юридического процесса быть не может. Юридический процесс, в свою очередь, реализуется посредством правовых процедур.

Вопрос соотношения юридического процесса и правовой процедуры имеет большое значение как для науки, так и для практики.

На мой взгляд, этот подход к пониманию данных правовых категорий является оптимальным и понимание правовой процедуры должно исходить из того, что она является составной частью юридического процесса, нормативно-установленный порядок (система) осуществления

---

[140] Протасов В.Н. Теоретические основы правовой процедуры: Автореф. дис. ... д-ра юрид. наук. М., 1993. С.

[141] Осокина Г.Л. Гражданский процесс. Общая часть. М., 2003. С. 56.

последовательных юридически значимых действий, направленный на реализацию норм материального права, охраняемый от нарушений правовыми санкциями.

Использованные источники:

1. Баришпольская Т.Ю. Гражданский процесс и процедура (понятие, служебная роль, проблемы теории и практики): Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Томск, 1988. С. 9.
2. Курочкин С.А. О перспективах совершенствования цивилистического процесса как правовой процедуры //"Арбитражный и гражданский процесс", 2013, N 8;
3. Ланг П. П. Правовая процедура и юридический процесс (теоретико – правовой аспект) // В сборнике: современные проблемы права и управления 5-я международная научная конференция: сборник докладов. Институт законоведения и управления Всероссийской полицейской ассоциации; главный редактор: И.Б. Богородицкий, ответственный редактор: Ю.В. Киселевич. 2015.
4. Малешин Д.Я. Гражданская процессуальная система России: Автореф. дис. ... д-ра юрид. наук. М., 2011. С. 24.
5. Осокина Г.Л. Гражданский процесс. Общая часть. М., 2003. С. 56.
6. Погребной И.М. Общетеоретические проблемы производств в юридическом процессе:Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Харьков, 1982. С. 6.
7. Протасов В.Н. Юридическая процедура. М., 1991. С. 16.
8. Протасов В.Н. Теоретические основы правовой процедуры: Автореф. дис. ... д-ра юрид. наук. М., 1993. С. 5.
9. Сахнова Т.В. Судебные процедуры (о будущем цивилистического процесса) // Арбитражный и гражданский процесс. 2009. N 3.
10.Сахнова Т.В. Цивилистический процесс: онтология судебной защиты // Вестник гражданского процесса. 2011. N 1.

Ямщикова С. Л.
ст. преподаватель
кафедра «Конституционного и муниципального права»
Аслаева А.А.
студент 4 курса
юридический факультет
Стерлитамакский филиал БашГУ
Россия, Республика Башкортостан, г. Стерлитамак

СИСТЕМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: в статье рассматривается система государственной службы, виды службы, входящих в состав системы.

Ключевые слова: государственная служба, система государственной

службы, профессиональная служебная деятельность.

The summary: The article considers the civil service system, the types of services that are part of the system.

Keywords: public service, public service system, professional service activity.

В соответствии с законодательством Российской Федерации, государственная служба представляет собой профессиональную служебную деятельность граждан РФ на должностях государственной службы. В общем виде, система государственной службы – это совокупность элементов государственной службы, которые взаимодействуют между собой с целью достижения определенных результатов в рамках государственного управления. Основным нормативно-правовым актом является Федеральный закон142 , который регулирует организационные и правовые основы системы государственной службы в Российской Федерации.

Статья Федерального Закона «О системе государственной службы Российской Федерации» определяет следующие виды служб, которые входят в состав системы государственной службы в Российской Федерации:

- государственная гражданская служба;
- военная служба;
- государственная служба иных видов.

Следует рассмотреть каждую разновидность служб в отдельности для того, чтобы в полной мере раскрыть сущность и значение анализируемого элемента, входящего в состав системы государственной службы.

Итак, государственная гражданская служба как вид государственной службы, в соответствии с Федеральным законом143 ,представляет собой профессиональную служебную деятельность граждан на должностях государственной гражданской службы Российской Федерации по обеспечению исполнения полномочий федеральных государственных органов, государственных органов субъектов Российской Федерации, а так же лиц замещающих государственные должности, и лиц, замещающих государственные должности субъектов Российской Федерации соответственно . То есть, основная функция государственной гражданской службы заключается в обеспечении исполнения полномочий государственных органов и лиц, замещающих государственные должности.

В свою очередь государственная гражданская служба, в отличие от двух других разновидностей государственной службы, подразделяется на федеральную государственную гражданскую службу и на государственную гражданскую службу субъектов, что следует из определения понятия государственной гражданской службы.

---

[142] Федеральный закон от 27.05.2003 N 58-ФЗ (ред. от 13.07.2015) "О системе государственной службы Российской Федерации"

[143] Федеральный закон от 27.07.2004 N 79-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О государственной гражданской службе Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.08.2016)

Следует отметить, что разные уровни государственной гражданской службы объединяет осуществление профессиональной служебной деятельности и обеспечение исполнение соответствующих полномочий государственных органов и должностных лиц, однако федеральная государственная служба обеспечивает деятельность центральной власти, а региональная - государственной власти субъекта РФ соответственно.

Следующим видом в системе государственной службы является военная служба. Она представляет профессиональную служебную деятельность граждан на воинских должностях в Вооруженных Силах Российской Федерации, воинских (специальных) формированиях и органах, которые осуществляют функции по обеспечению обороны и безопасности государства. Тем самым, основная функция военной службы – это обеспечение обороны и безопасности государства, которая осуществляется на федеральном уровне. Данный вид службы помимо Федерального закона «О системе государственной службы Российской Федерации» регулируется Федеральным законом144 , который определяет особенности и порядок прохождения военной службы.

Последним видом службы в системе государственной службы в Российской Федерации является государственная служба иных видов. Данный вид службы имеет свою особенность, поскольку с 1 января 2016 года вступило в силу изменение в Федеральный закон «О системе государственной службы Российской Федерации», предусматривающее исключение из системы государственной службы понятие «правоохранительная служба», и устанавливающее тот факт, что теперь система включает в себя государственную гражданскую службу, военную службу и иные виды государственной службы .

Государственная служба иных видов устанавливается федеральными законами и является видом федеральной государственной службы. В соответствии с Федеральным законом «О системе государственной службы Российской Федерации» перечень типовых должностей федеральной государственной службы иных видов утверждаются Президентом Российской Федерации, однако конкретный перечень на данный момент не составлен. Предположительно в соответствующий перечень будут включены должности в государственных органах, службах и учреждениях, осуществляющих функции по обеспечению безопасности, законности и правопорядка, по борьбе с преступностью, по защите прав и свобод человека и гражданина.

Таким образом, государственная служба представляет собой конкретный тип организации, имеющий ряд отличительных признаков: профессионализм и компетентность кадров, единство правовых и организационных основ. Прежде всего, государственная служба – это

[144] Федеральный закон от 28.03.1998 N 53-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О воинской обязанности и военной службе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 04.07.2016)

правовая и организационная система. Следовательно, эффективность государственной службы заключается в ее системности.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 27.05.2003 N 58-ФЗ (ред. от 13.07.2015) "О системе государственной службы Российской Федерации"
2. Федеральный закон от 27.07.2004 N 79-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О государственной гражданской службе Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.08.2016)
3. Федеральный закон от 28.03.1998 N 53-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О воинской обязанности и военной службе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 04.07.2016)
4. Пресняков М.В., Чаннов С.Е., Служебное право Российской Федерации: Учебное пособие/ М.В. Пресняков, С.Е. Чаннов, Издательство: НОРМА, ИНФРА-М, 2011г.-448 с.
5. Старилов Ю.Н. Государственная служба и служебное право. Учебное пособие. М., Норма – ИНФРА-М. 2015. С.201.
6. Чернявский А.Г. Служебное право: учебник - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 376 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Uralova.D.Zh
Master's student
1st course, the faculty of "International Finance"
Financial University under the government of Russian Federation
Russia, Moscow

CAPITALIZATION AS AN INDICATOR OF CORPORATION'S EFFECTIVE DEVELOPMENT

The essence of any business is that the main purpose of its creation and existence is to maximize profits. However, it is obvious that the company's development in the long term also requires production of other tasks. The importance of growth of the cost of the company's capitalization, as well as the effectiveness of the existing mechanisms in the organization is increasing.

Key words: capitalization, market value, shares, cost of the company, market capitalization

Modern financial crisis, which began in the banking sector, seriously affected the production sphere and manifested through a decrease in capitalization corporations due to the fall of quotations of shares on the stock market. This, in turn, hit the creditworthiness of companies, which were forced to prematurely return the loans to banks or to provide additional collateral. This was due to the fact that the drop in prices has led to a mismatch of the market value of corporations and the amounts of their credit obligations. The additional financial risks demanded major economy from corporations, which reflected not only in reducing the number of employees, but also in the closing of the investment projects, which caused an additional drop in their market capitalization

The cost of the company is the present value of expected cash flows from a set of assets, and the future growth, discounted at the rate of capital formation.

The cost of the company may be increased as a consequence of growth in cash flows from specified assets, increase expected growth and its duration, as well as from reducing capital raising rates.

Market capitalization refers the total dollar market value of a company's outstanding shares. Commonly referred to as "market cap," it is calculated by multiplying a company's shares outstanding by the current market price of one share. The investment community uses this figure to determine a company's size, as opposed to using sales or total asset figures.

Market cap is a relatively good way to quickly value a company. That's because stock prices are generally based on investors' expectations of a company's earnings. As earnings rise, stock traders will bid more for the stock price. Including the number of shares in the calculation offsets the impact of stock splits.

Companies can be ranked according to their market capitalizations, and the general format is to rank them as large-cap, mid-cap and small-cap companies. Investors use market cap to divide the stock market into three size categories.

Small cap companies have a market cap of less than $1 billion. They are smaller companies, many of which recently went through their Initial Public Offering, or IPO. They are riskier, because they are more likely to default during a downturn. On the other hand, they have lots of room to grow, and could become very profitable.

Mid cap companies are less risky, but may not have the same potential for growth. They typically have a capitalization of between $1 billion to $5 billion. A recent study showed they actually outperformed both small cap and large cap stocks over the last 20 years.

Large cap companies have the least risk, because they typically have the financial resources to weather a downturn. Since they tend to be market leaders, they also have less room to grow. Therefore, the return may not be as high as small or mid cap stocks. On the other hand, they are more likely to reward stockholders with dividends. The market cap for these companies is $5 billion or more.

The crisis has made it abundantly clear that the capitalization as the epitome of the market price of the shares is shown through a recognized market value of the company. In other words, the cap is not only a reflection of the aggregate market value of the shares, but also includes an integrated assessment of the sustainability of corporations, profitability, demand for products, qualified personnel.

However, the immaturity of the Russian securities market restrains the growth of capitalization of the significant number of corporations because of such a source of investment, as an additional issue of shares.

This is due to the following reasons:

- Russia's economy is experiencing a continual redistribution of property. In this regard, in order to protect against a possible takeover corporations are in no hurry to issue its shares in free circulation;

- Activities of Russian companies lacks transparency, as there are no legal requirements on financial reporting transparency and information on affiliated persons;

- In Russia has spread insider form of ownership capital, characterized by lack of interest in expanding the circle of shareholders.

The stock market crash in late 2008 led to significantly decreased quotations of all without exception of the securities. Negative external factors, the liquidity outflow, the high degree of dependence of the leading corporations of credit resources and other factors led to the fact that the stock market is actually no longer effectively function as an objective assessment of the value of companies. The high degree of uncertainty about the dynamics of the financial crisis, the possible timing and pace of economic recovery hinders investors from buying corporate securities, leading to an outflow of capital to less risky instruments.

At the same time, as the investor activity is restoring and the growth of the volume of transactions on the organized securities market is growing, the importance of market capitalization of the companies to assess their value will increase. This is due to the fact that the development of the capitalization process determines not only the increment value in the form of growth in the market value of firms or growth equity quotations on the stock market, but also helps to increase the volume of economic resources, the realization of its economic strategy in the long term, as well as it helps provide the change in the ratio between innovative and traditional ways of management.

Activation of the capitalization process occurs in response to a sharp increase in the quantitative and qualitative indicators of the functioning of the economic entity at any level. Thus, the size of the market value of companies on the one hand, is determined by the selected financial indicator (eg EBITDA), evaluating the results of the current year.

On the other hand, it is influenced by the so-called multiplier that can increase (decrease) the cost many times over. The integrated value of the multiplier factors affect different factors of creating the value, which primarily include:

- Company's selected development strategy;
- Quality and innovative products;
- The presence of brands;
- Leadership in the market;
- The quality of strategic and operational management;
- Modern corporate governance [1].

The Company capitalizes production assets belonging to them, trademarks and other intangible assets, cash holdings, securities, inventories, which is reflected in the growth of the market value of the company's share capital or increase the market valuation of the company.

The realization of increment market value’s strategy of the company is an organic subordination of the interests of the owners to interests of managers, which is provided by the establishment of remuneration, depending on the control of growth of the market value of the company as a major source of capital owners compensation. As a result, there is a tendency of convergence of income

management structure and corporate income shareholder owners. Thus, the increase in the market value of the company provides socio-economic conditions, which in result maximize company's utility function that determines their role as the subject of the process.

In this regard, an important role in the process of capitalization of the corporation determines the need to adjust index of market capitalization for the purpose of adaptation to the impact of negative market factors. To do this, you must use the actual financial and operational performance of the company (income, value of fixed assets, cash flow), whose relation to the company's profit can be regarded as a multiplier for calculating capitalization. This will significantly improve the quality of management decisions regarding the formation and changes in the capital structure of the corporation, including in the following cases:

- The preparation of the business transactions of purchase and sale, restructuring of companies;
- In attracting credit resources to adequately assess the collateral, which may be the company's shares;
- The planning of the issue of securities;
- The preparation and implementation of business plans of the company for the evaluation of impact of management decisions on the company's capitalization.

Literature:

1. Малова Т.А. Капитализация в условиях российской экономики. Теоретические и практические аспекты. – М.: УРСС, 2009. – С. 23

Андреева Е.С.
студент-магистрант 1 курсf
факультет гостинично-ресторанной, туристической и спортивной индустрии
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Москва

УЛУЧШЕНИЕ УРОВНЯ КВАЛИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА ЗА СЧЕТ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЕГО ВОВЛЕЧЕННОСТИ В РАБОЧИЙ ПРОЦЕСС

Аннотация: В статье рассматривается проблема повышения квалификации персонала за счет его вовлеченности в рабочий процесс, даны практические рекомендации.

Abstract: The article examines the issue of employees' professional development by means of their involvement into the working process. Practical recommendations are given.

Ключевые слова: персонал, уровень сервиса, знания и навыки, практический опыт, вузы, профподготовка, повышение квалификации, внутрифирменное обучение.

Key words: staff, the level of service, knowledge and skills, practical experience, higher educational institution, training, professional development, internal training.

В современной экономике основной задачей для любого предприятия индустрии гостеприимства является не только поддержание нормального функционирования предприятия, но и повышение эффективности его деятельности. Популярность гостиницы среди клиентов, которая приводит к повышению данных показателей, зависит не только от ее географического положения и внутреннего устройства, но и от квалификации персонала. Без квалифицированного обслуживающего персонала гостиница не сможет приносить прибыль - гость останется недовольным, если его расположить в самом лучшем номере, но при этом плохо обслуживать.

Актуальность выбранной темы состоит в том, что в настоящее время в гостиничном бизнесе существует нехватка квалифицированного персонала, обладающего знаниями и навыками, необходимыми для оказания первоклассного сервиса.

Уровень сервиса на предприятиях гостиничной индустрии напрямую зависит от уровня профессиональной подготовки персонала, поэтому их успешная деятельность зависит от способности подбирать необходимый квалифицированный персонал. Сотрудники для работы в гостиницах проходят жесткий отбор, и к ним предъявляется множество требований, как по личностным характеристикам, так и касаемо навыков и умений.

Квалификация выступает индивидуальным признаком, присущим отдельному работнику. Она приобретается работником в процессе обучения, переподготовки, получения практического опыта. Другими словами, квалификация отражает степень профессиональной подготовленности работника в рамках определенной специальности [1].

Можно выделить две основные составляющие квалификации работника:

1. Наличие ученых степеней, званий, различных ступеней образования по специальности;

2. Наличие практического опыта работы по данной специальности.

На данный момент в Москве существует более 150 вузов, которые готовят кадры для гостиничного, туристического и ресторанного бизнеса, но уровня подготовки выпускников недостаточно в современных условиях рынка гостиничных услуг [3]. Профильные вузы в основном обеспечивают своих студентов теоретической базой, и они не имеют полноценной возможности применения полученных знаний на практике. Из-за этого молодые специалисты чувствуют себя невостребованными, испытывают трудности с трудоустройством и последующей адаптацией на рабочем месте.

Что же касается практического опыта работы, в этом случае ответственность за повышение уровня квалификации персонала полностью лежит на гостиничном предприятии. Развитие персонала позволяет

гостиничному предприятию увеличивать кадровый потенциал, так как система внутрифирменного обучения увеличивает мотивацию сотрудников [2]. Благодаря такому развитию сотрудники могут выполнять более сложные задачи, что способствует их карьерному росту, а также лояльности к гостиничному предприятию, в котором они работают.

Крайне важную роль в улучшении уровня квалификации персонала играет вовлеченность сотрудника в рабочий процесс. Под вовлеченностью персонала следует понимать степень участия сотрудников в жизни и деятельности компании, совпадение интересов компании и интересов сотрудников, позитивное отношение к своей работе, которое приводит к повышению производительности труда.

Рассмотрим основные критерии, оказывающие влияние на вовлеченность сотрудников, как со стороны необходимости их внедрения для предприятия, так и со стороны полезности для вовлеченных работников, которые приняли решение о повышении своей квалификации.

1. Настрой на стратегию.

Предприятию необходимо доводить стратегию компании до сотрудников, так как чёткое представление о своих целях и задачах способствует повышению уровня их производительности. Сотрудник в свою очередь понимает, что для успешной работы в соответствии со стратегией компании ему необходимо повысить квалификацию.

2. Настрой на изменения.

Сотрудники должны быть готовы адаптироваться к изменениям в структуре и образе действия компании, положительно реагировать на внедрение инноваций. Вовлеченный сотрудник готов принимать изменения в структуре своей работы.

3. Обратная связь и признание.

Руководитель должен высказывать своё мнение касательно работы сотрудника, применять методы нематериальной мотивации, поощрять и вдохновлять, чтобы сотрудник чувствовал важность своего вклада в работу предприятия. Сотрудник в свою очередь ожидает отклика на свою готовность к повышению уровня квалификации.

4. Оплата.

Оплата является одним из основных драйверов интеллектуальной вовлеченности сотрудников, так как даже самый мотивированный сотрудник может сменить место работы из-за неудовлетворенности оплатой труда. Сотрудник ожидает повышения заработной платы из-за прогнозируемого улучшения его рабочих характеристик.

5. Карьера.

Сотрудники должны понимать перспективы карьерного роста, стоящие перед ними, так как их отсутствие – одна из основных причин ухода с места работы. При повышении уровня квалификации сотрудник получает больше перспектив карьерного роста.

6. Руководитель и коллеги.

Как правило, хорошие отношения с руководителем позволяют сотрудникам работать эффективнее и получать больше удовольствия от рабочего процесса. Наличие хороших отношений в коллективе в целом - важнейшая составляющая вовлеченности. Сотрудник ощущает, что при повышении квалификации получит поддержку и одобрение.

Если сотрудник полностью вовлечен в рабочий процесс, то он сам испытывает необходимость и желание повышать свою квалификацию, так как это будет непосредственно связано с драйверами вовлеченности. Предприятию станет гораздо проще повысить квалификацию работника путем внутрифирменного обучения, организации различных тренингов и семинаров и др., не встречая на пути преград и нежелания с его стороны, так как сотрудник будет показывать свою готовность к обучению благодаря высокому уровню лояльности к компании.

Если предприятию необходимы высококвалифицированные сотрудники, то при учете вышеперечисленных критериев при разработке стратегии управления персоналом компания получит следующие преимущества:

- Возможность повышения квалификации кадров внутреннего резерва;
- Снижение текучести персонала;
- Снижение затрат на набор персонала;
- Выработка стимулов для развития каждого сотрудника в отдельности и организации в целом;
- Уменьшение срока адаптации новых сотрудников;
- Снижение затрат на обучение сотрудников (ввиду большей однородности их состава).

Таким образом, можно сделать вывод, что для решения проблемы низкого уровня квалификации персонала со стороны предприятий индустрии гостеприимства, необходимо учитывать все критерии, которые позволят повысить уровень вовлеченности персонала. Вовлеченный персонал с удовольствием включается в работу и демонстрирует готовность к повышению уровня своей квалификации, тем самым улучшая показатели эффективности деятельности предприятия.

Использованные источники:

1. Никольская Е.Ю. Маркетинг персонала – формирование кадрового потенциала предприятия // Российское предпринимательство, 2007. № 5-1 (90).
2. Никольская Е.Ю., Абаринова А.А. Совершенствование методов внутрифирменного обучения персонала в индустрии гостеприимства и туризма // Наука и Мир, 2015. Т. 1. № 11 (27).
3. Никольская Е.Ю., Лукьянов Д. Совершенствование профессиональной подготовки специалистов гостиничного бизнеса в профильном вузе // Путь

науки, 2015. № 3 (13).

Андриенко Р.В.
магистрант
кафедра «Менеджмент и инновационные технологии»
Катаев А.В., к.э.н.
доцент
кафедра «Менеджмент и инновационные технологии»
Институт управления в экономических, экологических и социальных системах
Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ: ИХ СУЩНОСТЬ И РОЛЬ

В статье рассматриваются основные теоретические подходы к понятию «стратегия» и классификации стратегий продвижения предприятия, в основу которых положены различные критерии. Выработка определенной стратегии необходима для осуществления эффективного продвижения предприятия на рынке. Используя концепцию компании как подсистему стратегии продвижения, можно избегать рисков и сознательно управлять рынком посредством маркетингового воздействия .Стратегия продвижения товаров позволяет определить прогноз будущего развития с учетом состояния рынка и ресурсов компании.

Ключевые слова: стратегия продвижения предприятия, рыночные риски, стратегический менеджмент, принятие решений, позиционирование, бренд.

The article considers the main theoretical approaches to the concept of "strategy" and the classification of the enterprise promotion strategies which are based on different criteria. The strategy development is needed for effective promotion of the enterprise in the market. The usage of the concept of the

company as a subsystem of promotion strategy makes it possible to avoid the risks and consciously control the market by marketing impact .The strategy of promotion of products allows to determine the prognosis of the future development, taking into account market conditions and the company's resources.

Key words: promotion strategy of the company, market risks, strategic management, decision-making, positioning, brand.

Для того, чтобы осуществить эффективное продвижение предприятия, необходимо выработать определенную стратегию. В данной связи, исследование теоретических и методических основ управления системой продвижения продукции, а также разработка рекомендаций по совершенствованию стратегии в сложившихся экономических условиях, являются актуальными.

Основные теоретические подходы к понятию «стратегия» можно выделить, исходя из анализа толкования данного термина базовыми школами стратегического менеджмента. Так, А. Чандлер понимает стратегию как «определение основных долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий, распределение ресурсов, необходимых для достижения этих целей»[145]. И. Ансофф определяет стратегию как «набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности»[146]. М. Портер говорит о стратегии как о «создании уникальной и выгодной позиции, предусматривающей определенный выбор видов деятельности»[147]. А Г. Минцберг - как о «плане, руководстве, ориентире или направлении развития из настоящего в будущее»[148]. Проанализировав определения представителей базовых школ стратегического менеджмента, можно констатировать, что авторы предлагают различные подходы к пониманию стратегии, нет однозначного видения этого понятия, исследователи трактуют данное понятие, исходя из какого-то одного существенного аспекта.

Основываясь на приведенных определениях, можно констатировать что стратегия – это направление развития компании по достижению главных целей с учетом таких факторов деятельности как:

– возможных изменений и неопределенности внешней среды;

– имеющихся внутренних ресурсов экономической системы;

– правил ведения бизнеса.

Продвижение – это вполне конкретное средство торговли, направленное на привлечение и удержание внимания как можно большего количества людей, с целью воздействия на них и убеждения купить тот или

---

[145] *Чандлер А.* Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise. Cambridge, MA: MIT Press. 1962. –P. 13.

[146] *Ансофф И.* Новая корпоративная стратегия. – СПб, Питер Ком, 2011.

[147] *Портер М.* Конкуренция. – М.: издательский дом «Вильямс», 2011.

[148] *Минцберг Г., Куин Дж., Гошал С.* Стратегический процесс. – СПб.: Питер, 2011.

иной товар или услугу.

Следовательно, под «стратегией продвижения товаров или услуг следует понимать комплекс маркетинговых работ, который включает в себя описание целевого сегмента, позиционирование, структуру бренда, каналы распространения маркетингового обращения и медиаплан»[149].

Продвижение, как и любое другое направление стратегии, имеет свои конкретные функции, которые оно должно выполнять. Исследователи выделяют различные функции стратегии продвижения. Ф. Котлер, например, описывает информативную, увещевательную и напоминающую функции стратегий продвижения[150].

Один из наиболее распространенных подходов к рассмотрению данного вопроса предполагает выделение функций стратегии продвижения в соответствии с целями и задачами, которые возлагает на неё компания:

1) информирование (создание осведомленности и знания о фирме, новом товаре, конкретном событии и т. п.);

2) увещевание (последовательное, постепенное формирование предпочтения, соответствующего восприятию потребителем образа фирмы и ее товаров; привлечение внимания потенциальных потребителей к фирме или к её товарам и услугам; убеждение в пользу выбора потребителем именно этих товаров и услуг; поощрение факта покупки и т. д.);

3) напоминание (поддержание осведомленности, удержание в памяти потребителей информации о товаре в промежутках между покупками, напоминание, где можно купить данный товар);

4) позиционирование товара или организации–коммуникатора;

5) удержание покупателей, лояльных к марке;

6) создание положительного имиджа организации и другие задачи (вызвать положительное отношение к фирме или её товарам);

7) формирование потребительского спроса;

8) стимулирование сбыта и другие функции[151].

Таким образом, используя концепцию компании как подсистему стратегии продвижения, можно избегать рисков и маркетинговым воздействием сознательно управлять рынком. Стратегия продвижения товаров позволяет сделать прогноз будущего развития с учетом состояния рынка и ресурсов самой компании. С помощью стратегии продвижения продукции можно дать оценку рыночным рискам и возможностям, определить свободные ниши рынка или способы проникновения на уже занятые.

Существует множество классификаций стратегий продвижения, в

---

[149] *Киреев И. В.* Содержание отдельных составляющих маркетингового комплекса компаний, работающих в сфере товаров и услуг // Маркетинг в России и за рубежом. - 2012. - № 3.

[150] *Котлер Ф.* Основы маркетинга / пер. с англ.; под ред. О.Г. Радынова, Ю.И. Куколева. – М.: Ростинтэр, 2016.

[151] *Бернет Дж., Мориарти С.* Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / пер. с англ. под ред. С. В. Божук. – СПб.: Питер, 2011.

основу которых положены различные критерии (тип целевой аудитории, размер территории, охватываемой деятельностью, предмет коммуникации, стратегическая цель, способ воздействия и другие).

В.И. Бовыкин по способу воздействия на целевую аудиторию разделяет стратегии продвижения на следующие виды:

– «рациональная стратегия продвижения – информирует, обращаясь к разуму потенциального клиента, приводит доводы, чаще всего в словесной форме, для его убеждения»;

– «эмоциональная стратегия продвижения – обращается к чувствам, эмоциям, воспоминаниям, воздействует через ассоциации. Ее излюбленное средство – иллюстрации, в меньшей степени – звук»152.

В зависимости от объекта В.И. Бовыкин говорит о следующих видах стратегии продвижения – товарной и престижной:

– «товарная – основная задача – формирование и стимулирование спроса на продукт, информирование потребителей о достоинствах продукта»;

– «престижная стратегия продвижения – представляет собой стратегию продвижения достоинств, выгодно отличающих фирму от конкурентов»153. По концентрированности на определенном сегменте целевой аудитории исследователь выделяет следующие виды:

– селективную (избирательную) стратегию продвижения – стратегию, четко адресованную определенной группе потребителей);

– массовую стратегию продвижения – направленную на широкие круги реальных и потенциальных потребителей.

В зависимости от охватываемой территории О.А. Маркитантов выделяет следующие виды:

– локальную стратегию продвижения;

– региональную стратегию продвижения;

– общенациональную стратегию продвижения;

– глобальную стратегию продвижения154.

В основу выделения видов стратегии продвижения могут быть положены и ее функции. При этом И.М. Айзинова относит к ним следующее значимые характеристики:

1) информативная стратегия продвижения – рассказ рынку о новинке или о новых применениях существующего товара, информирование об изменениях цены, объяснение принципов действия товара, описание

---

[152] *Бовыкин В.И.* Новый маркетинг (маркетинг нововведений): Управление предприятиями на уровне высших стандартов: Теория и практика эффективного управления. – М.: Экономика, 2011.

[153] *Бовыкин В.И.* Новый маркетинг (маркетинг нововведений): Управление предприятиями на уровне высших стандартов: Теория и практика эффективного управления. – М.: Экономика, 2011.

[154] *Маркитантов О.А.* Взаимная конфигурация воспроизводства и розничной торговли в системе товародвижения экономики: логистические аспекты конвергенции // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – №36. – С.50-53.

оказываемых услуг, исправление неправильных представлений или рассеяние опасений потребителей, формирование образа компании;

2) увещевательная стратегия продвижения – формирование предпочтения к марке, поощрение к переходу на какую-либо марку, изменение восприятия потребителем свойств товара, убеждение потребителя совершить покупку не откладывая;

3) напоминающая стратегия продвижения – напоминание потребителям о том, что товар может потребоваться им в ближайшем будущем, где можно купить товар, удержание товара в памяти потребителя в периоды межсезонья, поддержание осведомленности о товаре[155].

И. Дудакова выделяет следующие стратегии:

1) первоначальную стратегию продвижения – ознакомление заранее установленного круга потребителей с новым для данного рынка продуктом или услугами путем сообщения подробных сведений о качестве, цене, способе потребления или месте проведения акции;

2) конкурентную стратегию продвижения – выделение компании из массы аналогичных, конкурирующих фирм;

3) сохранную стратегию продвижения – поддержание высокого уровня спроса[156].

Стратегия продвижения включает в себя также: «стратегию дифференцирования и позиционирования; PR–стратегию; GR–стратегию; рекламную стратегию; маркетинговую стратегию; товарную стратегию; стратегию ценообразования; стратегию распространения; корпоративную стратегию; стратегию бизнес–единиц; стратегию бренда»[157].

С точки зрения и теоретиков и практиков в сфере маркетинга, продвижение не следует рассматривать как отдельный элемент или процесс маркетинговой деятельности. Специалисты представляют процесс продвижения товаров и услуг на рынке как комплекс взаимосвязанных элементов, позволяющих достичь главной цели компании. Многообразие классификаций стратегии продвижения и выделение ее видов на основании разнообразных критериев позволяет в конечном итоге сформировать оптимальный набор инструментов продвижения для эффективного достижения поставленных целей, принимая во внимание преимущества и недостатки каждого из видов.

Андриенко Р.В.
магистрант
кафедра «Менеджмент и инновационные технологии»

[155] *Айзинова И. М.* Экономика недопотребления // Проблемы прогнозирования. – 2011. – №3. – С. 71-92.
[156] *Дудакова И.* Маркетинговый аспект региональной инфраструктуры розничной торговли // Маркетинг. – 2010. – № 6. – С.76-91.
[157] *Коршунова Г. В.* Структурные основы конкурентоспособности // Экономический анализ: теория и практика. - 2013. - № 8.

Катаев А.В., к.э.н.
доцент
кафедра «Менеджмент и инновационные технологии»
Институт управления в экономических, экологических и социальных системах
Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ И РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматривается сущность управления в маркетинге как части механизма разработки стратегии продвижения предприятия и как одной из составных частей концепции маркетинга. Продвижение необходимо для успешного достижения поставленных целей эффективной маркетинговой стратегии, которая позволила бы реализовать конкурентное преимущество предприятия.

Ключевые слова: управление, стратегия продвижения, маркетинговая стратегия, позиционирование, конкурентное преимущество.

The article deals with the essence of management in the marketing as a part of the development of the mechanism of enterprise promotion policies and as one of the components of the marketing concept. Promotion is necessary for the successful achievement of the goals of effective marketing strategy which allows the company realize its competitive advantage.

Key words: management, promotion strategy, marketing strategy, positioning, competitive advantage.

Процесс управления продвижением достаточно сложен, к тому же в литературе не сформировалось единого определения данному процессу, поэтому теоретическое определение термина «управление» в маркетинге является актуальным[158].

Филип Котлер под «управлением понимает анализ, планирование, претворение в жизнь и контроль за проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями ради достижения определенных задач организации, таких как получение прибыли, рост объема сбыта, увеличение доли рынка и т. п.»[159].

Согласно формулировке Американской Ассоциации маркетинга «управление – это процесс планирования и реализации политики ценообразования, продвижения и распределения идей, продуктов и услуг,

[158] *Рожкова Д.В.* К вопросу об управлении продвижением товаров и услуг на аграрном рынке: теоретический аспект // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2013. - №5. – С. 151-153.
[159] *Котлер Ф.* Основы маркетинга / пер. с англ.; под ред. О.Г. Радынова, Ю.И. Куколева. – М.: Ростинтэр, 2016.

направленный на осуществление обменов, удовлетворяющих как индивидов, так и организации. Данный процесс направлен на решение задачи воздействия на уровень, временные рамки и структуру спроса таким образом, чтобы организация достигла поставленной цели»[160].

Отечественный маркетолог М.Е. Кунявский считает, что «управление маркетингом представляет собой целесообразную деятельность, направленную на обеспечение согласованной и эффективной работы специалистов, проводящих анализ и исследование рынка, а также осуществляющих сбытовую и коммерческую деятельность»[161].

Сущность управления предполагает анализ рынка, составление отчетов о его конъюнктуре, формирование новой стратегии и тактики, разработку и реализацию планов и программ маркетинговой деятельности, удовлетворение запросов целевых покупателей на более высоком уровне по сравнению с конкурентами.

Таким образом, управление в маркетинге, на наш взгляд, – это деятельность, включающая в себя планирование, подготовку, реализацию и последующий контроль мероприятий, направленных на исследование и управление потребительским спросом, стимулирование сбыта, укрепление рыночной позиции, разработку нового продукта и т.п.

В вопросах управления продвижением наиболее известными являются работы отечественных исследователей, таких как А.В. Короткова, И.М. Синяева, Н.К. Моисеева, Е.Н. Голубкова, Е.В. Попова, среди западных специалистов данная проблема рассматривается в трудах Ф. Джефкинса, Дж. Бернета, С. Мориарти.

С практической точки зрения процесс управления продвижением предстает в виде двух основных действий. Это, собственно, перемещение продукции от производителя к потребителю, т.е. выбор канала продвижения, и информирование своего контингента покупателей о наличии, свойствах, качестве, полезности и т. д. предлагаемого товара.

Таким образом, рассматриваемый процесс предстает как некая система взаимосвязанных процессов. Поэтому мы предлагаем под управлением продвижением товаров и услуг понимать, соответственно, деятельность по планированию, подготовке, реализации, последующему контролю и анализу мероприятий, направленных на обеспечение роста продаж в заданном периоде, осуществляемых посредством применения любых маркетинговых инструментов с целью убеждения потребителя о достоинствах и выгодах приобретения конкретного товара или услуги.

Цель маркетинговой стратегии продвижения – достижение желаемого состояния для фирмы. Базовыми направлениями стратегии маркетинговой деятельности являются:

---

[160] *Котлер Ф.* Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. – СПб.: Питер, 2011.

[161] *Коротков А.В.* Управление маркетингом / под ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.

– стратегия сегментации – углубление степени насыщения предлагаемыми товарами и услугами всех групп потребителей, выбор максимальной глубины рыночного спроса, включая мельчайшие его оттенки;

– стратегия диверсификации – освоение производства новых товаров, новых рынков, включая не просто дифференциацию товаров, но и распространение предпринимательской деятельности на совершенно новые и не связанные с основными видами деятельности фирмы области;

– стратегия интернационализации – освоение новых, зарубежных рынков.

При разработке стратегии продвижения, следует правильно определиться с ее элементами и последовательностью их внедрения: 1) изучение и назначение целевой аудитории; 2) характеристика её ответной реакции; 3) выбор содержания и формы обращения; 4) определение видов и структуры каналов коммуникаций; 5) внедрение обращения; 6) обратная связь с целевой аудиторией.

Ключевым фактором, влияющим на успешное применение инструментов продвижения в бизнесе для получения конкурентных преимуществ и максимизации результата, является оптимальное соотнесение трех составляющих: поставленных целей и задач, используемых инструментов, и достигнутых результатов.

Продвижение следует рассматривать не только как составную часть маркетингового комплекса, но и как связующий элемент данного комплекса, используемый для реализации маркетинговой стратегии. Все перечисленные элементы комплекса продвижения обладают свойством синергии и при использовании в комплексе дают более существенный результат, чем используемые бессистемно. Также используемую стратегию продвижения следует согласовывать с методами, разрешенными законодательством РФ.

В пределах каждой категории средств маркетинговых коммуникаций есть свои специфические приемы продвижения. Т.П. Данько выделяет важные, на наш взгляд, следующие этапы разработки стратегии продвижения товаров и услуг предприятия: исследование состояние рынка, оценка текущего состояния компании, анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности компании, постановка целей маркетинговой стратегии продвижения, исследование потребителей, анализ стратегических альтернатив и выбор маркетинговой стратегии продвижения, предварительная экономическая оценка стратегии и инструменты контроля[162].

Таким образом, стратегия продвижения – это разработка методов стимулирования и реализации продукции (стимулирования сбыта). На современной стадии развития маркетинга будет иметь место разработка такого комплекса продвижения, который позволит осуществлять

[162] *Данько Т.П.* Управление маркетингом. – М.: ИНФРА-М, 2011.

эффективное стимулирование сбыта путем использования средств рекламы, паблик рилейшнз, персональных продаж, прямого маркетинга. Стратегия продвижения продукта является неотъемлемой частью торговли. Правильно выбранная стратегия дает возможность организации прогнозировать такие маркетинговые аспекты как: спрос на товар, предпочтения целевой аудитории, конкурентоспособность товара, а также реализовать способы успешного продвижения нового товара на рынок.

Бестаева Л.И., к.э.н.
ст. преподаватель
Владикавказский филиал
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве
РФ, г. Владикавказ

ОРГАНИЗАЦИЯ ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ В ТОРГОВОМ ХОЛДИНГЕ: УЧЕТ И КОНТРОЛЬ

В статье рассматриваются проблемы организации учета и контроля движения денежных средств. Проблемы контроля исполнения бюджета движения денежных средств изучены на примере холдинга компаний-металлотрейдеров. Распределенность информационных потоков диктует необходимость в централизованном контроле целевого использования денежных средств в дочерних зависимый обществах. Рассмотрены несколько схем, позволяющих управляющей компании оперативно контролировать движение финансовых ресурсов.

Ключевые слова: денежные потоки, холдинг, контроль, схема, централизация.

Bestaeva Liya
Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer,
Financial University under the Government
of the Russian Federation, Vladikavkaz branch,
Vladikavkaz

ORGANIZATION OF CASH FLOW IN A TRADE HOLDING: ACCOUNTING AND CONTROL

The article considers the problems of accounting and control organization of cash flow. Problems with control of budget implementation of cash flow are studied using the example of the metal trading holding companies. Distribution of information flow necessitates the centralized control of intended use of funds in the subsidiaries. Let us consider some schemes that enable the management company to control the cash flow efficiently.

Key words: cash flow, holding, control, scheme, centralization.

Конец формы

Современное развитие бизнеса требует от его участников все большей скорости реакции на изменение внешних условий и все больше внутренней

дисциплины. В этих условиях большую значимость приобретают вопросы, связанные с управлением финансовыми ресурсами компании.

Для сохранения своих конкурентных преимуществ компании стремятся повысить эффективность управления, оптимизировать свои внутренние бизнес-процессы, повысить уровень и оперативность финансового управления.

Основными элементами организации учета и контроля движения денежных средств (ДС) являются планирование, исполнение планов, контроль и анализ исполнения. На эти процессы оказывают влияние как внешние факторы: банки, государство, клиенты, поставщики, так и внутренние факторы: топ-менеджмент компании, финансовая структура, внутренняя корпоративная культура.

Если с составлением бюджета платежей компании в большинстве своем справляются, то при организации контроля его исполнения сталкиваются с рядом проблем.

Рассмотрим проблемы контроля исполнения бюджета движения денежных средств на примере холдинга компаний-металлотрейдеров.

Большинство компаний-металлотрейдеров представляют собой разветвленную сеть, состоящую из филиалов, складов, сервисных центров и производств, транспортных подразделений и выделенных дочерних и зависимых обществ (ДЗО), территориально удаленных друг от друга.

Оперативность и прозрачность процессов управления при такой сложной структуре предъявляет особые требования к организации систем учета финансовых ресурсов, которые обеспечивают бесперебойное функционирование компании. Распределенность информационных потоков диктует необходимость в централизованном контроле целевого использования денежных средств в ДЗО. Данная задача лежит в зоне ответственности служб Казначейства. В зависимости от целей, которые ставит перед собой компания, возможны различные варианты организации денежных потоков. Рассмотрим несколько схем, позволяющих управляющей компании (УК) оперативно контролировать движение финансовых ресурсов.

Схема первая - жесткая (рис.1). Управление денежными средствами полностью передается в управляющую компанию, со стороны которой осуществляется жесткий внешний контроль над финансовыми потоками.

Рис.1- Жесткая схема управления денежными потоками.

При такой схеме ДЗО лишены финансовой самостоятельности и работают в рамках утвержденных смет затрат. Они формируют заявки на оплату, передают в УК, там они рассматриваются и при принятии положительного решения — оплачиваются. В ДЗО поступает только информация о проведенных оплатах.

Так же эту схему можно применять при организации расчетов по централизованным договорам.

Минусы такой схемы работы — ответственность за платежи полностью лежит на УК. В ДЗО ограничивается возможность отслеживания своевременности проведения необходимых им платежей.

Схема вторая –перераспределяющая (рис.2). Более демократичный вариант. В этом случае по-прежнему денежные средства поступают централизованно в управляющую компанию. Но при наличии положительного решения по оплате заявок средства перечисляются ДЗО, которые уже самостоятельно осуществляют оплаты. При этой схеме ДЗО получают некоторую свободу действий в рамках регламента осуществления платежей.

Рис.2- Перераспределяющая схема управления денежными потоками.

При этой схеме ДЗО получают возможность контролировать

своевременность оплат. При такой организации финансовых потоков ответственность распределяется между УК и ДЗО.

Схема третья - координирующая. Роль УК может ограничиваться рассмотрением заявок от ДЗО и формированием разрешений на оплату, а получение ДС и оплаты компании осуществляют самостоятельно. В УК сосредоточены только функции контроля и координации.

Рис.3- Перераспределяющая схема управления денежными потоками.

При любом варианте организации движения денежных средств решение об оплате принимается в УК. Это дает возможность централизованно контролировать финансовые потоки ДЗО не по факту, а оперативно.

Централизация функций контроля в управляющей компании требует от руководства решения ряда вопросов, связанных с выбором способов достижения поставленной цели.

В первую очередь это вопросы, связанные с методологией. При объединении группы компаний в единое информационное пространство возникает необходимость в разработке общих методологических подходов к вопросам аналитики ведения финансового учета, процедурам формирования оперативного платежного календаря, определения очередности платежей, унификации форматов заявки на оплату для всех компаний.

Могут возникнуть проблемы организационного характера, регламентационные и координационные. В процессе приведения всех компаний к единому регламенту по исполнению бюджетов можно столкнуться с противодействием исполнителей различных уровней. Тем более важен этап разработки нормативной документации.

Не менее важный вопрос при построении системы управления финансовыми ресурсами — выбор инструмента, отвечающего всем требованиям финансовых служб торгово-производственной компании. Одним из таких инструментов является автоматизированная система «Казначейство», которая позволит:

-Осуществлять централизованный контроль за денежными потоками в территориально- распределенном холдинге;

-Повысить обоснованность планирования и исполнения бюджета платежей;

-Осуществлять оплаты строго по целевому назначению и в рамках утвержденного бюджета.

Быстрицкая А.Ю.
доцент
кафедра экономики
Сопин Г.В.
магистрант 2 курса
факультет экономики и менеджмента
Курский государственный университет

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЗАО «КЭАЗ»)

В статье проведен анализ финансового состояния предприятия на примере ЗАО «КЭАЗ».

Ключевые слова: финансовое состояние, финансовая устойчивость.

ANALYSIS OF FINANCIAL CONDITION (FOR EXAMPLE CJSC «KEAZ»)

The article describes analysis of financial condition for example CJSC «KEAZ»

Keywords: financial condition, financial stability.

В настоящее время, когда повышается самостоятельность предприятий и организаций в принятии и реализации управленческих решений, а также степень их ответственности как юридической, так и экономической за результаты финансово-хозяйственной деятельности, возрастает и роль финансового анализа в функционировании организаций (предприятий).

Анализ финансового состояния организации это один из основных важнейших элементов управления предприятием и важным элементом в системе финансового анализа предприятия.

Финансовое состояние организации определяет конкурентоспособность организации, ее деловой потенциал, а так же позволяет оценить, в какой степени гарантированы экономические интересы самого предприятия и его партнеров. Финансовое состояние организации показывает конечные результаты деятельности, которые можно охарактеризовать как совокупность показателей, отражающих процесс формирования и использования ее финансовых ресурсов [1].

Финансовое состояние предприятия – это экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к погашению долговых обязательств и

саморазвитию на фиксированный момент времени.

Анализ финансового состояния был проведен на примере ЗАО «КЭАЗ», одного из крупнейших предприятий машиностроительной отрасли России, занимающее ведущие места по объёму выпускаемых автоматических выключателей в стране. Анализ финансового состояния был проеден по данным финансовой отчетности предприятия.

По результатам анализа финансовых результатов, представленных в таблице 1, был сделан вывод, что выручка от продаж выросла за три года на 24,8% или на 414 296 тыс. руб.

Таблица 1 – Анализ динамики финансовых результатов ЗАО «КЭАЗ»

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменение	
				в тыс. руб.	в %
Выручка	1673618	1656170	2087914	414296	24,8
Себестоимость продаж	1319551	1361113	1716184	396633	30,1
Валовая прибыль	354067	295057	371730	17663	5,0
Прибыль от продаж	173919	96225	166937	-6982	-4,0
Прибыль до налогообложения	164973	47302	111570	-53403	-32,4
Чистая прибыль	130345	1444	103064	-27281	-20,9

В тоже время, в 2014 годом по сравнению с 2013 годом было отмечено сокращение выручки на 1% или на 17 448 тыс. руб., а в 2015 годом по сравнению с 2014 годом отмечен рост на 26,1% или на 431 774 тыс. руб.

Себестоимость продаж выросла в рассматриваемом периоде более значительными темпами, чем выручка от продаж – на 30,1% или на 414 296 тыс. руб.

В 2013 и 2014 году финансовое состояние ЗАО «КЭАЗ» можно оценить как допустимо неустойчивое. А 2015 году – как кризисно неустойчивое (таблица 2).

При кризисном и неустойчивом финансовом состоянии устойчивость может быть восстановлена путем обоснованного снижения уровня запасов и затрат.

Таблица 2 – 3-х компонентный показатель (S) финансовой устойчивости

Наименование	2013 г.	2014 г..	2015 г.
S1	Отрицательный	Отрицательный	Отрицательный
S2	Отрицательный	Отрицательный	Отрицательный
S3	Положительный	Положительный	Отрицательный
Финансовая устойчивость предприятия	Допустимо неустойчивое	Допустимо неустойчивое	Кризисно неустойчивое

Платежеспособность и ликвидность являются основными характеристиками финансового состояния организации.

Для оценки ликвидности активы группируются на 4 группы по степени ликвидности, а пассивы группируются по степени срочности погашения обязательств (таблица 3).

Таблица 3 – Выполнение неравенств платежеспособности

Неравенства платежеспособности	2013 г.	2014 г.	2015 г.
А1-П1 должно быть больше нуля	А1-П1 > 0	А1-П1 < 0	А1-П1< 0
А2-П2 должно быть больше нуля	А2-П2 < 0	А2-П2 < 0	А2-П2 < 0
А3-П3 должно быть больше нуля	А3-П3 > 0	А3-П3 > 0	А3-П3 > 0
А4-П4 должно быть меньше нуля	А4-П4 < 0	А4-П4< 0	А4-П4 < 0
Если выполняются все условия, то предприятие абсолютно платежеспособно	Нет	Нет	Нет
Если все условия не выполняются – кризис платежеспособности	Нет кризиса	Нет кризиса	Нет кризиса
Ограниченная платежеспособность – в иных случаях	Ограниченная	Ограниченная	Ограниченная

По результатам анализа, можно сделать вывод, что, у предприятия наблюдается ограниченная платежеспособность за три рассматриваемых года.

Второй этап анализа ликвидности предприятия – это расчет коэффициентов ликвидности.

В 2013 году коэффициент абсолютной ликвидности соответствует нормативу (от 0,2 до 0,5) – 0,45, а в 2014 году и 2013 году ниже норматива – 0,16 и 0,08 соответственно. Более низкий показатель указывает на то, что ЗАО «КЭАЗ» не сможет вовремя погасить долги в случае, если срок платежей наступит в скором времени. Компании следует привлекать заемные средства, реализовать часть лишних активов для увеличения суммы наиболее ликвидных активов.

Коэффициент текущей ликвидности показывает способность компании погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счёт только оборотных активов. Чем значение коэффициента больше, тем лучше платежеспособность предприятия. Этот показатель учитывает, что не все активы можно реализовать в срочном порядке.

В 2013 году коэффициент текущей ликвидности соответствовал нормативу (0,7 -1) – 0,94, а в 2014 и 2015 году ниже норматива – 0,52 и 0,44 соответственно.

Таким образом, нельзя однозначно оценить показатели финансового состояния. В частности, выручка показывает положительную динамику, а показатели финансовой устойчивости отрицательную. В связи с этим, необходимо проводить более тщательный анализ показателей финансового состояния ЗАО «КЭАЗ».

Использованные источники:

1. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 208 с.

Власова Е.В., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы и кредит»
Лисов Ю.Г.
магистрант
Тольяттинский государственный университет
Россия, г. Тольятти

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФИНАНСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ ТЕРРИТОРИИ

Аннотация: В данной статье представлены аспекты формирования бюджета города и региона. Рассмотрена проблематика финансовых ресурсов современного предприятия.

Ключевые слова: финансы предприятия, налоговые поступления, экономика региона, антикризисное развитие.

Annotation: This article presents aspects of the formation of the budget of the city and the region. Considered the problems of financial resources of the modern enterprise.

Key words: business Finance, tax revenues, the economy of the region, anti-crisis development.

Финансовые ресурсы предприятий могут воздействовать на развитие и образование бюджета области напрямую и косвенно. Прямое воздействие осуществляется при помощи собственных взносов по личной инициативе предприятия в бюджет области, а косвенные – посредством отчисления в бюджет Самарской области налоговых обязательств в размере, который установлен в НК РФ и решениями региона.

Конечно, самая большая роль в образовании областного бюджета, в нашем случае – бюджета Самарской области, будут играть финансовые ресурсы в распоряжении зачастую градообразующих предприятий. В нашей области таковым является АвтоВАЗ для Тольятти. Часть финансовых ресурсов у данных предприятий может быть направлена на развитие области, в свою очередь, эта часть ресурсов объединится со средствами бюджета области, чтобы профинансировать, к примеру, строительство необходимых инфраструктурных объектов, отремонтировать или построить новые дороги и т.д.

Самарская область, ее управление, с помощью регулирования системы налогов, в первую очередь, способно оказывать значительное воздействие на формирование бюджета города и региона, как следствие, экономического потенциала области.

В большинстве случаев предприятия являются налогоплательщиками в пользу бюджета области, но лишь часть из них получает ассигнования или дотации для капитальных вложений, для оздоровления предприятия. К примеру, таким предприятием был ВАЗ в посткризисный период.

Итак, чтобы определить, какую же роль играют предприятия

самарской области в образовании бюджета области, рассмотрим сначала их налоговые отчисления в бюджет области в течением трех последних лет по основным видам налогов для предприятий и организаций за 2014-2013 года.

По причине сокращения числа предприятий и организаций значительно сократились поступления в бюджет области по самому большому сектору налоговых доходов – налогу на прибыль с предприятий. Так в сравнении с 2013г. налоговые поступления по налогу на прибыль, в 2013г. сократились на 16% [1].

Понижение степени налогового участия субъектов, участвующих в образовании доходной части областного бюджета можно объяснить с точки зрения прошедшего кризиса, наложившего отпечаток на молодые и еще не успевшие приспособиться к рынку организации и предприятия, которые стали получать гораздо меньше прибыли или же вовсе были вынуждены признать свое банкротство. Именно это привело к понижению налогового, или косвенного, и прямого участия организаций и предприятий в области развития и пополнения бюджета Самарской области. В целом общий объем налоговых поступлений находится в состоянии неуклонного роста, и в целом поступления за период 2013г. превышают данный показатель 2015г. на 11,3% [2].

Такое явление говорит о том, что предприятия области, оставшиеся на плаву после кризиса и депрессии, вступили в фазу роста экономики с успехом, что подтверждается увеличением налога с прибыли по предприятиям области на указанную выше сумму. Стоит предположить, что кризисный период на предприятиях пережит, а впереди у них оживление и рост производства. Это можно подтвердить и с помощью второго показателя, который говорит о том, что количество имущества на предприятиях увеличивается. Это может быть связано с расширением производства, обновлением технической базы, модернизации производства.

Если говорить о выплатах предприятия по вреду, нанесенному природе, то здесь ситуация примерно такая же, как и в 2015 году. Отметим, что данный показатель все же снизился на 5%, что говорит о том, что предприятия заинтересованы в установке очистных сооружений и прочего оборудования, которое помогает осуществлять производство без вреда для природы. Возможно, это может быть напрямую связано с предыдущим пунктом (увеличение имущества предприятия).

После понижения поступлений в бюджет по акцизам за 2014 год, в 2013 году наблюдается небольшой рост этих показателей. Понижение поступлений может быть связано с повышением ставок по подакцизным товарам в 2013 году, с учетом того, что часть предприятий в области закрылись, а часть, вероятно, после такого повышения стали осуществлять теневую торговлю. За 2013 год в бюджет по акцизам поступило, на 18 % больше, чем в 2015 году.

Если говорить в общем, по представленным трем годам и показателям

налоговых отчислений, которые произвели предприятия области в ее бюджет, то можно сказать, что с помощью косвенного, или налогового, способа воздействия на бюджет предприятия «регулировали» величину доходной части бюджета. Отметим, что общий показатель налоговых поступлений предприятий за 2014 год еще не был достигнут за последующие два года. Это объясняется тем, что экономика, как области, так и страны еще не достигла периода роста, а находится в стадии оживления после кризиса.

Степень налогового участия предприятий области в формировании ее областного бюджета достаточно велика и составляет порядка 41-46% в зависимости от экономической ситуации в области и стране в целом. Отметим, что данное значение сохраняется практически неизменным из года в год, то есть не опускается ниже 41%. Это может означать, что финансовые ресурсы предприятий играют огромную роль при формировании бюджетов областей. В нашем случае следует сказать, что бюджет пополняется налоговыми отчислениями в основном от крупных предприятий, расположенных по области. к примеру, в Тольятти – это, конечно, АвтоВАЗ, доля налоговых отчислений которого в областном бюджете до кризиса составляла порядка 30%, а сейчас – 20% .

Экономика только восстанавливается после перенесенного кризиса ввиду того, что сократилось число поступлений налогов в бюджет после 2013 года. Мы хотим отметить, что показатели 2013 года превышают показатели последующих трех лет потому, что государство из федерального бюджета оказывало активную помощь Самарской области средствами в бюджет. Эти средства относились к целевым, потому как выделялись на оказание финансовой помощи АвтоВАЗу, градообразующему предприятию Тольятти и немаловажному субъекту и участнику налоговых отношений в области. Потому видна и отдача от таких инвестиций в течение 2013 года.

Так же, при рассмотрении общего объема доходной части бюджета Самарской области за три года, то наблюдается уже объясненное падение значений в 2014 году и рост показателей в 2015-2013гг. Мы предполагаем, что в ближайшие два года будут достигнуты показатели дохода бюджета, как в докризисный период. Отметим, что увеличение поступлений в бюджет с помощью налогов с предприятий в 2015 году могло произойти по причине увеличения прибыли предприятий области, так как она является главной базой их финансовых ресурсов, а также по причине увеличения числа самих предприятий в посткризисный период.

Такое крупное предприятие, как АвтоВАЗ, безусловно, оказывает огромное влияние на функционирование не только города, но и области, и страны в целом. Сейчас мы рассмотрим, как предприятие реализует свои социальные программы в пределах города Тольятти.

Мы полагаем, что нужно начать с того, что такие предприятия, как АвтоВАЗ, обязательно должны осуществлять развернутую социальную

политику. Причин здесь несколько. Так, у крупного предприятия в результате оплаты налогов будут оставаться свободные средства, которые в последствие могут стать целевыми. Ведь их можно будет направить не на увеличение уставного капитала, а, например, на повышение заработной платы сотрудникам или же строительство спортивных площадок в городе.

Отметим, что предприятие, чтобы остаться лидером в той или иной области производства, должно заботиться не только о своевременном обновлении технической базы, но и о человеческих ресурсах. На примере АвтоВАЗа рассмотрим, как он реализует свои социальные программы. Итак, начнем непосредственно с анализа отчетности предприятия за 2013-2014 года. Обратим внимание на раздел с социальными программами завода[6]. Численность персонала не имеет четкой тенденции к увеличению или понижению за 2013-2015 гг., но средний уровень заработной платы у сотрудников завода ежегодно возрастает.

Так, если после кризисного 2012 года заработная плата работников сократилась на 1928 рублей, то уже в последующем 2013 году данный показатель превысил в своей величине показатели даже кризисного 2008 года. Резкий рост произошел в 2014 году, а также продолжил свое развитие и в 2013году. АвтоВАЗ за последние годы отправил на курсы переподготовки, подготовки, а также повышения квалификации в 2014 году – 42 328 работников, в 2015 – 38 722 работника. В 2014 году завод, чтобы увеличить социальную защищенность персонала повысил заработную плату на 7,5%. Стоит особо отметить, одной из стратегических задач АвтоВАЗа является направление на обучение молодых специалистов. Для привлечения будущих кадров АвтоВАЗ открыл свои двери для студенческой практики летом 2013-2015 гг., за время которой на заводе поработали и прошли практику, к примеру, в 2015 году – 1682 человека.

По итогам отчетности за 2013 финансовый год для работников ВАЗа сохранились установленные еще в 2015 году наиболее приоритетные социальные льготы с гарантиями.

В рамках программы социально-экономического развития АвтоВАЗа проводится субсидирование пенсионеров. Так, порядка шести тысяч пенсионеров-сотрудников ВАЗа получили от завода материальную помощь только в течение 2015 года. Общая сумма такой помощи составила 9,7 миллионов рублей.

АвтоВАЗ является социально-ориентированным предприятием. Завод на тот момент третий раз увеличил оплат труда, что не может не быть позитивной тенденцией и стимулированием для работников и города в целом. Такое повышение успешными и высокими показателями производительности, которые удалось достигнуть с помощью труда работников предприятия, в результате чего они и получили поощрение. Так как оклады повысились на 8% в 2015 году, то они стали базой для увеличения и премий, надбавок, поощрений, так как они выступают

производными величинами от оклада.

Если говорить о затратах за 2013 год, то здесь ВАЗ в основном направлял свои усилия на модернизацию оборудования, позволяющего оказывать меньшее негативное воздействие на экологию города.

Главной целью каждого коммерческого предприятия, выступает получение прибыли. Развитие же области или региона для предприятия не выступает приоритетом, однако предприятие так или иначе при своей деятельности, особенно, если оно крупное, столкнётся с таким вопросом.

Предприятия разных уровней в последние годы все чаще применяют концепцию общественной ответственности, которая актуальна и для нашей страны. Суть ее заключается в том, что предприятие не будет зацикливаться только на получении прибыли, то есть – просто получать финансовые ресурсы, но научится и отдавать их, проводя социальную политику и участвуя в социальных проектах. Именно при осуществлении такой концепции руководство предприятия будет нести общественную ответственность за собственных рабочих и за общество города и региона в общем. Насколько активно предприятия областей принимают участие в развитии тех самых областей, будет определять и экономическое развитие региона. Мы считаем, что предприятия, к примеру, такие, как АвтоВАЗ, являются взаимозависимыми с управлением области, ведь если тот же ВАЗ помогает Самарской области в проведении крупномасштабной социальной акции за счет собственных финансовых ресурсов, то область в трудный момент поможет ВАЗу посредством субсидий, финансовой помощи для оживления производства, так как оба этих участника рынка зависят друг от друга, точнее – их благосостояние и развитие.

К примеру, если в области наблюдается понижение деловой активности среди потребителей, то руководство предприятий может не закрывать на это глаза, так как и их продукция в том числе может не продаваться такими темпами, как это планировалось, в результате чего они могут повысить уровень заработной платы своим работникам, «проинвестировать» их деловую активность на рынке услуг и товаров, что в будущем даст отличный результат. После получения средств работники начнут предъявлять планируемый спрос на продукцию или же превысят его, что будет являться инвестициями уже для начавшего это стимулирование предприятия.

Конечно, федеральный бюджет также проводит финансирование социальных программ областей, однако в тенденциях последних лет присутствует практика самостоятельного финансирования бюджетов областей и регионов большинства направлений, требующих этого.

Как отмечалось ранее, основным источником для образования финансовых ресурсов предприятий, которые могут направляться на осуществление тех же социальных задач, выступает прибыль. Из чистой прибыли предприятие уже может часть направить в целевой фонд, с

помощью средств которого оно будет способно удовлетворять потребности коллектива в льготном или бесплатном жилье, в бытовых и культурных услугах не только работников предприятия, но и общества области.

Такое комплексное развитие не только города, но и области приводит к тому, что увеличивается численность жителей на такой территории. В связи с этим увеличивается нагрузка на коммуникации города или области, что будет способствовать появлению потребности к их ремонте или реконструкции. Зачастую не только местный бюджет не в силах справиться с такими задачами, но и областной. Здесь руководство области может прибегнуть к помощи тех же предприятий.

Руководство такого предприятия должно осознавать важную деталь, что функционирование предприятия будет продвигаться по плану лишь тогда, когда социально-экономическое положение области, где оно находится, будет на достаточном для этого уровне. А без участия предприятия в стимулировании и достижении такого положения дела у него могут пойти не так хорошо, как планировалось ранее.

Резюмируем, что финансовые ресурсы у предприятий области оказывают большое влияние, в основном косвенное, или налоговое, на формирование областного бюджета и, в последствие, развитии региона в целом. Именно предприятия, при помощи своих отчислений образуют практически половину доходной части областного бюджета, из которой доля будет расходоваться на развитие области. Отметим, что уровень участия предприятия в образовании доходной части бюджета будет определяться размером прибыли, которую получает это предприятие, и соответственно с ее ростом будут увеличиваться налоговые отчисления предприятия в пользу бюджета.

Использованные источники:

1. Власова Е.В. Методология оценки налогового потенциала территориальной единицы Вестник СамГУПС. 2015. № 1 (27). С. 68-75.
2. Власова Е.В., Власова И.А., Семененко А.Э. Влияние трансмиссионного механизма на посткризисное развитие экономики Научно-методический электронный журнал Концепт. 2015. Т. 8. С. 21-25.
3. Власова Е.В., Памурзин В.А. Влияние финансовых рисков на экономическое развитие российского бизнеса Научно-методический электронный журнал Концепт. 2015. № 2. С. 31-35.

Глебов С.С.
студент 4 курса
факультет «Управленческий учет»
Институт экономики и управления
Овчинникова И.В.
научный руководитель, доцент
кафедра «Управленческого учета и анализа»

Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачёва
Россия, г. Кемерово

ВИДЫ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК

Все организации рано или поздно сталкиваются со сферой налоговой проверки. Налоговая проверка-это процессуальное действие налогового органа по контролю за правильностью исчисления, своевременностью и полнотой уплаты (перечисления) налогов (сборов). Итак, существует четыре основных вида налоговых проверок.

1. Камеральная налоговая проверка;
2. Встречная налоговая проверка;
3. Выездная налоговая проверка;
4. Повторная налоговая проверка.

Данные виды налоговых проверок осуществляются органами Налоговой инспекции РФ в соответствии с законодательством РФ и статьями Налогового кодекса РФ.

Рассмотрим каждый вид подробнее.

Камеральная налоговая проверка проводится по территориальному месту нахождению органов Налоговой инспекции РФ. Целью такой проверки служит контроль за соблюдением налогоплательщиками законодательных и иных правовых актов о налогах и сборах РФ. Для такой проверки налогоплательщику нужно предоставить следующие документы:

1. Налоговые декларации с приложениями;
2. Первичные документы;
3. Прочие бухгалтерские документы о финансово-хозяйственной деятельности.

При проведении такой проверки Налоговая инспекция РФ в праве потребовать у налогоплательщика предоставить дополнительные бухгалтерские документы, объясняющие или поясняющие правильность исчислений и уплаты определенных видов налогов (НДС, ЕНВД, ЕСН и т.д.)

Камеральную налоговую проверку проводят уполномоченные должностные лица Налогового органа согласно служебным обязанностям без документов о разрешении руководителя налогового органа местной Налоговой инспекции РФ в течение трех месяцев с момента предоставления налогоплательщиком налоговой декларации и документов. Подача налоговых деклараций является основанием для исчисления и уплаты определенных видов налогов, если законодательством РФ не предусмотрены иные сроки.

В случае, если при проведении камеральной налоговой проверки были выявлены ошибки или неточности в заполнении документов или противоречивые сведения, то органы Налоговой инспекции РФ оповестят об этом налогоплательщика с требованиями внесения исправлений в указанные бухгалтерские документы в установленный срок.

По завершению камеральной налоговой проверки могут возникнуть налоговые споры, связанные с возмещением или возвратом налога на добавленную стоимость(НДС) или налога прибыль организации.

В течение 10 дней по окончанию камеральной налоговой проверки в соответствии с абзацем № 2 параграфа № 1 статьи 100 Налогового кодекса РФ органы Налоговой инспекции обязаны составить акт по результатам проверки, если по бухгалтерским документам произошло налоговое правонарушение. Сроки для подачи возражений по поводу составления акта - 15 рабочих дней с момента получения акта. На время проведения дополнительных мероприятий налогового контроля органы Налоговой инспекции РФ могут приостановить операции по банковским счетам согласно статье №76 Налогового кодекса РФ.

Так же, о предстоящей камеральной налоговой проверке налогоплательщик не информируется органами Налоговой инспекции РФ.

Встречная налоговая проверка-это проверка, возникшая в результате проведения камеральной или выездной налоговых проверок, когда у органов Налоговой инспекции РФ возникают вопросы к налогоплательщику о его финансово-хозяйственной деятельности. При такой проверке, согласно статье № 31 могут быть истребованы любые бухгалтерские документы, необходимые для объяснения спорной ситуации.

При проведении встречной налоговой проверки налогоплательщику необходимо обратить внимание на следующие условия:

1. Встречная налоговая проверка проводится только путем получения необходимых документов у организации;
2. Встречная налоговая проверка проводится после выездной или камеральной налоговой проверки;
3. Получение необходимых документов возможно только после письменного запроса налогового органа.

Выездная налоговая проверка-это форма налогового контроля, с помощью которой проверяют правильность уплаты налогов и сборов, исполнение налогоплательщиком своих обязательств.

Такая проверка проводится по месту нахождения налогоплательщика и только с письменного разрешения руководителя местного налогового органа Налоговой инспекции РФ.Сроки её проведения не должны превышать двух месяцев, продлить их можно до трех месяцев, но только с письменного разрешения руководителя или его заместителя местного налогового органа Налоговой инспекции РФ. В течение одного календарного года Налоговая инспекция РФ не имеет права проводить повторную выездную налоговую проверку. Но, если организация подверглась реорганизации или ликвидации, тогда налоговая проверка проводится независимо от времени проведения прошлой. Органы Налоговой РФ в праве требовать от организации подлинники бухгалтерских документов при получении письменного требования. Отказ предоставления таких документов согласно статье № 126

Налогового кодекса РФ влечет за собой принудительную выемку необходимых документов и последующий штраф.

По завершению выездной налоговой проверки составляется справка, в которой предоставляются выявленные ошибки в бухгалтерских документах и акт проверки. Налогоплательщик вправе подать заявление о возражении по акту проверки в течение двух недель.

Повторная налоговая проверка проводится Налоговой инспекцией РФ за частую при реорганизации или ликвидации организации. Законом запрещается проведение повторных выездных проверок по одним и тем же налогам, подлежащем уплате или уплаченным налогоплательщиком за уже проверенный налоговый период. Такая проверка в соответствии со статьей №89 Налогового кодекса РФ должна проходить на общих основаниях. Так же повторная налоговая проверка может проводится и для контроля деятельности органа, проводившего первую проверку.

Использованные источники:

1. Налоговый контроль [Электронный ресурс] электронное учебное пособие для студентов направления 38.03.02 (080200.62) «Менеджмент», профиль «Управленческий и финансовый учет» И. В. Овчинникова; ФГБОУ ВПО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева», Каф. упр. учета и анализа. Кемерово, 2016

Додонова Ю.П.
студент 3курса
Минакова Ю.В.
студент 3курса
экономический факультет
Нуретдинов И.Г., к.э.н.
научный руководитель, ст. преподаватель
ФГБОУ ВО «Ульяновская Государственная Сельскохозяйственная Академия им. П.А Столыпина»

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОНТРОЛЬ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ КАК ЭЛЕМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГРАЖДАН

Dodonova Y. P and Y. MinakovaY.V. Nuretdinov I. G

Key words: Control, security, banks.

ECONOMIC CONTROL OF INVESTMENT FUNDS AS AN ELEMENT OF ECONOMIC TION OF THE SECURITY OF CITIZENS.

Ключевые слова: Контроль, безопасность, банки.

Общеизвестно, что выбирая объект для инвестиций, инвесторы прежде всего оценивают сначала сохранность инвестиций, а уже затем их прибыльность. Вопрос сохранности инвестиций, или другими словами, обеспечения экономической безопасности инвестиций, является основным, при выборе объекта инвестиций.

Кроме того, чем более рискованным кажется актив, тем более высокую доходность он должен обеспечить инвестору. Так, общеизвестно, что банки, имеющие высокую степень надежности, могут привлекать денежные средства под более низкий процент, нежели их коллеги-конкуренты со средней или тем более низкой степенью надежности. Таким образом, банк, обеспечивший себе высокую надежность (экономическую безопасность), получает от этого очевидную прямую выгоду в виде экономии на процентах. Выводы таковы, что объект с более высоким уровнем экономической безопасности является для традиционного инвестора более привлекательным. Кроме того, объект с более высоким уровнем экономической безопасности может извлекать из этого факта прямую экономическую выгоду.

В настоящее время, в связи с обострившимися внешнеполитическими разногласиями, экономика России находится в непростой ситуации. Под угрозу ставится экономическая безопасность, так как основной проблемой в условиях санкций является зависимость нашей экономики, ее самодостаточность. В таких условиях, вопрос инвестиционной безопасности, которая является составной часть экономической безопасности, становится наиболее актуальным. [1]

Постоянные колебания курса национальной валюты заставляют людей, имеющих собственные сбережения, задуматься о том, как защитить свои деньги от инфляции. В своей статье я собрала советы экспертов, как сохранить свои сбережения.

Совет №1. Банковский депозит. Когда человек начинает рассматривать разные варианты, где лучше сохранить деньги, самое первое, что приходит ему в голову – банковский депозит. Этот способ прекрасно подходит для граждан, которые не стремятся увеличить свой капитал, а просто пытаются спасти его от инфляции. По прогнозам специалистов инфляция в нашей стране приблизиться к отметке 10,2%. В среднем, процент по рублевым банковским депозитам составляет 10–13%, то есть процентные выплаты перекрывают обесценивание денег. Если задуматься, как лучше сохранить

деньги, следует знать, что банковский депозитный вклад — это достаточно сомнительная «подушка безопасности», поскольку если возникнет необходимость срочно снять средства со счета, есть риск потерять набежавшие проценты. Особенно это касается долларовых депозитов, с которым банки расстаются неохотно. Если полагать, что счет в банке – это самый лучший способ, как сохранить деньги в 2016 году, необходимо распределить свой капитал по разным финансово-кредитным организациям таким образом, чтобы размер одного вклада не превышала 1,4 млн рублей. По закону такая сумма считается застрахованной, поэтому есть возможность вернуть свои деньги, даже в том случае, если банк разорится. Перед тем как внести деньги на депозитный счет, необходимо внимательно изучить рейтинг надежности банков. Желательно, чтобы совладельцем выбранного финансового учреждения являлось государство. Вряд ли правительство допустит, чтобы такой банк разорился. Список банков, где лучше сохранить деньги в кризис:

- Сбербанк России;
- Россельхозбанк;
- ВТБ 24;
- Газпромбанк;
- Альфа-банк.

Рейтинг надежности финансовых учреждений может незначительно меняться, но первые три банка, как правило, остаются на своих местах, поскольку их занимают «зубры» финансового рынка России. Депозитный счет в таком банке – это самый простой и самый надежный способ, как сохранить деньги во время кризиса.

Совет №2. Недвижимость. Инвестиции в недвижимость - это самый простой способ, как сберечь деньги в 2016 году. Во время кризиса квадратные метры начинают стремительно падать в цене, поэтому если вы вложите свои сбережения в покупку жилой или коммерческой недвижимости, со временем ее можно продать, намного дороже и получить с этого хорошую прибыль. Кроме того, неплохой доход приносит сдача недвижимости в аренду. Выгоднее всего вкладывать деньги в новостройки, еще на этапе проектирования. В таком случае инвестор может рассчитывать на максимальный доход, особенно это касается элитных жилищных комплексов в крупных городах. Что касается вторичного рынка, можно приобрести несколько однокомнатных квартир и сдавать их в аренду. Это самый простой способ, как сохранить и приумножить деньги. Используя такую стратегию, можно надежно защитить свои сбережения и обеспечить ежемесячный постоянный доход. Выгоднее всего инвестировать в недвижимость в разгар кризиса, но определить этот момент может только опытный финансист. Если не обладать такими знаниями, лучше поискать другие способы сохранить деньги во время кризиса.

Совет №3. Золото. Самый ценный и самый востребованный товар в

мире - это золото. Оно является своеобразным ориентиром для финансовой оценки, а также определяет объем резервных запасов любой страны. Динамика цен на золото может меняться в зависимости от разных факторов – инвестиционный спрос, экономическая стабильность, государственные праздники и даже природные катаклизмы. Когда экономика крепнет, цены на золото снижаются. Во время кризиса многие рассматривают этот драгоценный металл, как выгодный инвестиционный инструмент, поэтому цены на него начинают расти. К тому же, запасы золота на планете постепенно истощаются, поэтому все страны мира стараются пополнить свой золотой запас. Итак, как вложить деньги в золото в 2016 году? Существует несколько способов инвестирования в этот драгоценный металл: Слитки; Инвестиционные и коллекционные монеты; Ювелирные украшения; Обезличенный металлический счет. Самый лучший вариант, как сохранить деньги в кризис - это обезличенные металлические счета. При покупке слитков придется платить НДС 18% от общей суммы сделки, а при продаже, подоходный налог – 13%. В случае с ОМС это возможность не только защитить свои средства от инфляции, а еще и заработать неплохие деньги, но только в долгосрочной перспективе. Обезличенный металлический счет – это своеобразный банковский депозит, но на него не распространяется действие закона о страховании вкладов. Сумма на счету эквивалентна определенному количеству золота. Когда цены на этот драгоценный металл начинаются подниматься, соответственно, увеличивается сумма счету. Кроме того, на такой вклад начисляются проценты.

Совет №4. Акции. Это покупка акций разных предприятий и компаний. Предсказать заранее их доходность невозможно, поскольку на работу предприятия оказывают влияние различные внешние и внутренние факторы. Поэтому перед тем как купить акции, необходимо прислушаться к мнению специалистов, которые могут дать полезные советы как сохранить деньги. Кроме того, нужно внимательно изучить динамику развития той или иной компании на протяжении нескольких лет. Стоит не забывать о том, что успешные крупные корпорации разоряются намного реже, чем другие, менее надежные организации. Итак, в какие акции лучше вложить деньги в 2016 году? Самые надежные корпорации, в которые можно смело вкладывать деньги, это так называемые голубые фишки. К ним относятся российские компании : Газпром, Лукойл, Транснефть и т. д. Если обратить внимание на советы экспертов куда вложить деньги в 2016 году чтобы не потерять, можно заметить, что многие из них рекомендуют покупать акции крупных банковских организаций, таких как ВТБ 24, Сбербанк России и другие. Специалисты считают, что это самый надежный способ, как сохранить деньги в России. Также в последнее время высокой стабильностью отличаются акции компании «МТС». Поскольку спрос на услуги мобильной связи постоянно растет, в последние годы отмечается постоянный рост их стоимости. Перед тем как принять окончательное решение, куда

инвестировать деньги в 2016 году, нужно объективно оценить все риски и убедиться в надежности выбранной организации.

Совет №5. Облигации федерального займа для тех, кто интересуется, как правильно сохранить деньги в кризис, есть отличный вариант, который связан с фондовым рынком. Это облигации федерального займа. Такой способ инвестирования не влечет за собой практически никаких рисков. Так считают и опытные финансовые аналитики, и обычные инвесторы. Надежность ОФЗ обусловлена тем, что их выпускает само государство. Главный агент, который проводит операции, связанные с этими ценными бумагами – это Центробанк. При покупке государственных облигаций можно рассчитывать на 10–15% годовых и при этом уверенность в том, что они не прогорят. Такой вариант прекрасно подходит для людей, которые интересуются, как сохранить деньги в кризис 2016. К тому же доходность ОФЗ постоянно повышается, поэтому на сегодняшний день они выглядят, намного привлекательнее, чем банковские депозиты. Если вы задумываетесь над тем, как лучше сохранить деньги в 2016 году, самое правильное решение – отдать предпочтение ОФЗ.

Лично мы считаем, что найти «волшебный» актив, который будет весь год расти в цене, несмотря на кризис, невозможно. Поэтому следует вкладывать свои сбережения в разные инвестиционные инструменты. В любом случае некоторые из них покажут положительную динамику.

Использованные источники:

1. Филатова А. С. Инвестиционная безопасность РФ в современных условиях // Молодой ученый. — 2015. — №1. — С. 304-307.
2. https://bank.yuga.ru/analitika/?id=3902 Эксперты об инвестициях.
3.http://www.rbc.ru/economics/07/04/2009/5703d3169a79473dc814d805 Эксперты об инвестициях во время кризиса.
4. http://expert.ru/ratings/table_50603/ Эксперт онлайн. «9 вопросов об инвестициях в строящееся жилье»
5. Брокеры и дилеры на рынке ценных бумаг Богапова.М.Р.,Нуретдинов.И.Г. В сборнике: Столыпенские чтения. Проблемы развития АПК в условиях вхождения в ВТО Материалы Всероссийской студенческой научной конференции, посвящённой 70-летию ФГБОУ ВПО "Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина". 2013. С. 21-26.

Овчинникова М.С.
магистрант, 3-й курс, гр. ИМЗМО31
факультет «Инновационный бизнес и менеджмент»
Бармута К.А., д.э.н.
профессор
кафедра «Экономика и менеджмент»
Донской государственный технический университет

Россия, г. Ростов-на-Дону

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТАМИ В КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

ANALYSIS Modern methods of conflict management in business organizations

В статье производится анализ современных методов управления конфликтами в коммерческой организации, предложен возможный алгоритм эффективных действий менеджера по разрешению конфликтных ситуаций.

In the article, an analysis of modern conflict management techniques in a commercial organization, offered a possible algorithm for effective management action to resolve the conflict.

Ключевые слова:рыночные отношения, эффективность,конфликт, организационный конфликт, методы управления конфликтами.

Keywords: market economy, effectiveness, conflict, organizational conflict, conflict management techniques.

XXI век - век рыночных отношений, в котором произошел рост количества коммерческих организаций, проводятся программы по поддержке малого и среднего бизнеса, перевернулось сознание людей. На развитие бизнеса свое влияние оказывают различные внешние факторы, санкции, кризисные ситуации, но нельзя забывать и о внутренних факторах, о человеческих ресурсах, от которых во многом зависит успех предприятия. В современных условиях особенно важным становится эффективное управление человеческими ресурсами организации.

Природа человека и социума в целом конфликтна, об этом писали еще такие выдающиеся ученые и мыслители как: Томас Гоббс, Адам Смит, Георг Зиммель, Льюис Козер, Ральф Дарендорф и другие. Поэтому современному менеджеру необходимо осознавать положительные функции конфликтов и применять эффективные методы управления ими, учитывая современные условия ведения бизнеса, человеческие потребности и мотивацию.

В непростых современных условиях коммерческой организации очень важно быть конкурентоспособной и, более того, постоянно поддерживать свои позиции, что обеспечивается эффективным управлением и высокой производительностью труда.

Конфликты - это весомая часть управленческой деятельности, которая сопровождает любой бизнес-процесс, поэтому возрастает необходимость овладения технологиями конструктивного конфликтного взаимодействия. Несмотря на наличие большого количество публикаций о конфликтах в организациях, вопросы систематизации технологий управления конфликтами в организации являются недостаточно исследованы и требуют рассмотрения [3, с. 209].

В литературе по управлению персоналом советовали выявлять

конфликты, разрешать их и ликвидировать последствия по возможности мирными средствами. В современной теории по менеджменту фигурирует понятие "управление конфликтом". Конфликты на предприятиях неизбежны и зачастую бывают полезными. Конфликт часто является признаком противостояния идей, а не борьбой личных интересов, и для того, чтобы он стал продуктивным, необходимо сосредоточиться на рассмотрении идей, а не людей[5].

В процессе функционирования любого субъекта хозяйствования постоянно возникают противоречия и разногласия различных сторон, которые зачастую перерастают в конфликты. Необходимо управление этим процессом, задача которого заключается в предупреждении возникновения нежелательных, негативных конфликтов, и придание конфликтным ситуациям конструктивный характер.

Если конфликты находятся под эффективным управлением, то они носят функциональный характер и оказывают положительное влияние на микроклимат предприятия и его эффективность.

Алгоритм эффективных действий менеджера в конфликтной ситуации представим в виде схемы на рис. 1.

Рисунок 1 – Алгоритм эффективных действий менеджера в конфликтной ситуации

На практике, к большим ресурсным затратам может привести применение неэффективной организации управления конфликтом, увеличению рисков, к изменению процесса конфликта в неконтролируемую форму. Именно поэтому необходимо совершенствовать систему управления конфликтами постоянно.

К основным, организационным методам менеджмента, применяемым на практике в области управления конфликтами, относятся:

- метод организации процесса конфликтов;
- метод мотивации процессов конфликта;
- метод планирования процессов конфликта;
- метод контроля процессов конфликта.

Эти методы соединяют в себе действия по воздействию на процесс конфликта, представляя эффективную систему организации управления

конфликтами. Эти методы могут быть использованы как в системе, так и изолировано. Каждый конкретный случай зависит от специфики компании и процесса конфликта.

Практический метод организации процесса конфликта предполагает на процесс конфликта определенный род воздействия. Используются технологии, направленные на изменение процесса конфликта. Участники и непосредственно процесс конфликта выступает объектом воздействия. Подразумевает активное воздействие на процесс конфликта.

Он является основным для решения сложных конфликтов и в случаях, где другие методы не оказали нужного воздействия. Метод элементарен в применении. И может быть реализован, к примеру, с технологией санкционирования. Санкционирование – воздействие на процесс конфликта с помощью определения модели должного поведения и назначения карательных процедур за ее неисполнение.

Человек – достаточно сложный объект для воздействия и управления, и, несмотря на следующие за неподчинение санкции, может не подчиниться методам организации.

Метод использования мотивации в процессе конфликта воздействует на участников процесса конфликта. Область воздействия – мотивационная составляющая психики человека.

Мотивация – причина, толкающая человека на какие- либо действия. В рамках процесса конфликта мотивационная составляющая представлена причинами, побуждающими сотрудников к участию в процессе конфликта. Они определяют факт существования и протекания конфликтной ситуации. Часто, мотивацией участия в конфликтной ситуации являются потребности реализации целей и задач. А формируется конфликт при невозможности их реализации.

Мотивация в процессе конфликта предполагает воздействие на мотивацию сотрудников в участии в конфликте. Этот метод эффективный, но проблемный, так как затратный. Путем применения мотивации можно воздействовать на причину процесса конфликта. Мотивацию участия в конфликте можно удалить, ослабить или же усилить. Мотивация процесса конфликта бывает экономическая и моральная. Зачастую применяется воздействие с помощью материальных методов в рамках экономической технологии. Наиболее эффективно в управлении процессом конфликта применение моральной мотивации.

Контроль процесса конфликта основан на критериальном анализе. Определяются критерии, эталонная модель, отличающаяся объективностью и адаптированностью. Конфликт фрагментируется, выделяются его составляющие. Эти составляющие должны представлять собой эталон ожидаемого состояния процесса конфликта.

Выявленные критерии соотносят с реальным состоянием процесса конфликта. На основании полученных данных могут быть выработаны два

варианта решения:

- процесс конфликта отвечает желаемому состоянию и не будет подвергнут изменениям;

- процесс не отвечает желаемому состоянию, будет подвергнут изменениям.

Полученная информация является основанием для формулировки дальнейших действий. От своевременности и объективности применения контроля зависит эффективность управления процессами конфликтов, хотя контроль носит неактивный характер.

В большинстве случаев у специалистов по управлению процессами конфликтов недостаточно профессиональных знаний и умений, а также времени, чтобы применять что-то, кроме наработанных методов, которые показали свою результативность и эффективность. Планирование, организация, мотивация, контроль относятся к таким эффективным и зарекомендовавшим себя методам управления процесса конфликтов.

Рассмотрим метод эффективного вмешательства, который включает всебя:

1. Завоевание авторитета у субъектов конфликтного взаимодействия. Для менеджера очень важно устанавливать хорошие взаимоотношения со всеми сторонами, не отдавая предпочтения ни одной из них.

2. Процесс определения структуры конфликтующих сторон, их участников, лидеров. А также проведение интервью обеих сторон для получения информации об интенсивности конфликта, его причин, о составе конфликтующих групп, о степени авторитета самого менеджера.

3. Установление и поддержание равновесия сторон. Менеджер должен уделять равное внимание обеим сторонам конфликта, изучать природу конфликта. Преобладание одной из сторон грозит тем, что сильнейшая будет стремиться решить вопрос путем навязывания своей воли, поэтому важной особенностью взаимодействия сторон является необходимость сохранения равновесия и баланса интересов.

4. Поддержание умеренного уровня интенсивности конфликта. При высокой интенсивности протекания конфликта процесс управления усложняется из-за накала эмоций и нежелания сторон идти на диалог.

5. Важнейшим этапом процесса эффективного вмешательства в конфликтный процесс является детализация конфликта и его синтез. Рассмотрение проблемы должно проходить поэтапно, это подразумевает анализ определенных частей конфликта, но к лучшим результатам приходят, когда метод поддерживают обе стороны.

Целью такого рассмотрения является определение перспектив для каждой из сторон. В результате может произойти выработка решения и достижение компромисса.

6. Определение способов и путей достижения компромисса по спорным вопросам для сторон конфликта. Основной задачей менеджера

является четкое разъяснение этапов, которые необходимо выполнять каждой из сторон.

Успешному менеджеру очень важно уметь регулировать взаимодействие сторон, чтобы не допустить возникновения враждебной атмосферы во время проведения переговоров.

7.Осуществление контроля над процессом управления. На результат деятельности менеджера в сфере конфликтов имеет не маловажное значение сама структура управления конфликтами, степень изменения характера противостояния сторон. Очень важно осуществление контроля над процессом, который может переходить в циклично повторяющиеся обсуждения одних и тех же вопросов. В данном случае менеджер выступает регулятором идей и мыслей конфликтующих сторон и направляет к этапу разрешения конфликта.Если конфликтное взаимодействие выходит из под контроля, то оно начинает носить дисфункциональный характер.

Эффективный управляющий в рамках своих полномочий должен создавать определенные условия для достижения прогресса в переговорах. Необходимо владеть такими методами управления конфликтами на предприятии, которые позволят менеджеру влиять на позиции сторон, что должно привести к урегулированию конфликта в течение определенного времени. В современных условиях минимизация времени,затраченного на процесс разрешения конфликта - одно из самых важных условий его эффективного разрешения.

Также широкое распространение получили структурные методы управления конфликтами в организации, которые возникают из-за неправильного распределения обязанностей, прав и ответственности, плохой организации труда, несправедливой и не понятной для персонала системы мотивации и стимулирования и т.п.

В группу этих методов входят:

–методы, которые связаны с использованием руководителем своего положения в организации: распоряжения, приказы, применение санкций;

–методы, связанные с «разведением» участников конфликта по ресурсам, целям средствам и т.д. или снижением их взаимозависимости;

– методы, связанные с созданием общих задач в работе взаимозависимых подразделений;

– методы, в которых применяется введение специального интеграционного механизма для конфликтующих сторон, это может быть общий куратор, координатор, наставник;

–методы, связанные с разъяснением требований к работе, а также разработкой или уточнением общеорганизационных целей, созданием понятных систем мотивации.

Конфликты в производственной деятельности неизбежны, поэтому каждой организации необходима система управления конфликтами. Если они контролируемы и поддаются управлению, то могут нести и

положительный эффект. Важно не допускать бесполезных дискуссий, ведь только рациональные переговоры могут дать необходимый результат.

Система управления конфликтами на предприятии это – целостная совокупность соединенных между собой информационными связями элементов объекта и органа управления. Она отражает строение системы управления, содержанием которой являются функции управления, вертикальное и горизонтальное соотношение уровней управления, а также количество и взаимосвязь структурных подразделений в пределах каждого уровня[4].

Таким образом, рассмотренные методы управления конфликтами могут быть успешно реализованы в практической деятельности современного менеджера в целях эффективного управления конфликтными ситуациями в коммерческой организации.

Использованные источники:

1. Андруник, А.П., Черданцев, В.П. Управление конфликтами[Электронный ресурс]: хрестоматия / А.П. Андруник, В.П. Черданцев; М-во образования и науки РФ, Перм. нац. исслед.политехн. ун-т - Текстовое (символьное) электронное издание (5, 73 Мб). - Пермь: Изд-во «АстерDigital», 2014.
2. Анцупов А.Я., Шипилов А.И. Конфликтология. -СПб.: Питер, 3-е издание, 2008 год, 496 с.
3. Сапельникова А.А., Угримова С.Н. Оценка технологий управления конфликтами в организации // Вопросы экономики и управления: Материалы II Международной студенческой научно-практической конференции. - ДГТУ. -Ростов-на-Дону, 2016.- С. 209-212.
4. Управление конфликтами в организации. - Интернет-портал.- URL: https://delovoymir.biz/ru/articles/view/?did=10232.
5. Энциклопедия управления персоналом. - Интернет портал.- URL: http://dps.smrtlc.ru/Int_Encycl/Conflict_man.htm

Петрова А.В.
студент 5 курса
факультет «Экономика и управление»
ГБОУ ВО «Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан»

Россия, г. Уфа

СПЕЦИФИКА ОЦЕНКИ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

В статье рассматривается специфика использования общепринятых методических принципов оценки инвестиционных проектов в электроэнергетике - правил ранжирования проектов, их приоритетный отбор и выбор наиболее эффективных из них.

Ключевые слова: инвестиции, оценка, проект, метод, энергетика.

The article discusses the specific use of generally accepted methodological principles of assessment as well as detailed calculations of investment projects in the electric power industry the rules for ranking projects, their priority selection and choose the most effective one.

Keywords: investment, evaluation, project, method and energy.

При оценке эффективности энергетических инвестиционных проектов для региональных энергокомпаний следует учитывать жесткую взаимозависимость режимов теплофикационной и конденсационной выработки энергии, а также режимов эксплуатации источников тепловой и электрической энергии и режимов эксплуатации электрических сетей всех классов напряжений. Режимы работы ТЭЦ, которые являются основными энергоисточниками генерирующих компаний, теснейшим образом связаны с работой систем теплопотребления, с транспортом и распределением тепловой энергии. В большинстве случаев решение задачи эффективного теплоснабжения ограничивается расположением источника тепловой энергии вблизи потребителей тепла, т.к. значительные потери не позволяют передавать тепло на большие расстояния. Вопросы приоритетности реализации инвестиционных проектов должны решаться с учетом сроков выбытия оборудования, проведения модернизации и реконструкции энергообъектов, технологических ограничений и перспективных режимов теплоснабжения конкретных групп потребителей и одновременном покрытии балансов электрических нагрузок региона в целом, т.е. используя сценарные условия.

Исследование инвестиционных возможностей и формирование программ развития энергетики региона с отбором и ранжированием приоритетных инвестиционных проектов для реализации, может осуществляться в несколько этапов:

Таблица 1. Этапы отбора и ранжирования инвестиционных проектов

1 этап	Укрупненная оценка эффективности проектов на основе сопоставления действующих и перспективных тарифов на	Сопоставление полученных тарифов на энергию, обеспечивающих окупаемость проектов при приемлемом для инвесторов уровне доходности, с действующими и прогнозируемыми на перспективу тарифами

	энергию с тарифами, обеспечивающими окупаемость отдельных инвестиционных проектов.	оптового рынка энергии и мощности помогает выделить часть заведомо неэффективных инвестиционных проектов, и, тем самым, сократить набор рассматриваемых потенциальных энергообъектов для формирования программы.
2 этап	Анализ возможных альтернатив энергоснабжения и выбор очередности реализации инвестиционных проектов реконструкции, модернизации, расширения и нового строительства объектов энергоснабжения региона	На этом этапе рассматриваются альтернативы общесистемного развития и может проводиться его оптимизация по критерию минимума дисконтированных затрат или тарифов на оптовом рынке с учетом региональных балансов мощности и энергии.
3 этап	Детальный финансовый анализ инвестиционных проектов	На этом этапе проводится ранжирование инвестиционных проектов исходя из рассчитанных критериев эффективности (денежным потокам и критериям внутренней нормы доходности и чистому дисконтированному доходу). Важнейшим условием корректности результатов сопоставления, отбора и ранжирования по эффективности инвестиционных проектов является единая методология расчетов и общая (сопоставимая) информационная база данных.
4 этап	Формирование общей инвестиционной программы развития	На этом этапе производится отбор и оценка наиболее эффективных проектов для приоритетного финансирования.

Для определения финансовой устойчивости компании при реализации инвестиционных проектов и инвестиционных программ энергетических компаний разрабатывается финансовая модель компании. В анализ включаются прогноз доходов и расходов действующих предприятий и всех инвестиционных проектов, который показывает как минимум возврат планируемых заемных средств (7-10 лет). При этом анализируются показатели ликвидности и финансовой устойчивости, если у компании неудовлетворительны и показатели ликвидности, и показатели финансовой устойчивости, то такое предприятие - вероятный кандидат в банкроты и необходимо вносить коррективы в инвестиционную программу.

Далее будут рассмотрены энергетические инвестиционные проекты прошедшие два этапа ранжирования. Наиболее важным моментом автор считает отбор проектов на третьем этапе, где важнейшим условием корректности результатов сопоставления, отбора и ранжирования по эффективности инвестиционных проектов является единая методология

расчетов и общая сопоставимая информационная база данных.

Описание энергетических инвестиционных проектов.

Длительная работа шиберных регулирующих клапанов котлов (РПК) при повышенных перепадах давлений на них вызывает сильный эрозионный износ выходных патрубков клапанов и повышенный расход электроэнергии на привод ПЭН. Внедрение питательного насоса позволит значительно снизить перепад давления на РПК паровых котлов, за счёт подбора состава работающих ПЭН, что приведёт к снижению потребления электроэнергии на собственные нужды с поддержанием режима минимальных конденсационных нагрузок.

Реализация данного проекта позволит:

-снизить расход электроэнергии на собственные нужды электростанции;

-уменьшить до минимума дросселирование давления питательной воды перед РПК котлов.

Внедрение питательного насоса ПЭ-240-110 позволит значительно снизить перепад давления на РПК паровых котлов, в результате снижения давления в питательном коллекторе, что приведёт к снижению потребления электроэнергии на собственные нужды с поддержанием режима минимальных конденсационных нагрузок.

Цель установки питательного насоса:

-поддержание давления в коллекторе подачи питательной воды;

-снижение расхода электроэнергии на перекачку питательной воды;

-оптимизация загрузки насосного оборудования;

-исключение работы питательных насосов с неполной загрузкой.

Для решения проблем, указанных в проекте 1 снизить перепад давления на РПК паровых котлов, в результате снижения давления в питательном коллекторе, также возможно при установке на одном из работающих ПЭН частотно-регулированного привода (ЧРП) (импортного производства).

Работу электростанции можно разделить на два периода. Первый период это отопительный сезон (октябрь-апрель) обусловлен стабильно высокой нагрузкой оборудования из-за работы по тепловому графику по обеспечению тепловой энергией потребителей. Второй период летний сезон (май-сентябрь) обусловлен работой на минимальных нагрузках с минимальным составом оборудования и загрузкой станции лишь в часы максимума (4 часа утром и 4 часа вечером).

1. Расчет экономической эффективности:

1.1. Расчет экономии электроэнергии на собственные нужды в отопительный сезон.

Расход питательной воды составляет 3440,7 тыс. тонн число часов в периоде 5088 часов среднечасовой расход составит 3440,7 : 5088 × 1000 = 676 тонн в час. Для покрытия расхода питательной воды потребуется три

питательных насоса. Покрытие потребности в питательной воде существующими насосами ПЭ-270. Два насоса загружены по базовой подачи питательной воды 270т/ч с расходом электроэнергии 1650 кВт*ч на каждом и один с расходом воды 676 – 270 -270 = 136 т/ч с расходом электроэнергии 1350 кВт*ч. Суммарный расход электроэнергии составляет 1650+1650+1350 = 4650 кВт*ч. Покрытие потребности в питательной воде насосами ПЭ-270 и ПЭ-240. Насос ПЭ-240 и один насос ПЭ-270 по базовой подачи ПЭ-240 240т/ч с расходом электроэнергии 1110 кВт*ч и ПЭ-270 270 т/ч с расходом электроэнергии 1650 кВт*ч и один ПЭ-270 с расходом воды 676-240-270 = 166 т/ч с расходом электроэнергии 1410кВт*ч. Суммарный расход электроэнергии составит 1110+1650+1410=4170 тыс. кВт. Экономия электроэнергии в час составит 4650-4170 = 480 кВт*ч или за отопительный сезон 480×5088= 2442 тыс. кВт*ч.

1.2. Расчет экономии электроэнергии на собственные нужды в летний сезон.

1.2.1. Расчет экономии электроэнергии при минимальных нагрузках.

Средний расход питательной воды при минимальных нагрузках (16 часов в сутки) составляет 230 т/ч что равно минимальной возможной паровой нагрузки котлов при минимальном составе турбинного оборудования. Нагрузка на паровых котлах составит по 115т/ч на каждом котле. Расход электроэнергии при работе ПЭ- 270 составляет 1610 кВт*ч, а при работе ПЭ-240 1005 кВт*ч. (приложение 2 характеристики питательных насосов ПЭ 270 и ПЭ 240) Экономия в час составит 1610 – 1005 = 605 кВт*ч. Количество дней в периоде 153 количество часов в периоде составит 16 ×153 = 2448 часов. Экономия электроэнергии за период составит 2448 ×605:1000 = 1481 тыс. кВт*ч.

1.2.2. Расчет экономии электроэнергии при максимальных нагрузках (8часов в сутки).

Средний расход питательной воды составляет 460 т/ч (максимально возможная нагрузка на двух паровых котлах Е-230-10/ГМ по 230 т/ч на каждом котле). Покрытие потребности в питательной воде существующими насосами ПЭ-270. Один насос загружен по базовой подачи питательной воды 270 т/ч с расходом электроэнергии 1650 кВт*ч и один с расходом воды 460-270=190 т/ч с расходом электроэнергии 1510 кВт*ч. Суммарный расход электроэнергии составит 1650+1510 = 3160 кВт*ч. Покрытие потребности в питательной воде насосами ПЭ-270 и ПЭ-240. Насос ПЭ-240 по базовой подачи 240т/ч с расходом электроэнергии 1110 кВт*ч и один ПЭ-270 с расходом воды 460-240 = 220 т/ч с расходом электроэнергии 1600кВт*ч. Суммарный расход электроэнергии составит 1110+1600=2710 тыс. кВт. Экономия электроэнергии в час составит 3160-2710 = 450 кВт*ч. Количество дней в периоде 153, количество часов в периоде составит 8 ×153 = 1224 часов. Экономия электроэнергии за период составит 450 ×1224:1000 = 550,8 тыс. кВт*ч. Экономия за летний период составит 1481 + 550,8 = 2031,8 тыс.

кВт*ч.

Экономия электроэнергии за год составит 2442 + 2031,8 = 4473,8 тыс.кВт*ч.

При прогнозируемой цене стоимости покупки электроэнергии на собственные нужды (0,999 руб./кВт*ч) экономия составит 4600,8 * 0,999:1000 = 4596 тыс. руб.

2. Расчет экономической эффективности инвестиционного проекта 2.

Для этого произведем расчеты экономии электроэнергии на собственные нужды для каждого сезона.

Таблица 2. Исходные данные для расчетов:

Параметры	Для отопительного сезона	Для летнего периода	
		при минимальных нагрузках	при максимальных нагрузках
напряжение	6000 кВ	6000 кВ	6000 кВ
сила тока	195 А	195 А	195 А
cos (фи)	0,89	0,89	0,89
расход номинальный	270 т/ч	270 т/ч	270 т/ч
фактический расход	120 т/ч	230 т/ч	190 т/ч
мощность установленного ЧРП	2000 кВт	2000 кВт	2000 кВт
номинальное число оборотов	2970 об/мин	2970 об/мин	2970 об/мин
номинальный напор	1800 м	1520 м	1660 м
требуемый напор	1100м	1100м	1100м

Режим работы насосного оборудования расход питательной воды 676 т/ч два насоса ПЭ-270 загружены полностью с расходом электроэнергии по 1650 кВт и один насос с ЧРП с расходом воды 676-270-270=136 т/ч

Определяем число оборотов для обеспечения требуемого напора:

$$n_{тр} = \sqrt{H_{тр} : H_н} \cdot n_н \; 2$$, где:

nн – номинальное число оборотов, об/мин;

Нн - номинальный напор, м;

Нтр – требуемый напор, м;

Определим обеспеченность требуемого расхода при данном числе оборотов:

$$D_ф = n_ф : n_н \times D_н$$, где:

nф - фактическое число оборотов, об/мин;

nн – номинальное число оборотов, об/мин;

Dн – номинальная подача, т/ч;

Расчет потребляемой мощности при регулировки расхода частотным приводом:

$$N_{фч} = (n_ф : n_н)^3 \times N_н,$$ где:

nф – фактическое число оборотов, об/мин;

nн – номинальная число оборотов, об/мин;

Nн – номинальная мощность электродвигателя, кВт.

Результаты расчетов систематизируем в таблицу.

Таблица 3. Показатели экономии электроэнергии на собственные нужды

Параметры	Отопительный сезон	Летний период	
		при минимальных нагрузках	при максимальных нагрузках
Потребляемой мощности с ЧРП	2322 об/мин	2527 об/мин	2418 об/мин
Обеспеченность требуемого расхода при данном числе оборотов	211 т/ч	230 т/ч	220 т/ч
Потребляемой мощности при регулировки расхода частотным приводом:	955 кВ*ч	1237 кВ*ч	1079 кВ*ч
Экономия электроэнергии на собственные нужды	2010 тыс. кВт*ч	913 тыс. кВт*ч	528 тыс. кВт*ч
		1441 тыс. кВт*ч	
	3451 тыс.кВт*ч		

При прогнозируемой цене стоимости покупки электроэнергии на собственные нужды (0,999 руб./кВт*ч) экономия составит 3451 * 0,999 : 1000 = 3448 тыс. руб.

3. Экономическая эффективность инвестиционных проектов.

Таблица 4. Объем финансирования проектов (тыс. руб.)

Финансирование	Проект 1, тыс.руб.	Проект 2, тыс.руб.
Финансирование (с НДС)	13485	12410
Проектно-изыскательные работы (ПИР)	175	358
Оборудование (насос)	12803	10938
СМР	507	1 114
Освоение (без НДС)	11428	10517

Результаты расчетов для определения экономической эффективности энергетических инвестиционных проектов, проведённых в форматах программных продуктов «Alt-Invest», «Energy-Invest» систематизируем в таблицу.

Таблица 5. Результаты расчетов для определения экономической эффективности проектов

№	Показатель	Значение

		Проект 1	Проект 2
1.	Чистый дисконтированный доход (NPV), тыс.руб.	4 877	3 842
2.	Внутренняя норма доходности (IRR), %	27%	25%
3.	Индекс прибыльности (PI)	1.43	1.37
4.	Период окупаемости (PBP), лет	4.00	4.27
5.	Дисконтированный период окупаемости (dPBP), лет	5.19	5.61

Рассчитав NPV для каждого инвестиционного проекта, можно выбирать между проектами 1 и 2. Таким образом, с точки зрения стоимости денег во времени приобретает более выгодную экономическую привлекательность проект 1. Общее правило выбора проекта (из нескольких) состоит в том, что выбирается проект с наибольшим NPV. Естественно, для того чтобы проект был выбран, показатель NPV должен быть положительным.

Рассчитав IRR для каждого инвестиционного проекта, приоритетность приобретает проект 1. Анализ эффективности инвестпроекта 1 заключается в следующем: IRR показывает максимально допустимый относительный уровень расходов, которые могут быть ассоциированы с данным проектом. Например, если проект полностью финансируется за счет ссуды коммерческого банка, то значение IRR показывает верхнюю границу допустимого уровня банковской процентной ставки, превышение которой делает проект убыточным. Данному показателю следует отдавать предпочтение при комплектовании портфеля инвестиций с целью максимизации суммарного значения NPV.

Индекс рентабельности PI – относительный показатель эффективности инвестиционного проекта и характеризует уровень доходов на единицу затрат, то есть эффективность вложений – чем больше значение этого показателя, тем выше отдача денежной единицы, инвестированной в данный проект. Таким образом, выбран проект 1.

Экономический смысл статистического показателя PBP (периода окупаемости) оценки инвестиционного проекта заключается в определении срока, за который инвестор может вернуть вложенный капитал. Следовательно, преимущество имеет проект 1 с периодом окупаемости 4 года. Основной недостаток этого коэффициента в том, что он не учитывает стоимость денежных средств во времени, то есть не делает различия между проектами с одинаковым сальдо потока доходов, но с разным распределением по годам.

Дисконтированный период окупаемости инвестиции dPBP устраняет недостаток статического метода срока окупаемости инвестиций и учитывает стоимость денег во времени. Очевидно, что в случае дисконтирования срок окупаемости увеличивается, то есть всегда dPBP > PBP.

В учебной литературе по экономике и финансам трактуется, что «При

использовании критериев PBP и dPBP в оценке инвестиционных проектов решения могут приниматься исходя из следующих условий:

1. проект принимается, если окупаемость имеет место;
2. проект принимается только в том случае, если срок окупаемости не превышает установленного для конкретной компании предельного срока.

Одним из существенных недостатков данного критерия заключается в том, что, в отличие от показателя NPV, он не обладает свойством аддитивности. В связи с этим при рассмотрении комбинации проектов с данным показателем необходимо обращаться осторожно, учитывая это его свойство.

В общем случае определение периода окупаемости носит вспомогательный характер относительно чистой текущей стоимости проекта или внутренней нормы рентабельности. Кроме того, недостаток такого показателя, как срок окупаемости, заключается в том, что он не учитывает последующих притоков денежных средств, а потому может служить неверным критерием привлекательности проекта».

В используемой данной методике расчета и финансово-экономической оценке инвестиционных проектов занимает центральное место в процессе обоснования и выбора возможных вариантов инвестирования в операции с реальными активами. В значительной степени она основывается на проектном анализе.

В основе данной оценки экономической эффективности инвестиционных проектов были соблюдены следующие основные принципы, которые применяются в любых типах проектов независимо от их технических, технологических, финансовых особенностей:

– принцип рассмотрения проекта и моделирования денежных потоков, включающих все связанные с осуществлением проекта денежные поступления и расходы, на всех фазах жизненного цикла инвестиционных проектов;

– принцип положительности эффекта. Для того чтобы инвестиционные проекты, с точки зрения инвестора, был признаны эффективными, необходимо, чтобы эффект реализации проекта был положительным;

– принцип учета фактора времени. При оценке экономической эффективности проекта должны учитываться изменения во времени параметров проекта и его экономического окружения. В основе учета фактора времени лежит инфляция, которая учитывает рост общего уровня цен и дисконтирование (компаундирование), суть которого состоит в приведении разновременных денежных потоков к одному моменту времени;

– принцип сравнения «с проектом - без проекта». Применение данного принципа показывает, что будет происходить с течением времени в компании при реализации инвестиционных проектов по сравнению с тем, что будет при его отсутствии. При этом сравниваются выгоды в ситуации «с проектом» с выгодами в ситуации «без проекта». Характерной особенностью

этого метода является учет ожидаемых изменений в потоках выгод и издержек с течением времени как для ситуации «с проектом», так и без него;

– принцип учета влияния неопределенностей и рисков, сопровождающих реализацию проекта, влияние которых можно оценить в денежном выражении.

В настоящее время принятые методики по оценке эффективности инвестиций и их отбору для финансирования достаточно полно нашли отражение в результатах научных исследований отечественных и зарубежных экономистов в области методов оценки эффективности инвестиционных проектов.

Финансовыми экспертами предлагается усовершенствование методики на основе применения модифицированной внутренней нормы рентабельности:

«Критерии NPV, IRR и PI, наиболее часто применяемые в инвестиционном анализе, являются фактически разными версиями одной и той же концепции, и поэтому их результаты связаны друг с другом. Таким образом, можно ожидать выполнения следующих математических соотношений для одного проекта:

если $NPV > 0$, то $IRR > CC(r)$; $PI > 1$;

если $NPV < 0$, то $IRR < CC(r)$; $PI < 1$;

если $NPV = 0$, то $IRR = CC(r)$; $PI = 1$.

Существуют методики, которые корректируют метод IRR для применения в той или иной нестандартной ситуации. К одной из таких методик можно отнести метод модифицированной внутренней нормы рентабельности (MIRR).

Модифицированная ставка доходности (MIRR) позволяет устранить существенный недостаток внутренней нормы рентабельности проекта, который возникает в случае неоднократного оттока денежных средств. Примером такого неоднократного оттока является приобретение в рассрочку или строительство объекта недвижимости, осуществляемое в течение нескольких лет. Основное отличие данного метода в том, что реинвестирование производится по безрисковой ставке, величина которой определяется на основе анализа финансового рынка.

В Российской практике это может быть доходность срочного валютного вклада, предлагаемого Сбербанком России. В каждом конкретном случае аналитик определяет величину безрисковой ставки индивидуально, но, как правило, ее уровень относительно невысок.

Таким образом, дисконтирование затрат по безрисковой ставке дает возможность рассчитать их суммарную текущую стоимость, величина которой позволяет более объективно оценить уровень доходности инвестиций, и является более корректным методом в случае принятия инвестиционных решений с нерелевантными (неординарными) денежными потоками».

Использованные источники:
1. Федеральный закон от 26.03.2003 № 35-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об электроэнергетике» // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_41502/
2. Федеральный закон от 25.02.1999 г. № 39- ФЗ (ред. от 28.12.2013 года) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» //
3. Федеральный закон от 23.11.2009 г. № 261- ФЗ (ред. от 13.07.2015 года) «Об энергосбережении и повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» //
4. Методические рекомендации по оценке эффективности и разработке инвестиционных проектов и бизнес-планов в электроэнергетике на стадии предТЭО и ТЭО утверждены приказом ОАО РАО «ЕЭС России» от 31.03.2008 N 155.
5. А.Е.Еременко и Т.М.Лескова, Алгоритм отбора и внедрения инвестиционных энергосберегающих проектов в теплоэнергетике с учетом оценки их качества // Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов // № 50, 2014, (http://www.m-economy.ru)

Разумкина А.А.
магистрант
кафедра «Управление персоналом»
РАНХиГС ПИУ им П.А. Столыпина
Россия, г. Саратов

МОТИВАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. Статья посвящена вопросам мотивации персонала в организации. Мотивация является важным инструментом современного процесса управления персоналом. Многие ошибочно полагают, что главный способ мотивации сотрудника – выплата заработной платы. Однако в России немаловажную роль играют и нематериальные виды мотивации.

Ключевые слова: мотивация, виды мотивации, материальная мотивация, нематериальная мотивация, организация, заработная плата.

Abstract. The article is devoted to questions of motivation of staff in the organization. Motivation is an important tool for modern process control personnel. Many people mistakenly believe that the main way of motivating employees – payment of wages. However, in Russia the important role played by non-material motivation.

Keywords: motivation, types of motivation, material motivation, non-motivation, organization, wages.

Основополагающей задачей каждого руководителя является делегирование полномочий между сотрудниками организации. Для выполнения поставленных задач подчиненным требуется определенный

стимул или мотивация.

Но что такое мотивация? Мотивация – это совокупность физических и психологических процессов, предопределяющих уровень решительности человека и отвечающих за эффективность достижения поставленных целей[1].

Как правило различают 2 вида мотивации:

1. Материальная;
2. Нематериальная.

Материальная мотивация – важная составляющая в организации. Она выступает основным стимулом для работников выполнять поставленные задачи. К ней относятся:

1. Заработная плата

Г.Форд сказал: «Цель денег - не праздность, а умножение средств для полезного служения». Каждый руководитель должен стремиться привить своим сотрудникам именно эту мысль. Материальные блага должны служить во благо компании.

2. Премиальный способ мотивации

Вознаграждение персонала за какое-либо достижение. Данный вид очень распространен в компаниях, так как является отличным инструментом мотивации сотрудников. Например, за выполнение плана в банковской сфере.

3. Процент. В основном применяется в сфере торговли.

Нематериальная мотивация обеспечивает интерес сотрудника в рабочем процессе. К ней относятся:

1. Гибкий график;
2. Питание;
3. Спецодежда;
4. Дополнительный отпуск;
5. Дополнительное медицинское страхование;
6. Обучение персонала, стажировка и т.д[2].

Одним из видов нематериальной мотивации выступает моральная мотивация:

1. Устная публичная похвала руководителя;
2. Корпоративы;
3. Письменная благодарность;
4. Звание «Лучший работник года»;
5. Присвоение нагрудного значка.

Мотивация должна направлять сотрудника к достижению им поставленных целей и доставлять удовольствие от результатов проделанной работы. Именно моральная мотивации почти не затрагивает бюджет организации, но является наиболее действенным инструментом мотивации сотрудников, чем материальная. Доказательством данного факта выступает кризис 1998 года. Именно в тот период многие коллективы объединялись

для решения общих проблем. Когда заработная плата сотрудников снижалась, люди работали с той же максимальной отдачей, сплотившись и направив силы на реализацию общей идеи[3].

Подводя итог, следует отметить, что в России ключевым способом мотивации персонала является публичное признание заслуг работника, то есть моральный вид мотивации. Также немаловажную роль играют другие способы нематериальной мотивации: обучение персонала, дополнительный отпуск и т.д. Руководителю необходимо помнить о нематериальных благах, постоянно совершенствовать, развивать и поддерживать данную систему в организации. С такой позицией сотрудник станет иначе смотреть на выполнение поставленных задач и с удовольствием относиться к своей работе.

Использованные источники:

1. Покровская Н.Н. Мотивация в управлении человеческими ресурсами: учеб. пособие. – СПб.: Издательство СПбГЭУ. – 2013. – 215 с.
2. Репина Н.Г., Митюшина А.С. Мотивация – еще один шаг к эффективному управлению персоналом // Новое поколение. – 2013. - № 6. – С. 121 – 126.
3. Папикян А.В. Современные подходы к управлению мотивацией в России и за рубежом // Вестник Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы. – 2010. - № 4. – С. 103 – 106.

Самойлова А.А.
магистр 2 курса
факультет «Магистратуры и Аспирантуры»
Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина
Россия, г. Саратов

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассматриваются особенности организационной культуры Российских предприятий, которая является одним из ключевых факторов успеха и мощным источником конкурентных преимуществ. Для отечественных предприятий тема организационной культуры особенно актуальна, поскольку многие из предприятий на сегодняшний день находятся в поисках ценностей. Проблемы корпоративной культуры предприятий связаны с отсутствием адаптации к изменениям внешней среды, либо перенесение организационной культуры западных предприятий, которая не свойственная нашей ментальности. Формирование эффективной организационной культуры на отечественных предприятиях является большим научным интересом.

Ключевые слова: *организационная культура, корпоративная культура, особенности организационной культуры, ценности, ментальность.*

Annotation: *In the peculiar discusses the features of organizational culture*

of Russian enterprises, which is one of the key success factors and a powerful source of competitive advantage. For domestic enterprises, the topic of organizational culture is especially relevant, because many of the businesses today are in search of valuables. Problems of corporate culture of the enterprises are lack of adaptation to environmental changes or shifting organizational culture of Western enterprises, which are not peculiar to our mentality. The formation of an effective organizational culture domestic enterprises is of great scientific interest.

Key words: *organizational culture, corporate culture, particular organizational culture, values, mentality.*

Современная ситуация на рынке предъявляет к предприятиям особые требования, они должны не только производить качественную продукцию, быть конкурентоспособными на рынке, быть гибкими к изменениям во внешней среде, но и решать задачи касающиеся работы с персоналом, который является ресурсом в достижении целей организации.

Организационная культура является представлением о ценностях, присущих данной организации, способов адаптации к внешней среде, а также является одним из ключевых факторов успеха и мощным источником конкурентных преимуществ. Организационная культура представляет собой отличительную черту, которая выделяет организацию, являясь основой эффективной деятельности предприятия. Для предприятия корпоративная культура становится важным стратегическим инструментом, который позволяет объединять все подразделения организации на общие цели. [163]

Для отечественных предприятий развитие организационной культуры имеет особо актуальное значение. В условиях борьбы, на отечественном рынке с западными конкурентами, имеющих большие финансовые ресурсы, возможность укрепления своих позиций для отечественных предприятий связано в первую очередь с человеческими ресурсами и сильной организационной культурой.

Но не всегда сильная организационная культура является тем самым стержнем предприятия, который необходим для эффективной деятельности. Особенно если предприятие было создано в советский период.

В некоторых случаях предприятия являются «заложниками» своей корпоративной культуры, которая становится для них непроницаемым к изменениям внешней среды вакуумом.

Актуальность изучения организационной культуры российских предприятий связана с тем, что знание ее особенностей позволяет оценить степень его стабильности и конкурентоспособности, предложить возможные направления грамотных управленческих решений.

На сегодняшний день, существуют проблемы формирования

[163] Смирнова В. Организационная культура: учебник для академического бакалавриата / под ред.В. Г. Смирновой. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - С.14 - Серия: Бакалавр. Академический курс.

организационной культуры российских предприятий, которые связаны не только со сменой социально-экономической среды, т.е многие из предприятий не смогли приспособиться к изменениям рынка, оставшись «советскими предприятиями», транслируя организационную культуру того времени. Также значительная часть современных сложностей в области корпоративной культуры связана с проблемой заимствования элементов организационной культуры западных предприятий, не свойственных российской ментальности.

В связи с этим можно охарактеризовать организационную культуру большинства российских предприятий в соответствии с перечнем составляющих организационной культуры следующим образом:

1.Ценности. В настоящее время организация не дает ответа сотруднику о ценности труда. В связи с этим в организации приходят люди с разными ценностными ориентирами: одни хотят заработать, другие – получить профессию.

2. Сознание себя и своего места в организации. На сегодняшний день организационная культура в России достаточно размыта, нет четкости относительно ценностей. В итоге, в одних случаях организация рассматривается как некоторое продолжение дома: обсуждаются проблемы семьи, личной жизни. В других организациях преобладает формальный подход и люди рассматриваются как коллеги по работе, не более того.

3. Внешний вид, одежда и представление себя на работе. В некоторых организациях униформа является специально разрабатываемым элементом корпоративной культуры. Однако большинство российских предприятий избегают регламентации внешнего вида.

4. Привычки, традиции и организация питания работников. Российские предприятия в большинстве своем сохранили традицию совместной организации праздничных угощений, кроме того, значительная часть деловых вопросов решается во время обеда, в столовой, кафе или за чашкой кофе.

5. Процесс обучения и развития работников. В недалеком прошлом обязанность развивать людей и повышать их квалификацию лежала на организациях. Существовали планы повышения квалификации сотрудников.

В настоящее время это вопрос руководители предприятий рассматривают персонал как «затраты». Используют для достижения определенных целей, не вдаваясь в объяснения по поводу содержания этих целей.

6. Трудовая этика и мотивация. На российских предприятиях вопросы отношения к труду, групповой и индивидуальной морали работников, ответственности за результат и качество работы, еще только становятся вопросами корпоративной культуры.

На основе изученной научной литературы было выявлено, что организационная культура предприятий зависит от ряда факторов, от ее

истории, и в частности наличия советского прошлого:

1. Предприятия, существующие с советского периода, исторически обладают специфической культурой, которая постепенно разрушалась с 1960-х гг. Имея опыт системы двойных стандартов, работники бывших советских предприятий сохраняют особую неформальную нормативную культуру, основанную на клановом коллективизме).

2. Предприятия, созданные в период перестройки, т.е. во второй половине 1980-х – начале 1990-х гг., обычно также несут наследие советского прошлого и к тому же объединены общим тяжелым периодом становления в период перестройки. Основу их создания, выживания, функционирования и развития составляли межличностные групповые отношения.

3. Предприятия, возникшие уже в период конца 1990-х – начала 2000-х гг., уже адаптируют свою организационную культуру под требования рынка по западному образцу.[164]

В настоящее время на предприятиях, утрачены многие прежние ценностные ориентиры, а новые ценности не смогли еще установиться в сознании сотрудников. Идет активный поиск этих ценностей, путей и методов ценностной переориентации.

Если вспомнить предприятия советского периода, то необходимо отметить, что сотрудники были между собой равны и руководство предприятий внедряло в систему оплаты труда «моральные стимулы» и этому придавалось огромное значение. Почти каждое предприятие увековечивало свои успехи по средствам «музея славы» или написания книги о предприятии, указывая свои достижения. Большую роль в моральном стимулировании играло соревнование, подведение итогов после подобного мероприятия сопровождалось награждением почетным значком или оформлением на доске почета. Вся совокупность мероприятий была составляющей организационной культуры советских предприятий и была довольно эффективна. Она формировала у сотрудников чувство общности и гордости за свое предприятие.

Таким образом, организационная культура современного российского предприятия будет эффективна в том случае, когда будут определены основные ценности и принципы работы, которые будут адаптивны не только к условиям современного рынка, но и общественным ориентирам.

При становлении этой новой культуры на базе новых ценностей российские предприятия, также должны учитывать опыт западных стран, при этом возрождая элементы организационной культуры предприятий советского периода на базе новых ценностных ориентиров.

Использованные источники:

1. Организационная культура: учебник для вузов / В.К. Потемкин, Н.Н.

[164] Организационная культура : учебник для вузов / В.К. Потемкин, Н.Н. Покровская, В.А. Спивак. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2013. – С.291

Покровская, В.А. Спивак. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2013. – С.291
2. Смирнова В. Организационная культура: учебник для академического бакалавриата / под ред.В. Г. Смирновой. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - С.11 - Серия: Бакалавр. Академический курс

Сапегина О.А.
студент магистратуры
ФГАОУ ВО «СФУ»
Сумина Е.В., к.э.н.
доцент
кафедра международного бизнеса
ФГБОУ ВПО «СибГАУ»
Россия, г. Красноярск

ПРИОРИТИЗАЦИЯ ПРОЕКТОВ КАК ОСНОВА СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Современные сложные экономические условия, отличающиеся периодом экономического спада, но и новыми технологическими приоритетами и требованиями к уровню гибкости и инновационности компании как основы сохранности ее стратегической позиции, требуют новые инструменты проектного управления. Проектный подход в условиях экономического кризиса является объективно-необходимым подходом в корпоративном управлении и процесс приоритизации проектов организационного развития становится не просто основой рационализации и повышения уровня эффективности реализации проектов и программ, а вопросом организационного развития и экономической безопасности.

Суть приоритизации проектов организационного развития – присвоение определенных рангов всем значимым компонентам проекта в соответствии со стратегией компании или другими важными для нее аспектами. Процесс выделения приоритетных стратегических для конкретной организации показателей позволяет избежать субъективности в сравнении каждого отдельного компонента проекта. При таких обстоятельствах, когда условия выбора не определены, в первую очередь необходимо сформировать систему показателей, по которой будут оцениваться проекты.

В теории управления портфелем проекта данный процесс является начальным этапом и включает следующие функции:

- утверждение классификации компонентов в соответствии с заранее установленными стратегическими аспектами;
- назначение очков или весов для ранжирования компонентов;
- определение, какой компонент должен получить наивысший приоритет в портфеле [1].

Отечественные специалисты в области проектного управления предлагают авторские системы показателей и принципы приоритезации

проектов организационного развития. В организационном вопросе приоритизации проектов необходимо использовать специальные методы и инструменты, включающие формирование и опрос экспертного сообщества компании, экономическое, социальное и стратегическое обоснование проекта, реализацию принципа партисипативности. Например, опросные листы должны содержаться вопросы о соответствии проекта стратегии, об уровне решаемых проблем, об инновационной, о срочности, о влиянии на другие проекты и т.д. В данном случае также можно обратиться к зарубежному опыту, например, японской системе принятия стратегических решений «рингисэй», которая направлена на непосредственную дательную экспертизу и глубокий анализ проекта, его рисков и особенностей. В данном процессе принимают участие все ведущие сотрудники независимо от занимаемой должности. «Рингисэй» включает в себя консолидацию управленческих решений на всех уровнях управления. Каждое такое решение проходит длительный процесс согласования, начиная с рядовых сотрудников, обсуждается, корректируется и передается на уровень выше, таким образом, оно доходит до высшего руководства компании. Каждый ведущий сотрудник организации принимает непосредственное участие и несет свою персональную ответственность за принятое в компании управленческое решение [2].

После так называемого отбора оставшиеся проекты можно уже оценивать по другим критериям. Интересным, с нашей точки зрения, инструментом оценки проектов организационного развития является матрица приоритизации проектов, данный инструмент более формализованный и наиболее подходит для применения на практике. В матрице тоже присутствуют выделенные ранее критерии отбора и показатели оценки проектов организационного развития, основывающиеся на важных для компании направлениях развития, этим критериям присваивается определенная оценка, так называемый «вес», основанием для оценки может выступать специфичные для осуществляемой деятельности критерии (повышение качества обслуживания, рост сбыта, улучшение экологических характеристик т.д.).

По нашему мнению, прежде чем приступить к непосредственной оценке проектов, необходимо: определить стратегические цели реализации проектов в системе корпоративного управления; определить показатели качества и эффективности реализуемых проектов; определить критерии приоритизации проектов (соответствие стратегии компании, сроки окупаемости и т.д.).

Вовлечение всех участников проекта, повышение уровня их заинтересованности и качества работы непосредственно влияет на показатели эффективности проекта. Аккумуляция кадровых ресурсов вокруг управленческих решений является основой инструментария приоритизации, она позволяет снизить риски реализации стратегически важных проектов для

организации, провести экспертную оценку и согласование с общей стратегией развития организации, повысить ресурсную эффективность компании и объединить персонал вокруг решения наиболее важных задач проекта.

Использованные источники:

1. Project Management Institute. Standard for Portfolio Management, The. — PMI, 2016. — С. 40, 63.
2. Кнорринг В. И. Теория, практика и искусство управления. Учебник для вузов по специальности "Менеджмент". — М.: Издательство НОРМА (Издательская группа НОРМА — ИНФРА • М), 2014.

Строителев А.А.
магистрант
направление подготовки 080100 «Экономика»
магистерская программа «Мировая экономика и международный бизнес»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Краснодар

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОРГАНИЗАЦИЮ МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ
FACTORS INFLUENCING THE ORGANIZATION OF INTERNATIONAL ACTIVITIES OF RUSSIAN COMPANIES

Аннотация: в статье рассматриваются факторы, влияющие на организацию международной деятельности компаний. По результатам исследования сделаны выводы, предложены рекомендации.

Abstract: The article considers the factors affecting the organization of the international activities of companies. The study conclusions, recommendations.

Ключевые слова: внешняя торговля; международный бизнес; факторы внешней среды; организационное поведение; организационная культура компаний

Keywords: international trade; international Business; environmental factors ; organizational behavior; organizational culture companies

На сегодняшний день отечественные предприятия все чаше стараются вывести свой бизнес на международный уровень, т.к. у организаций появляется потребность в новых рынках сбыта. В современных условиях глобализации мирового хозяйства отечественная экономика в нормальном состоянии не может существовать изолированно от мировой, и ее состояние в высокой степени зависит от развития всего мирового хозяйства и конъюнктуры на мировых рынках [1; 44]. При осуществлении международной коммерческой деятельности, российским компаниям

приходиться сталкиваться с такими препятствиями, как:

– высокая конкурентная среда;

– протекционистская политика страны, где планируется осуществление деятельности, к ней можно также отнести в целом неблагоприятный экономический климат для осуществления международной коммерческой деятельности;

– монополизированный рынок, к нему также можно отнести монополию государства на торговлю определенным видом товара, или оказанием каких-либо услуг;

– налоговое законодательство, которое наиболее ужесточено по отношению к зарубежным компаниям;

– политическая ситуация, которая может отразиться на желании дистрибьюторов вести торговлю с нашей компанией, также может сказаться на ужесточении законодательства, увеличении таможенных тарифов, уменьшении популярности продаваемого продукта среди потребителей за рубежом и др.

Отечественным предприятиям в силу сложившихся обстоятельств приходжится разрабатывать несколько вариантов международного стратегического развития в силу того, что факторы влияющие на деятельность организации – неоднородны. Известный теоретик маркетинга Ф. Котлер выделил две группы факторов, при применении которых будет видно, является ли для предприятия привлекательным международный вариант развития бизнеса или нет.

Кроме традиционного экспорта сырья, импорта товаров, образования коллективных предприятий стали развиваться и такие формы интернациональной кооперации, как участие в акционерном капитале и покупка контрольных пакетов акций иностранных компаний, открытие филиалов и постройка заводов за рубежом, создание стратегических альянсов и союзов. Важно знать, для того, чтобы стать полноправным участником мирового рынка, необходимо, прежде всего, изучить законы, по которым он функционирует, понять, чем руководствуются в своей практике наши зарубежные экономические партнеры, каковы принципы, лежащие в основе деятельности многочисленных международных экономических организаций, членом которых предстоит стать и России. [6; с.14]

В результате выхода на международную арену отечественные предприятия становятся транснациональными корпорациями, что означает, что им придётся учитывать множество факторов при организации своей деятельности на территории другого государства. Таким образом, организация переходит в статус мультинациональной, в составе которой работают люди разной национальности и имеющей автономные филиалы в различных странах мира. [4; с.112]

Предприятия занимающиеся международным бизнесом оказываются под влиянием национальных, социальных, экономических, политических,

юридических, этических особенностей разных стран.

Социальные факторы показывают уровень развития различных человеческих ресурсов в той или иной стране.

Производственный персонал, а так же менеджеров низшего и иногда среднего звена принимают на работу по месту расположения филиала. В следствие чего, предприятие окажется под влиянием организационно-правовых культурных факторов данной страны, что характеризуется такими особенностями как: профессиональная структура, квалификация, уровень образования, демографическая составляющая.

Например, азиатским странам присущ низкий уровнем заработной платы, что является привлекательным для деятельности зарубежных компаний.

Существенное влияние на правила поведения и взаимоотношения между сотрудниками компании оказывают этические факторы, которые определяют различия в трудовой этике рабочего персонала из разных стран.

Юридические факторы в первую очередь регламентируют правила ведения бизнеса и занятости посредством нормативных актов и законов. Компании придётся приспосабливаться к ведению бизнеса в каждой новой стране, ведь не смотря на то, что законодательство многих стран весьма схоже в общих чертах, но при вхождении и ведении бизнеса за рубежом организация сталкивается с нормативно-правовыми документами, которые достаточно специфичны и свойственные данной стране.

Политическими факторами являются наличие национальных движений, режим правления, степень стабильности государственной власти, а также другие факторы.

Экономические факторы демонстрируют направление развития экономики страны, показывают темп инфляции, величину валового внутреннего продукта и покупательную способность граждан, доходы на душу населения и, соответственно, стоимость рабочей силы. Последний фактор является одним из важнейших при выборе страны, так как в первую очередь это скажется на заработной плате сотрудников, что является хорошей основой для дальнейшего стимулирования персонала.

К национальным факторам относят особенности национальной культуры страны, а так же религия, история, язык, традиции, обычаи, правила ведения бизнеса и общепринятых нормах поведения. Нельзя недооценивать эти факторы, ведь в уважение к чужим обычаям, культуре и религии во многих странах может стать ключом к установлению деловых связей и привести к взаимовыгодному сотрудничеству.

Рынок в состоянии сам генерировать факторы стимулирующие предприятие к переходу в разряд транснациональной корпорации [2; с.287].

Таблица 1 - Притягивающие и выталкивающие мотивы для международного развития торговых сетей

Выталкивающие мотивы	Притягивающие мотивы
Развитый рынок, мало возможностей	Растущее население в принимающей стране
Сильное давление конкурентов, сокращение доли рынка	Экономический рост, рост потребительского спроса в ключевых группах
Насыщение или угрожающее перенасыщение магазинов товарами	Наличие ниши на рынке, потребность экспорта идеи (формулы), хорошо работающей на внутреннем рынке
Медленный экономический рост	Снятие барьера для выхода на рынок
Низкий прирост населения, демографические изменения	Сильный бренд
Запреты на строительство помещений для магазинов, особенно крупных форматов	Фрагментарная конкуренция
Сдерживание роста из-за поглощения корпорациями	Сила и опыт компании
Высокая стоимость управления компанией	Корпоративная философия подразумевает выход на международный рынок
Законодательные акты, ограничивающие развитие деятельности мировых торговых сетей.	Возможность изучать международную торговлю и создать базу для экспансии
	Законодательные акты, способствующие развитию деятельности мировых торговых сетей.

В таблице 1 представлены факторы, влияющие на решение компаний, которая была разработана Оксфордским институтом управления розничной торговлей, но в своих суждениях на наш взгляд они не учли такой мотив, как законодательные акты, способствующие и ограничивающие развитие деятельности мировых торговых сетей. Этот фактор на наш взгляд не в коей мере нельзя оставлять без внимания, ведь именно ориентируясь на государственное регулирование потребительского рынка и законодательные акты, мировые компании выбирают путь экспансии [5; 47].

Предприятиям, планирующим вести свою деятельность на

международной арене необходимо тщательно проанализировать возможные риски, связанные с выходом к внешним рынкам. Необходимо учесть все международные факторы, способные повлиять на деятельность предприятия в другой стране, а так же четко определить цели деятельности и провести грамотный (объективный) анализ планов в соответствии с текущей рыночной конъюнктурой. Исходя из этого мы можем сделать вывод о том, что при разработке и реализации своей стратегии по внедрению во внешний рынок, компания должна быть готова к столкновению с трудностями и иметь достаточное количество ресурсов, в том числе и административных, чтобы их преодолеть. Учитывая все вышеперечисленные факторы, предприятию удастся установить прочные и долговременные деловые контакты на территории других стран, а так же ускорить адаптацию сотрудников, что скажется на слаженной и гармоничной работе предприятия. Примером таких отношений являются взаимоотношения российских и китайских предприятий. Одним из направлений развития внешнеторгового сотрудничества для России может стать развитие центров международной торговли и выставочных комплексов экспортных товаров российских предприятий как в приграничной зоне, так и на территории Китая (подобных китайских выставочным центрам в Гуаньджоу, Пекине, Сянгане, Хайнане и др.). [3; 9]

Таким образом, можно прийти к выводу, что любой компании, вне зависимости от рынка, на который она выходит, приходиться столкнуться с рядом факторов, которые могут сильно отразиться на дальнейшей коммерческой деятельности данной компании, на данном рынке. Без учета рассмотренных ранее факторов, компании придется очень сложно, особенно в условиях жесткой конкуренции. При постройке долгосрочных планов и стратегии, аналитики, занимающиеся изучением нового рынка, должны учитывать национальные особенности, а также сложившиеся предпочтения и культуру. Однако, если компания хочет наиболее успешно вести коммерческую деятельность, то она не должна рассматривать данные особенности рынка, как отдельные факторы. Нужно видеть полную картину, находить связи, и рассматривать все факторы в комплексе.

Использованные источники:

1. Веселов Д.С., Мовчан Р.А. Перспективы развития внешней торговли России в условиях снижения мировых цен на нефть // В сборнике: Россия и Европа: связь культуры и экономики. Материалы XI международной научно-практической конференции: в 2-х частях. Ответственный редактор: Уварина Н.В.. 2015. С. 44-46.

2. Зуб. А.Т. Стратегический менеджмент: учебник. – Издательство «Юрайт», 2013 – 414с.

3. Кучер М.О., Подгорная В.Ю., ТЕНДЕНЦИИ И АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ И КИТАЯ, Сфера услуг: инновации и качество. 2012. № 10. С. 9-14.

4. Козлова А. М. Организационное поведение. - Directmedia, 2013г. – 229с.
5. Приходько К.С., Трансформация потребительского рынка в условиях жесткой конкуренции новых форматов торговли: монография. 2012г.
6. Шимко П.Д., Диденко Н.И., Международная экономика: учебник. – Издательство «Юрайт», 2014г. – 754с.

Строителев А.А.
магистрант
направление подготовки 080100 «Экономика»
магистерская программа «Мировая экономика и международный бизнес»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Краснодар

СТРАТЕГИИ ПРОНИКНОВЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ НА МИРОВЫЕ ТОВАРНЫЕ РЫНКИ

STRATEGY PENETRATION ENTERPRISES ON WORLD COMMODITY MARKETS

Аннотация: в статье рассматриваются стратегии проникновения предприятий на мировые товарные рынки. По результатам исследования сделаны выводы, предложены рекомендации.

Abstract: The article considers the penetration strategy of the enterprises on the global commodity markets. According to the survey conclusions, recommendations.

Ключевые слова: зарубежный рынок; внешняя торговля; международный бизнес; стратегии проникновения на зарубежные рынки

Keywords: foreign market; international trade; international Business; penetration strategy for foreign markets

Современный мир охвачен процессом глобализации, что несомненно обуславливает выход розничной торговли на международный уровень. Удивительно, что это занимает так много времени. С одной стороны можно сказать, что компании работали на международном уровне всегда, поскольку они всегда закупали свои товары по всему миру, хотя в последнее время эти процессы заметно активизировались. После сканирования правовых особенностей рынка, который компания собирается осваивать, начинается очень важный этап, который связан с принятием решения о способе, с помощью которого компания будет проникать на выбранный рынок. Проникновение практически всегда связано с выбором канала распределения. От правильного выбора, зависит вся дальнейшая стратегия компании [3]. В условиях современного рынка, можно выделить три основных способа проникновения на внешние рынки:

– создание собственной сбытовой сети;

– использование различных независимых торговых сбытовых

посредников;

– создание своей продукции на предприятиях фирмы – экспортера в стране, на рынок которой выходит предприятие.

Создание собственной сбытовой сети является возможным вариантом для очень крупных компаний, которые хорошо закрепились на своем внутреннем рынке и имеют большой запас финансовой прочности. Или же для компаний, которые очень хорошо знают рынок, на который выходит компания, также имеющие возможность иметь в чужой стране постоянных представителей, которые будут активно и профессионально продвигать товар и защищать интересы компании. Данный способ ведения бизнеса на иностранных рынках может оправдать себя, если объемы производства продукции будут достаточно большими, чтобы покрыть убытки, связанные с созданием собственной сбытовой сети. Однако, очень большим преимуществом для компании – экспортера, служит постоянный оперативный контроль за деятельностью предприятия на зарубежном рынке, ввиду того, что компания имеет большой объем информации о данном рынке, и может профессионального следить за его конъюнктурными колебаниями.

Вторым вариантом для компаний, желающих заняться коммерческой деятельностью на зарубежном рынке является использование независимых торговых посредников. Целесообразность данного способа не вызывает сомнений при внедрении компании на новый рынок, когда система сбыта еще не создана, а ее создание и вовсе неэффективно. Использование посредников, также вызывается необходимостью в обеспечении потребителя сопутствующими услугами, которыми, компания экспортер не может качественно обеспечивать, в то время как, сбытовые фирмы имеют такую возможность. Данный способ ведения коммерческой деятельности за рубежом требует от предприятия тщательной проработки вопросов касающихся передачи полномочий по экспорту товара, а также вопросов вознаграждения и ответственности за реализацию товара. Все эти пункты оговариваются в соответствующих разделах контракта.

Очень часто крупные компании, которое имеют цель в проникновении на зарубежный рынок, используют сбытовые сети, основывающиеся на договорах с независимыми посредниками, лишь на первых этапах освоения нового для себя рынка. На последующих этапах они очень часто стремятся построить систему сбыта через зависимых, управляемых посредников, формируя тем самым вертикальные маркетинговые системы.

Если фирма решает экспортировать, то ей стоит выбрать между прямым и непрямым экспортом. Непрямой экспорт – это экспорт различных товаров через сеть экспортеров, находящихся в данной стране. Непрямой экспорт, проще чем прямой, потому что он не требует на первых порах больших затрат от фирмы и владения специализированными навыками. В этом случае менеджеры просто следуют заранее прописанным инструкциям

экспортеров. Среди экспортеров выделяются:

– экспортные агенты производителей, которые продают от его имени.

– экспортные комиссионные агенты, закупающие продукцию для своих клиентов за рубеж.

– дистрибьюторы, которые занимаются закупкой товаров за свой счет и занимаются его продажей.

– международные компании, которые имеют уже налаженные связи с рынками многих стран.

Третьим вариантом для компаний, которые хотят заниматься продажей товаров на зарубежном рынке, является создание продукции на предприятиях в стране, на рынок которой выходит предприятие. Такой способов, имеет место, если компания считает рынок очень перспективным, и производство товара на месте, может дать существенную экономическую выгоду, в том числе экономию на транспортных издержках, обхода нетарифных ограничений, таможенных пошлинах, а также экономию производственных затрат. Производя товар в стране потребителя, предприятие в значительной степени повышает эффект от внешнеэкономической деятельности. Однако жизненно важно знать законы страны, так как главное условие – социально – экономическая стабильность [4].

Если фирма все-таки приняла решения начать инвестиции на зарубежный рынок, то имеется несколько альтернатив:

1) Собственный филиал за рубежом;
2) Совместное предприятие (СП);
3) Лицензионное соглашение;
4) Франчайзинг;
5) Производство на заказ;
6) Контракт на управление.

Собственный филиал за рубежом. Если компания желает сразу со всей серьезностью подойти к работе на внешних рынках, то ей непременно стоит вложиться в создание за границе собственных производственных или сборочных предприятий. По мере того, как растет опыт экспортной деятельности и при достаточно высоком объеме зарубежного рынка, сборочные или производственные предприятия за границей потенциально могут принести большую выгоду. В первую очередь, компания может сократить издержки за счет более дешевого сырья или более дешевой рабочей силы, за счет льгот, предоставляемых правительствами иностранных государств зарубежным вкладчикам, за счет сокращения расходов на транспортировку и т.д. Во-вторых, участвую в создании новых рабочих мест, компания гарантирует себе и более притягательный образ в стране-партнере. В третью очередь, у компании зарождаются более глубокие отношения с государственными органами, поставщиками, клиентами, и дистрибьюторами данной страны, что дает большие возможности для

совершенствования системы маркетинга. В-четвертых, компания контролирует свои капиталовложениями и, следовательно, может разработать такую структуру в области маркетинга и производства, которые будут удовлетворять ее долгосрочным задачам в международном масштабе.

Предприятие совместного владения - объединение местных и зарубежных вкладчиков с целью создания в стране коммерческого предприятия, которым они будут владеть и управлять совместно. Заграничный инвестор может получить долю в местной фирме, а местная фирма может обеспечить себе долю в уже функционирующем местном предприятия зарубежной компании, или же обе стороны могут создать, совместными усилиями, новое предприятие.

Данного рода сотрудничество может оказаться необходимым ввиду сложных экономических и политических факторов. У компании может не хватить финансов, рабочей силы, политического влияния, и других ресурсов, для осуществления намеченных планов. А возможен и такой вариант, что совместное владение предприятием является допуском на внутренний рынок страны партнера.

Такой способ ведения бизнеса не является исключением и также имеет свои недостатки. Две стороны могут не сойтись во мнениях относительно маркетинговой стратегии, вложения капитала и прочих особенностей такого рода деятельности. В то же время, как зарубежные компании, особенно американские, пытаются заработать как можно больший капитал, для дальнейшего его вложения в увеличение товарооборота, в то время, как местные компании очень часто предпочитают выдергивать эти поступления из оборота. В то время, как зарубежные компании отводят важную роль маркетинговой стратегии, местные инвесторы, могут зачастую полагаться лишь на организацию сбыта. Кроме того, совместное владение предприятием может затруднить транснациональным компаниям приведение в жизнь конкретных организационно-правовых нововведений в сфере производства и маркетинга во всемирном масштабе.

Совместное предприятие основывается на соглашении, по которому два или более партнера управляют и владеют зарубежным предприятием. Данное предприятие зачастую размещается в родной стране одного из этих партнеров. Такого рода предприятия имеют ряд преимуществ:

– снижение рисков при ведении коммерческой деятельности ввиду того, что партнеры могут покрывать риски друг друга. К примеру, компания с усовершенствованной технологией производства может заключить соглашение с компанией, которая уже функционировала на данном рынке и имеет свою систему дистрибуции. Таким образом обеспечивается быстрый доступ к сетям распределения;

– компания имеющая ограниченные финансы, но обладающая большим в ведении международного бизнеса может заключить выгодное соглашение с компанией, владеющей значительными финансовыми

средствами, но имеющей мало опыта в ведении бизнеса и создании сетей сбыта;

– совместные предприятия отличаются хорошей гибкостью к постоянным изменениям внешней среды.

Лицензионное соглашение является одним из наиболее простых путей для вовлечения производителя в систему международного маркетинга. Лицензиар вступает в контрактное соглашение с лицензиатом на заграничном рынке, продавая права на использование производственного процесса, патента, товарного знака, секрета фирмы или другой ценной детали в обмен на получение гонорара или лицензионный платеж. Лицензиар получает пропуск на рынок с минимальным риском, а лицензиату не приходится начинать с нуля, так как он сразу получает необходимый производственный опыт хорош известное имя и товар.

К недостаткам такого подхода можно отнести тот факт, что компания, при нем, располагает меньшим контролем над лицензиатом, нежели чем над вновь созданным предприятием. Также нужно отметить что, если лицензиат преуспеет по-крупному, прибыль пойдет к нему, после окончания срока контракта, фирма может внезапно обнаружить, что создала конкурента.

Франчайзинг - это более развитая форма лицензирования, при которой одна сторона предоставляет другой стороне возмездное право действовать от своего имени, используя товарные знаки или бренды франчайзера. Франчайзинг чаще всего используется, если компания франчайзи не желает тратить значительные средства на раскрутку, маркетинг и создания собственного бренда. В таких ситуациях, компания, которая владеет капиталом на оплату роялти, хочет сразу ворваться на рынок, и сразу начать активно вести коммерческую деятельность. Также данный способ, помогает в некоторых случаях избежать входной барьер возможной конкурентной борьбы

Производство на заказ. Еще один вариант ведения коммерческой деятельности – соглашения контракта на выпуск товара с местными производителя. Недостатком подрядного производства является неполный контроль компании за процессом производства и за количеством непредвиденных убытков. Однако оно дает возможность компании развернуть деятельность намного быстрее, с меньшим потенциальным риском и с перспективой вступления в партнерство с местным производителем с последующей возможностью покупки его предприятия.

Контракт на управление. В данном случае компания дает право зарубежному партнеру на использование «ноу-хау» в области управления, а тот поставляет необходимый капитал. В данном случае, компания экспортирует не товар, а скорее услуги по управлению организационной структурой. Управление по контракту - это возможность выхода на зарубежный рынок с минимальным риском и получение прибыли с самого начала деятельности. Но все же, прибегать к нему будет нецелесообразно,

если компания располагает ограниченным количеством квалифицированных кадров, которых можно было бы использовать с большей выгодой для себя, или в том случае, если самостоятельный контроль за предприятием в целом, принесет гораздо большие прибыли. Помимо вышесказанного, управление по контракту на определенное время лишает фирму возможности выстроить собственное предприятие [1; 11].

В заключение хотелось бы изучить обзор российского рынка слияний и поглощений. Ввиду огромного потенциала рынков развивающихся стран, таких как, например, Вьетнам и Камбоджа, российские игроки стремятся выйти на эти рынки и увеличивать свое присутствие в этих странах. Во-вторых, российские компании расширяют производственную базу за рубежом, чтобы быть ближе к конечным потребителям продукции. В-третьих, компании увеличивают свою долю на зарубежных рынках для диверсификации географии поставок. Одним из направлений развития внешнеторгового сотрудничества для России может стать развитие центров международной торговли и выставочных комплексов экспортных товаров российских предприятий как в приграничной зоне, так и на территории Китая (подобных китайских выставочным центрам в Гуаньджоу, Пекине, Сянгане, Хайнане и др.) [2; 9].

Компания, при нужном желании может добиться большого прогресса, в плане экономического присутствия, почти во всех странах мира, но нужно отметить, что к данной цели можно идти разными путями. Первый путь – это стратегия диверсификации деятельности, с помощью которой, компания может очень быстро проникнуть почти на все зарубежные рынки, плавно наращивая свое присутствие на каждом из этих рынков. Этого можно добиться, например, при помощи либеральной лицензионной политики по отношению к определенному виду продукции, с тем, чтобы получить достаточные вливания финансов, для первоначальной широкой экспансии. Данная компания сможет увеличить свою роль в международной деятельности, перехватывая контракты, полученные ранее другими фирмами. Второй путь – стратегия концентрации на определенном виде деятельности, при помощи которого компания может проникнуть лишь в несколько стран и приостановить дальнейшее расширение внешнеэкономической деятельности по миру до того момента, при котором ее конкурентные позиции и статус по основным внешнеэкономическим направлениям, не укрепиться. Однако существуют и гибридные варианты стратегий: например, быстрое проникновение практически на все рынки, при этом концентрируя основные усилия всего лишь на нескольких рынках.

Использованные источники:

1. Асосков А.В. «Правовые формы участия юридических лиц в международном коммерческом обороте». - М.: Логос, 2009г. – 72с.
2. Кучер М.О., Подгорная В.Ю., ТЕНДЕНЦИИ И АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ И КИТАЯ, Сфера услуг: инновации и

качество. 2012. № 10. С. 9-14.
3. Приходько К.С., Трансформация потребительского рынка в условиях жесткой конкуренции новых форматов торговли: монография. 2012г.
4. http://www.enshteyn.ru/marketing_reklama_pr/strategiya_mezhdunarodnogo_marketinga/strategii_proniknoveniya_na_zarubezhnye_rynki.html - информационный ресурс

Тарасова И.А.
магистрант
кафедра «Управление персоналом»
РАНХиГС ПИУ им П.А. Столыпина
Россия, г. Саратов

ВАЖНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Аннотация.

В сфере управления человеческими ресурсами в большинстве своем человек все чаще рассматривается не просто как объект управления, а как ценный ресурс организации, рациональное и эффективное использование которого в целом определяет эффективность развития организации. Поэтому особенно важным становится найти и активизировать данный ресурс.

Ключевые слова: управление, организация, человек, человеческий ресурс, человеческий потенциал.

In the sphere of human resource management in the majority of people is increasingly being seen not just as an object of management, as well as a valuable resource of the organization, rational and efficient use of which as a whole determines the efficiency of the organization. Therefore, it is to find and activate this resource is especially important.

Keywords: management, organization, human, human resources, human potential.

Управление человеческими ресурсами в современном мире является одним из решающих факторов успешного функционирования и развития организации. Человек сегодня – не просто рабочая единица, выполняющая определенные функции, а один из ценных ресурсов организации, обеспечивающий ее конкурентоспособность и выживание.

Чаще всего руководители концентрируют внимание на управлении финансовыми потоками организации, на развитии маркетинга и т.п., в то время как управление человеческими ресурсами остается одним из слабых звеньев в общей системе управления.

Можно выделить несколько основных причин, почему человеческими ресурсами нужно и важно управлять, почему необходимо вкладывать средства в развитие человеческого потенциала.

Во-первых, управляя человеческими ресурсами, мы напрямую влияем на стоимость компании на рынке, на ее статус. Ко всему прочему

повышается и доля активов нематериальных, таких как рост интеллектуального потенциала членов организации, бренд, изменение кадровой политики.

Во-вторых, управление человеческими ресурсами может вывести организацию на лидирующие позиции, а также помочь выжить в условиях все увеличивающейся конкурентной борьбы.

В-третьих, по оценкам экспертов, именно эффективное управление человеческими ресурсами помогает хорошим, успешно работающим организациям завоевать статус лидеров в определенном сегменте рынка, повысить уровень доверия к таким компаниям со стороны потенциальных потребителей и партнеров.

Именно поэтому управление людьми и восприятие их как важнейшего ресурса, способного принести большую пользу – одна из центральных областей управления организацией. Люди, в отличие от иных ресурсов организации всегда готовы к самосовершенствованию и саморазвитию, особенно если руководство компании создает для этого благоприятную почву. Люди могут создавать новые продукты и услуги, не имеющие аналогов, а также контролировать и оценивать их качество, они могут эффективно использовать и управлять финансовыми ресурсами.

Люди- это неисчерпаемый источник возможностей и инициатив, в то время как другие ресурсы организации весьма ограниченны.

Использованные источники:

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. – 10-е изд.: пер. с англ. / под ред. С. К. Мордовина. – СПб. : Питер, 2012. – 848 с.
2. Боровских Е.А. Эффективность инвестиций в человеческий капитал // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – №1. – С. 100–104.
3. Кадровый потенциал организации // Мир экономики. Экономический интернет-журнал. – 2011. – № 11.

Трокина А.А.
магистрант 2 курса
факультет «Экономики и управления»
Березина Е.С., к.э.н.
научный руководитель, доцент
Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина
Россия, г. Саратов

МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ КАК ОДИН ИЗ ЗНАЧИМЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация: Статья посвящена актуальному вопросу для сферы розничной торговли в связи с высокими показателями текучести кадров в данной отрасли – лояльности персонала, высокий уровень которой достигается путем применения руководством компании эффективной

системы мотивации. Автором рассмотрены наиболее распространенные и активно используемые для данной сферы методы мотивации, а также отмечены те потребности сотрудников, которые в наименьшей степени удовлетворяются работодателем.

Ключевые слова: розничная торговля, лояльность персонала, материальная мотивация, нематериальная мотивация.

В настоящее время в условиях, когда выбор товаров в торговых залах, на прилавках магазинов практически идентичен, когда многие товары схожи по техническим и качественным характеристикам, то на первый план выходит подача товара, его презентация и уровень обслуживания покупателей. В свою очередь, достойный уровень обслуживание покупателей зависит от квалифицированного персонала компании с наивысшим проявлением лояльности, приверженного своей организации. Готовность работников внести максимальный вклад для достижения целей организации, самоотдача сотрудников определяются их собственным желанием трудиться в полную силу, настроем на работу, в основе которого лежит мотивация. Важное значение мотивация приобретает для предприятий сферы торговли.

Актуальность данной темы связана с тем, что конкуренция в сфере розничной торговли постоянно усиливается, особенно это касается российского пространства, где, вследствие глобализации и интеграции в международную систему торговли, появляются новые крупные компании. Чтобы удержаться на плаву и, тем более, преуспеть, руководители бизнеса начинают применять новые подходы к управлению, которые касаются, в первую очередь, персонала, а конкретно его мотивации, вследствие чего происходит повышение уровня лояльности сотрудников к компании. Пристальное внимание к вопросам лояльности персонала в сфере торговли было уделено вследствие высокой текучести кадров в данной отрасли.

Определимся с понятиями лояльность и мотивация персонала. Существует множество подходов к определению понятия «лояльность», но до сих пор нет однозначного определения феномену «лояльность» персонала. В данной статье будет использовано определение М.И. Магура. Под лояльностью персонала он понимает эмоциональную привязанность к организации, желание оставаться ее членом; удовлетворенность содержанием работы, своей карьерой в организации; ощущение внимания и заботы со стороны организации; уверенность в целесообразности длительной работы в данной организации [1; с. 46].

Для поддержания лояльности важно понять и изучить мотивацию персонала, ведь выявление и удовлетворение основных мотивов сотрудников – лучший способ повышения уровня лояльности. Мотивация персонала – это совокупность внутренних и внешних движущих сил (мотивов), которые побуждают человека к деятельности, задают границы и формы деятельности и придают этой деятельности направленность,

ориентированную на достижение определенных целей [2; с. 26].

Связь мотивации сотрудника и уровня его лояльности к компании налицо. Упрочение мотивов зависит от удовлетворенности работающих многими факторами трудовой деятельности. Чем выше удовлетворенность работой сотрудника, тем больше вероятности на возникновение у него лояльности. В данном случае имеет место теория мотивации Абрахама Маслоу. Она гласит, что потребности иерархичны, предметом психологии является поведение, а не сознание человека. В основе поведения лежат потребности человека.

Согласно двухфакторной теории Фредерика Герцберга, отношение человека к своей работе определяется двумя группами факторов. В первую группу (гигиенические факторы) входят заработная плата, благоприятные условия труда и социально-психологический климат в коллективе, стиль управления руководителя, политика компании в целом. Во вторую (мотиваторы) – признание и одобрение результатов работы, успех, высокая степень ответственность, возможность карьерного продвижения. Только удовлетворенность этими характеристиками влияет на привязанность к организации и побуждает работника повышать уровень профессионализма, качества работы, показывать свою лояльность руководителю.

Система мотивации, применяемая в компании, торгующей в розницу, будет значительно отличаться от системы, принятой в оптовой компании: активные продажи требуют иных стимулов, нежели сбыт. Система мотивации включает в себя два основных блока: материальную и нематериальную мотивацию.

Как, правило, стимулирование торгового персонала включает в себя выплату заработной платы (оклада) в сочетании с премиальной частью, которая выражается в виде дополнения к обязательному вознаграждению процентов от продаж. Причем процент от продаж может устанавливаться по-разному: возможно установление фиксированного, постоянного процента от общего объема продаж магазина, либо процент зависит от личного вклада сотрудника, в других случаях – от должностного положения.

Принцип «оклад плюс проценты от продаж» является наиболее распространенным в сфере розничной торговли и актуальным, так как такая система вознаграждения имеет привязку к конкретным результатам работы и является дифференцируемой, то есть изменяемой в зависимости от прилагаемых работником усилий и качества выполнения своих должностных обязанностей.

В сфере розничной торговли активно используется предоставление сотрудникам компании, так называемой, дисконтной карты с фиксированной суммой скидки на приобретение собственного товара или продукции. Следовательно, сотрудники, приобретая товар своей компании, тем самым, показывают одобрение данному товару, убеждены в его высоком качестве, что говорит для руководителя о лояльности сотрудника. Также нужно

отметить, что приобретенный работником товар является некой рекламой для его друзей, знакомых и родственников, за чем следует увеличение покупателей

В рамках нематериальной мотивации распространены доски почета с лучшими «продажниками» месяца, квартала, года. В случае, если бюджет организации позволяет, то к этим знаменательным событиям руководитель может приурочить заслуженный подарок для победителя конкурса в номинации «Лучший продавец». Это говорит сотрудникам о том, что руководитель их заметил, оценил и признал, как хорошего специалиста в своем деле.

Немаловажным для мотивации персонала в розничных компаниях является проведение корпоративных праздников. Это могут быть корпоративные мероприятия, посвященные основанию компании, Новому году, профессиональные праздники. Цель таких мероприятий – сплочение коллектива, формирование и развитие корпоративной культуры.

Как правило, в магазинах работают молодые студенты, совмещающие учебу с работой, которым дают возможность использования удобного для каждого сотрудника гибкого графика и неполного рабочего времени. Это свидетельствует о том, что руководитель берет во внимание интересы работников и стремится достигать цели организации не в ущерб интересам сотрудников.

К мотивации персонала можно также отнести предоставление всем сотрудникам специальной формы с фирменными цветами и элементами корпоративного стиля. Это показывает работникам – они одна команда, работающая для достижения единой цели.

Анализ основных теорий мотивации, а также практика показывают, что руководители организаций практически не учитывают самую главную потребность для каждого человека, а именно потребность в безопасности, то есть социальную защищенность, социальное страхование, гарантии занятости, а также потребность в признании (служебное продвижение, признание за хорошую работу). Неудовлетворенность потребностей сотрудника на работе приводит к таким проявлениям нелояльного поведения как ложь, обман, нарушение достигнутых договоренностей, преимущество личных интересов над интересами организации. Такое поведение, как правило, приводит к уходу сотрудников из организации, то есть к текучести кадров.

Таким образом, эффективность работы торговой компании, его товарооборот и количество прибыли во многом зависит от лояльных продавцов, консультантов и кассиров, качественно выполняющих свою работу, в результате созданной работодателем эффективной и слаженной системы мотивации, которая удовлетворяет потребности сотрудников компании. Для большего успеха руководителю необходимо тщательнее изучать мотивы и потребности каждого сотрудника, чтобы определить,

какие факторы будут для него мотивирующими, то есть главным правилом мотивации персонала является индивидуальный подход к каждому работнику, ведь именно таким образом можно добиться максимальных результатов.

Использованные источники:

1. Магура М.И., Курбатов М.Б. Современные персонал-технологии – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез»», 2003. – С. 45-47.
2. Одегов Ю.Г., Руденко Г.Г. Мотивация персонала: Учебное пособие. Практические задания (практикум)/ Ю.Г. Одегов, Г.Г. Руденко, С.Н. Апенько, А.И. Мерко. – М.: Издательство «Альфа-Пресс». – С.26.

СОВРЕМЕННЫЕ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЕ

Деменок Я.В.
магистрант
Балтийская государственная академия рыбопромыслового флота
Россия, г. Калининград

ИССЛЕДОВАНИЕ МОТИВОВ ВЫБОРА АБИТУРИЕНТАМИ ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ВУЗОВ Г. КАЛИНИНГРАДА)

Статья посвящена исследованию мотивов выбора абитуриентами гуманитарного образования. Отмечается значимость единства технической и гуманитарной составляющей в подготовке современных специалистов в техническом университете г. Калининграда.

Ключевые слова: мотивация, престижность, образование, компетенции, специальность, технический университет.

The article aims to analyse the motives for choosing of specialties of economic and legal areas. The results of a study conducted on the example of technical universities of Kaliningrad.

Key words: motivation, prestigiousness, education, competence, speciality, technical universities.

Российское образование, находясь в процессе модернизации, извлекает из опыта прошлого различные уроки и пытается найти фундаментальные позиции, которые могут поставить его на прочные методологические рельсы. В связи со снижением роли государства в регулировании социально-экономических отношений в начале 90-х годов, среди выпускников средних общеобразовательных школ наиболее востребованным стало получения экономического и юридического образования. Высокий спрос на образовательные услуги в обществе, вступающем в рыночные отношения, способствовал стремительному развитию на данном историческом этапе сектора коммерческого образования. Получить, ставшее популярным образование в области юриспруденции, экономики и управления, помимо традиционных государственных вузов, стало возможным в некоторых

технических вузах, где подобные специальности являлись непрофильными. Выбор того или иного учебного заведения зависел от престижности диплома, объема денежных затрат на обучение, возможности получения специальности по более низкой стоимости. Соединение учреждений, структурное изменение содержания по принципам Болонского процесса, введение в государственные стандарты компетенций, измерительных инструментариев качества усвоения знаний, поднимают ряд проблем, которые предстоит решать путем разрушений многих традиций системы российского образования, что замедляет процессы созидания, если при этом учитываются не только вызовы времени, но и региональные и личностно-значимое потребности. А поскольку в государственных стандартах есть только наметки на эти преобразования как концептуальные, то можно считать, что российское образование и во втором десятилетии XXI века находится в процессе поиска наиболее эффективной модели образования в высшей технической школе, отвечающей социальным вызовам времени. В статье Т. М. Дерендяевой «Проблемы управления качеством высшего образования» подчеркивается, что «стандартизация образования задает нормы, требования, ценности, взаимосвязи обеспечения качества профессиональной подготовки в вузе и системы его критериев и диагностики, а технология обучения как основная характеристика образовательного процесса является средством адаптации подготовки специалиста требованиям рынка. Обеспечение качества профессиональной подготовки выпускников стимулирует вузы на осуществление интеграции науки, производства и образования для достижения соответствия содержания, форм и методов обучения перспективным направлениям развития социальной и профессиональной среды» [1]. В условиях перехода к рыночным отношениям выдвигаются радикально новые требования к содержанию, управлению и организации системы образования, тем не менее, очевидно, что за прошедшие десятилетия значительно снизилась активность студентов в научно-исследовательской деятельности и научно-техническом творчестве [1]. Несмотря на рост количества выпускников по экономическим и юридическим специальностям, обострение конкуренции между специалистами на рынке труда, наметившееся возрастание потребности в специалистах технического профиля, наиболее популярными в 1990-2016 гг. у абитуриентов оставались специальности гуманитарного направления [2,3]. Конкурирующими направлениями трёх Калининградских вузов, по данным исследования, стали «Экономика», «Менеджмент» и «Сфера обслуживания». Кадровые агентства констатируют избыточное количество некоторых специалистов на рынке труда, но в то же время утверждают, что специалистов высокого уровня до сих пор недостаточно. Существует обоснованное мнение, что экономика и юриспруденция - это не просто вузовские специальности, а базис, необходимый современному человеку любой профессии. [1,2,3].

В статье Т.М. Дерендяевой и Г.А. Мухиной «Особенности интеграции социально-экономического и инженерно-технического образования при подготовке специалистов современных производств» подчеркивается, что в условиях диверсификации экономики сфера применения юристов и экономистов достаточно широка, чтобы можно было поднимать вопрос об их перепроизводстве [2]. Некоторые эксперты полагают, что гуманитарии широкого профиля всегда будут востребованы на рынке труда из-за их умения мыслить широкими категориями. Есть мнение, что инициатива сокращения количества непрофильных специальностей в образовательных организациях позитивна, но, тем не менее, подготовка экономистов для конкретных отраслевых направлений в технических вузах вполне оправдана.

В условиях модернизации и интеграции в мировое образовательное пространство высшее образование должно стремиться к гармоничному сочетанию технического и гуманитарного начал. Именно такое образование сможет претендовать на высокий уровень качества.

Использованные источники:

1. Дерендяева, Т. М. Проблемы управления качеством высшего образования. Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2016. №1 (43). С. 147-149.
2. Дерендяева, Т. М., Мухина Г.А. Особенности интеграции социально-экономического и инженерно-технического образования при подготовке специалистов современных производств. Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2016. №3(45). С. 115-117.
3. Пучков, Н.П. Экономическая подготовка специалистов в техническом университете// Вестник ТГТУ. - 2002. Т.8, №4(91). С. 673-678.

Евдокимова М. В.
студент 2 курсf
институт «Торговли, Пищевых технологий и Сервиса»
Уральский государственный экономический университет
Мылтасова О.В.
научный руководитель
Россия, г. Екатеринбург

КАРЬЕРНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация

Данная статья посвящена карьерным и ценностным ориентациям молодых людей в современном мире. Проводится исследование, направленное на выяснение предпочтений молодежи в выборе их будущей работы.

Ключевые слова: карьерные ориентации, профессиональная ориентация, молодежь, ценности и установки

Evdokimova, M. V.

student
2 course, the institution of "Trade, Food technology and Service"
Ural state University of economic
Russia, Ekaterinburg
Scientific director: Myltasova O.V.

CAREER ORIENTATIONS OF MODERN YOUNG PEOPLE

Abstract

This article is devoted to career and valuable orientations of young people in the modern world. The research directed to clarification of preferences of youth in the choice of their future work is conducted.

Keywords: career orientations, vocational guidance, youth, values and installations.

В настоящее время, под давлением рыночных преобразований, одним из факторов успешной жизни является достижение человеком высокого общественного положения, которое связано с материальными возможностями, властными полномочиями и является результатом плодотворной и целенаправленной профессиональной карьеры. При выборе карьеры человек принимает важное решение, поскольку все его будущие достижения зависят от того, насколько его личность соответствует с характером работы, а также от совмещения собственных ожиданий в области личной карьеры с возможностями организации.

Обратимся к определениям понятия «карьера».

Понятие «карьера» рассматривается как «движение, процесс, а также путь кого-нибудь к внешним успехам, славе, выгодам, почету, сопровождающее деятельность на каком-нибудь общественном поприще» [3].

У С.И. Ожегова в толковом словаре русского языка [1] под определением карьеры понимается род занятий человека, его деятельности.

В социологическом словаре карьера выступает как «последовательность профессиональных ролей, статусов и видов деятельности в жизни человека; его успешное продвижение по ступеням профессиональной, социальной, должностной, имущественной или иной иерархии» [2].

Таким образом, понятие карьеры можно рассматривать как последовательность развития человека в трудовой деятельности, когда он получает известность, популярность, обогащение, и как подъем по служебной лестнице.

Всегда, говоря о профессиональной карьере, подразумевают продвижение вверх по служебной лестнице в рамках того рода, который был выбран человеком в начале трудового пути. Но в последнее время общество изменило эту модель. Конкурентная борьба и развитие информационных технологий снизили роль понятия «ступеньки карьерной лестницы», зато увеличилось внимание на оптимальное использование собственных

«человеческих ресурсов» работника.

В процессе профессиональной деятельности человеку приходится делать выбор в пользу той или иной ситуации, выбирать одно из двух, расставляя какие-то приоритеты. Поступая на работу, молодой человек должен ставить перед собой определенные цели, однако и организация, которая принимает к себе на работу, также преследует конкретные цели. Поэтому человек должен адекватно оценивать свои деловые качества и возможности и соотносить их с теми требованиями, которые ставит перед ним работодатель, ведь от этого зависит успех его будущей карьеры. Так что же значит карьера для современного молодого человека?

Целью карьеры современной молодежи нельзя назвать конкретную сферу деятельности, определенную работу, должность, невозможно предугадать его место на служебной лестнице. У нее есть и более глубокое содержание. Именно благодаря причинам, по которым человек хотел бы иметь определенную работу или же занимать, несомненно, нужную ступеньку на иерархической лестнице должностей, проявляется сама цель карьеры.

«Для любого человека характерны определенные представления о своих способностях, побуждениях, мотивах и ценностях, составляющих Я–концепцию, с которыми он не сможет не считаться, осуществляя выбор карьеры. В профессиональном плане профессиональная деятельность рассматривается через систему ценностных ориентаций и социальных установок, которые в американской социальной психологии объединяются понятием «карьерные ориентации» [6].

Карьерные ориентации выражают направленность личности на определенные стандарты, нормы и ценности в области карьеры. Основной функцией карьерных ориентацией является то, что они выступают как внутренний источник целей человека, направленных в сферу карьеры, «…выражая соответственно то, что становится для него наиболее важным и обладает личностным смыслом в профессиональной деятельности. Таким образом, «система карьерных ориентаций указывает направления для саморазвития и личностного роста и включает в себя одновременно как их направление, так и способы осуществления» [5].

Для того, что бы выяснить, что конкретно мотивирует людей в поиске их карьеры, обратимся к известной методике американского психолога Эдгара Шейна «Якоря карьеры». «Карьерный якорь», по мнению автора, это заинтересованность к чему-либо или ценность, от которых человек не сможет отказаться, если придется делать выбор.

Психолог считал, что успешнее будет выполнена та работа, которая связана с личностными ценностями человека. Психолог выделил восемь таких ценностей («карьерных якорей»), которые связаны с различными потребностями человека.

1) *автономия*, под которой понимается стремление человека к свободе,

независимости и самостоятельности;

2) *стабильность* выражается в карьерной ориентации, обусловленной потребностями в безопасности и стабильности положения и предсказуемости будущих событий в жизни. Различают два типа стабильности: к первому относится стабильность места жительства, второй тип включает в себя стабильность места работы;

3) *предпринимательство* проявляется в стремлении работать конкретно на себя, а не на других, и, тем самым, преодолевать препятствия, иметь возможность рисковать;

4) Под *вызовом* понимают ориентацию на конкуренцию, одержание победы над другими людьми, способность справляться с препятствиями, разрешение проблем;

5) *профессиональная компетентность* выражается в стремлении показать мастерство в своем деле, улучшать свои способности, ставить цель получения более высокой квалификации, осознания своего профессионализма (ориентация на горизонтальную карьеру);

6) *менеджмент*, в данном случае, помогает ориентироваться на управленческую деятельность (вертикальную карьеру);

7) *служение* проявляется в стремлении получить работу, связанную с общением с людьми, быть полезным для человечества;

8) *интеграция стилей жизни* проявляется в стремлении к тому, чтобы иметь стабильный жизненный баланс (семья, работа и саморазвитие), где нет доминирующего звена.

У каждого человека свои знания, умения, навыки, ценностные ориентиры. «Для периода ранней взрослости, помимо материальных ценностей, актуальна тема самореализации, нахождения себя в различных формах деятельности. Современный молодой человек пытается примерить на себя «одежду» взрослого и непременно приходит к вопросу об актуальности выбранной будущей профессии. Перед ним стоят требования, диктуемые обществом - приобрести социально важный навык, умение, ремесло, быть адаптированным специалистом» [7]. Но, по нашему мнению, именно «карьерные якоря» показывают, что для человека самое важное.

Карьерные предпочтения молодежи могут быть разные: у кого-то может доминировать ориентация на интеграцию стилей жизни совместно с автономией и служением, у кого-то – на интеграцию стилей жизни, предпринимательство, стабильность и пр. Но во всех случаях молодой человек выбирает и ценит баланс выбранной деятельности и других стилей жизни, свободу, возможность использовать свои навыки, умения и таланты для служения важной для себя цели. При этом на карьерные ориентации оказывает влияние успешность студентов в обучении «… мы обнаружили закономерность, определяющую достоверные различия в показателях успешных и неуспешных в обучении студентов. Более того, Можно отметить, что успешно обучающиеся студенты, в отличие от неуспешных в

обучении, вне зависимости от направления подготовки, более ориентированы на такие карьерные ориентации как Менеджмент, Служение, Вызов» [8].

Выбор приоритетной карьерной ориентации современной молодежи зависит от макросоциальных факторов, так как это поколении наиболее чувствительно к переменам общества. Наиболее приоритетной карьерной ориентацией выступает ориентация на стабильность, обычно связанная с нестабильностью в социально-экономической ситуации, когда необходимо включение в профессиональную деятельность. В таком положении человек, завершающий обучение, предпочитает такую работу, которая гарантирует ему устойчивую перспективу и защиту.

Также при выборе приоритетной карьерной ориентации может влиять и статус человека в конкретный момент его жизни и его профессиональный опыт. Например, молодые люди, которые только начинают свое профессиональное обучение больше ориентируются на предпринимательство, а студенты старших курсов, у которых имеется опыт прохождения различных практик, скорее выберут профессиональную компетентность в качестве приоритетной карьерной ориентации.

Таким образом, ведущие предпочтения современной молодежи в карьере носят социальный характер и в целом связаны с его будущей профессиональной деятельностью.

Использованные источники:

1. Ожегов, С. И. Словарь русского языка [Текст] / под ред. чл.-корр. АНСССР Н.Ю. Шведовой. – 20-е изд., стереотип. М. : Рус. яз., 1989. – 750 с.
2. Янченко, И. В. Педагогический смысл понятия «карьера» [Текст] / И. В. Янченко // Педагогика: традиции и инновации: материалы междунар. науч. конф.– Челябинск: Два комсомольца, 2011. – С. 102-105.
3. Ушаков, Д.Н. Толковый словарь русского языка [Текст] / ред. Д. Н. Ушаков. – Изд. изм. и испр. Т. 1: А-М. М. : Вече: Мир кн., 2001. – 703 с.
4. Десслер Гари. Управление персоналом [Текст] / пер. с англ. – М.: «Издательство БИНОМ», 1997. – 432 с.
5. Полянская, Е.Н. Карьерные ориентации современной российской молодежи [Электронный ресурс] / Е.Н. Полянская // Современные проблемы науки и образования. – Выпуск № 2. – 2014. Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/kariernye-orientatsii-sovremennoy-rossiyskoy-molodezhi . – 18.10.2016.
6. Терехова, Т.А. Проявления карьерных ориентаций у студентов-психологов / Т.А. Терехова // Гуманитарный вектор. – 2011. – №1 (25). – С.120-126.
7. Цимлякова А. С., Мылтасова О. В. Динамика мотивационно-ценностных установок в среде современной молодежи // Актуальные проблемы социологии культуры, образования, молодежи и управления / Под общ. ред.

Ю.Р. Вишневского. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – С.1071-1076.
8. Мылтасова О.В., Ломтатидзе О.В. Исследование карьерных ориентаций у студентов дневной формы обучения в зависимости от успешности обучения // Современные методы практической психологии. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – С. 34-40.

Мешкова А.Н.
студент
Балтийская государственная академия рыбопромыслового флота
Россия, г. Калининград

ИНТЕГРАЦИЯ ГУМАНИТАРНОГО И ТЕХНИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ ПОДГОТОВКИ СОВРЕМЕННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

В статье обосновывается значимость единства технической и гуманитарной составляющей в подготовке молодых специалистов в современных технических образовательных организациях.

Ключевые слова: высшее образование, интеграция гуманитарного и технического образования, специальность, технический университет.

THE INTEGRATION OF HUMANITIES AND TECHNICAL EDUCATION AS AN OBJECTIVE THE NEED OF TRAINING OF MODERN SPECIALISTS

The article explains the importance of unity of technical and humanitarian component in the training of young specialists in the modern technical educational organizations.

Key words: higher education, integration of Humanities and technical education, specialty, technical University.

Актуальность и многоаспектность проблемы интеграции социально-экономического и инженерного образования при подготовке современных специалистов для наукоемких производств на современном этапе реформирования российского образования не вызывает сомнения и привлекает к своему решению специалистов различных профилей и научных направлений. Вопрос о целесообразности подготовки специалистов гуманитарного и социально-экономического профилей в технических образовательных учреждениях не перестает быть предметом широких дискуссий.

Практика сосуществования гуманитариев и технарей в современных университетах свидетельствует, о том, что их противопоставление имеет скорее традиционно-формальный, нежели принципиальный характер, истоки которого имели место в середине прошлого столетия, нынешнее содержание дискуссий, отражает реалии нашего времени, когда происходит

гуманитаризация инженерного образования, а социально-экономическое и гуманитарное знание прирастает необходимой естественнонаучной компонентой. Предложения по гармоничному сочетанию технического и гуманитарного начал в вузах могут служить основой выработки практических мер для повышения эффективности образовательного процесса руководителей. В условиях модернизации высшего профессионального образования, его интеграции в мировое образовательное пространство особенно требует поддержки ориентация будущих специалистов производственной сферы на человеческий фактор, на стремление к гармоничному сочетанию природного и техногенного. Многими авторами отмечается значимость союза технического и гуманитарного начал не только в вузе, но и в современном обществе. По их мнению, не должно иметь место неоправданное «выдавливанию» гуманитарных и социально-экономических специальностей из технических университетов и противопоставление технических и гуманитарных специальностей [1,2,3]. В статье Т.М. Дерендяевой и Г.А. Мухиной «Особенности интеграции социально-экономического и инженерно-технического образования при подготовке специалистов современных производств» подчеркивается, что «истинным предназначением университетов как важнейшей структуры высшего профессионального образования является не только подготовка кадров, но и удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии» [2]. Ведь хорошо известно, что любой университет изначально является учебным заведением, студенты которого получают образование в самых разных областях. Анализ опыта создания и функционирования инновационных университетов Калининграда, Москвы, Ростова-на-Дону, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода, Казани и др. показывает, что в реализуемых концепциях недостаточно учитывается методологическая целостность междисциплинарных научных знаний (технических, экономических, психолого-педагогических и др.). В то время как содержание каждой науки, отраженное в учебных дисциплинах, вносит свой вклад в развитие человека. Во второй половине 80-х гг. была развернута широкая дискуссия о необходимости усиления экономической подготовки и обучения основам менеджмента студентов инженерных специальностей. Это диктовалось внедрением новых условий хозяйствования и рыночных механизмов управления. Технические вузы в этих условиях усилили экономическую подготовку в рамках образовательных программ инженерного профиля, и открыли ряд специальностей по направлениям «Экономика» и «Менеджмент». Образовательные программы по данным направлениям были ориентированы на подготовку экономистов и организаторов промышленного производства с учетом отраслевой и рыночной специфики. Этот подход остается актуальным и сегодня, когда экономика страны переживает сложный период перехода на инновационные

рельсы, что требует не только повышения качества экономического образования будущих инженеров, но и обучения студентов всех уровней производственному, стратегическому и инновационному менеджменту. Молодые специалисты, обладающие компетенциями, формируемыми интегрированными знаниями в области инженерных, экономических, юридических и управленческих дисциплин, составляют основу многопрофильного кадрового потенциала региона и страны.

Использованные источники:

1. Дерендяева, Т. М. Проблемы управления качеством высшего образования. Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2016. №1 (43). С. 147-149.
2. Дерендяева, Т. М., Мухина Г.А. Особенности интеграции социально-экономического и инженерно-технического образования при подготовке специалистов современных производств. Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2016. №3(45). С. 115-117.
3.Пучков, Н.П. Экономическая подготовка специалистов в техническом университете// Вестник ТГТУ. - 2002. Т.8, №4(91). С. 673-678.

Миславская Н.А., доктор экономических наук
доцент, профессор
Департамент учета, анализа и аудита
федеральное государственное образовательное
бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Россия, г. Москва

ИЗ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО ЗНАНИЯ

Важность исторического опыта и накопленных знаний для развития общества неоспорима и общеизвестна. В первую очередь сказанное касается решения насущных вопросов, которыми озадачены наши современники.

Проецируя важность исторической науки на проблематику бухгалтерского знания, отметим, что обоснованное формирование финансово-хозяйственной реальности российского общества неразрывно координирует с познанием связанных с соответствующим историческим развитием процессов и явлений, посредством чего формируется идеологическое сознание современного бухгалтерского сообщества. Информация прошлых событий влияет на наличие у специалистов профессионального патриотизма.

Непосредственным, «живым» источником подобного знания в отношении бухгалтерского учета, безусловно, являются периодические

издания, которые приобрели свою перманентность в конце IXX века. Одним их самых известных здесь является журнал «Счетоводство», который вышел в свет в 1888 году. Он представлял собой издание, посвященное коммерческим и финансовым знаниям. Учредителем, редактором и издателем журнала был Адольф Маркович Вольф, в то время являющийся Заведующим «1-го в С.-Петербурге Бухгалтерского Кабинета».

Задачи данного издания заключались в служении делу счетоводства посредством установления истинного взгляда на его первостепенное значение, демонстрации влияния данной профессии на успешное функционирование каждого предприятия и «содействия к упорядочению и улучшению постановки его» [2, с.1]. Предполагалось, что журнал своими сообщениями относительно теоретических и практических сведений в области счетоводства будет полезен хозяевам предприятий и их служащим, в частности бухгалтерам.

Непосредственное знакомство с номерами этого издания свидетельствует, что его содержание было широко по спектру и структуре охватываемых вопросов: статьи общего содержания; теория счетоводства; специальное счетоводство; коммерческие знания; темы, задачи и вопросы; библиография; разные статьи.

В разделе «Статьи общего содержания» представлялась информация, с которой редакционная коллегия обращалась к читателям, а также касающаяся насущных вопросов преподавания бухгалтерского дела, актуальных научных дискуссий. «Теория счетоводства» рассматривала и объясняла научные подходы учетных теорий. «Специальное счетоводство» представляло собой подробные учетные разъяснения в разрезе железнодорожного, горнозаводского, земского, банковского, сельскохозяйственного и государственного разделов, а также счетоводства винного дела. В «Коммерческих знаниях» мы видим статьи информационного и учетного характера относительно всевозможных отношений предприятий, банков и государства, торгового права и коммерческих вычислений. Раздел «Темы задачи и вопросы» служил для живого и непосредственного общения компетентных и заинтересованных читателей, так как здесь каждый мог, как задать свой вопрос, так и получить на него компетентный ответ в следующем, или следующих номерах издания, которое первоначально выходило с периодичностью два раза в месяц, а в 1889 и в 1890 годах превратилось в еженедельник. «Библиография» представляла аннотации и пояснения к новым профессиональным изданиям, статистические сборники, очерки по коммерческой географии и хозяйственной статистике, списки несостоятельных должников и т.п. «Разные статьи» предназначались для опубликования распоряжений по делам, биржевой хроники, критических откликов на статьи, как данного журнала, так и иных подобных.

Примечательно, что в решении актуальных практических вопросов

принимали непосредственное участие все занятые в профессии специалисты того времени. Происходило это посредством объявления соответствующих конкурсов, победители которых имели возможность получить значительное денежное вознаграждение. Так, в том же 1888 году, Ф.И. Базилевский, просвещенный и почитаемый русский деятель на поприще промышленного труда и предпринимательства, предоставил в полное распоряжение редакции журнала тысячу рублей на предмет соискания премии за лучшие сочинения по счетоводству.

Учитывая возможность оптимизации в решении современных профессиональных вопросов, особый исследовательский интерес вызвала проблематика, соответствующая тому времени. В этом смысле для нас стал неожиданностью тот факт, что в первых же номерах журнала было заявлено о превратном понимании бухгалтерского знания многими экономическими специалистам (особенно практикующими), о недооцененности той основополагающей информационной составляющей, которую порождает деятельность счетовода, о незаслуженном «отодвигании» бухгалтерского учета чуть ли на последнее место в ряду экономических наук. Удивительно было читать подобные материалы, так как они ярко свидетельствовали о том, что за сто двадцать лет развития бухгалтерского учета актуальность вопроса не исчезла. Сегодня нам точно также, как и нашим предшественникам, приходится отстаивать свое право на научность знания, представлять свое видение проблем, которые связаны с затянувшимся процессом реформирования национальных стандартов бухгалтерского учета в соответствии с требованиями Международных стандартов финансовой отчетности. Однако различия присутствуют и для их оценки и понимания необходимо привести точку зрения на вопрос наших предшественников.

В свете вышесказанного, особо привлекла внимание и вызвала эффект «дежавю» статья управляющего главной конторой имени наследника Демидова князя С.- Донато - В.Д. Белова, опубликованная в двадцать втором и двадцать третьем номерах журнала под заголовком «Бухгалтерия в ряду других знаний». Как было отмечено, сто двадцать лет назад актуальной для бухгалтерского учета проблемой было определение его собственного положения среди других наук и отстаивание собственного научного статуса. Как и сегодня, рассуждения автора предваряются риторическим вопросом о кажущейся праздности постановки вопроса, так как бухгалтерское дело, по мнению большинства, не представляет из себя ничего более, чем свод практических правил, имеющих целью упрощение искусства считать. В.Д. Белов пишет, что если бы такое распространенное мнение было справедливо, то он бы не решился поставить предлагаемый вопрос на обсуждение. Однако, вопреки убеждению большинства, бухгалтерский учет представляет собой предмет огромной практической важности, и дело тут вовсе не в претензии на первенство среди других экономических знаний, а в том, что бухгалтерия не приносит должной пользы, которую она могла бы

дать потому, что тотально игнорируется как научное знание, и ее основные принципы не имеют решающего значения ни для нее самой, ни для других порубежных наук. Вследствие этого имеют место некоторые парадоксы. Человеческие знания, в частности, в области экономики, генерируются посредством обобщения наблюдений и накопленного опыта, приобретенного в мире физическом и нравственном. Обобщение имеет целью поиск основного принципа или закона, но как только последний формулируется, со временем выясняется, что закон этот не более чем призрак, гипотеза. Тем не менее, гипотеза принимается за первооснову и вокруг нее выстраивается соответствующая научному знанию атрибутика. Казалось бы, учитывая особенности описанного процесса, научные принципы и концепции не должны возноситься нами на те высоты, которые они занимают. Но психологические особенности человечества таковы, что эти гипотетические законы становятся теми центрами, к которым будут стремиться все результаты проводимых исследований и последующие формулировки частных законов, благодаря чему научное знание развивается, выстраивается в систему и порой приобретает непоколебимую авторитетность. Однако бухгалтерия, как знание, обладает определенной спецификой – в его основе лежит закон двойного счета (принцип двойной записи), который имеет полное право на признание в качестве основного научного закона и, который, по своей сути, так прост, что практико-ориентированные специалисты вовсе отрицают его научное значение, а ученые-теоретики и такие глубокие мыслители как Гете, считают его одним из самых удивительных открытий человеческого разума. Последнее объясняется тем, что мудрость природы проста, а если научные законы сложны, то есть совершили довольно почтенный путь от одной гипотезы к другой, то они будут служить человечеству лишь до тех пор, пока накопившиеся результаты новых наблюдений и нового опыта не разрушат власти господствующей старой гипотезы и, одновременно, не представят материала для новой. В бухгалтерии же нет ничего гипотетического. Закон двойного счета является результатом не индуктивного способа научного познания, столь много давшего естествознанию, но логической дедукции, а применение и развитие его зиждется на строгом математическом уравнении. В этом и заключается причина его простоты, сбивающая с толку одних и, вызывающая заслуженное уважение у других. В этом то обстоятельстве В.Д. Белов и видит главную странность. Казалось бы, научное изыскание справедливо разрешилось, основной закон знания найден, ничего более не остается, как пользоваться этим законом и развивать его в зависимости от конкретных эмпирических обстоятельств. В деле бухгалтерии должны быть оставлены всяческие попытки по изобретению новых систем соответствующего знания, однако, в конце IXX века попытки создания самостоятельных, независимых систем были не редким явлением, что само по себе ставит под сомнение безоговорочное доверие к закону двойного

счета. Здесь имеются в виду предложенные Ф. В. Езерским и Н.У. Поповым система русской тройной бухгалтерии и система одинарного счетоводства соответственно.

Заметим, что в те дни наши соотечественники не стеснялись открыто и, порой, жестко критиковать своих коллег, что является еще одним свидетельством проявления неподдельного интереса и высочайшей степени заботы о своей профессии. Порой публиковались письма читателей, которые затрагивали соответствующие наиболее насущные проблемы. Так в пятом номере за 1888 год была опубликована статья одного из подписчиков «Голос счетовода». Интересны переживания автора по поводу наличия значительного количества руководств и сочинений на тему счетоводства и бухгалтерии, однако, в большинстве своем, авторы данных сочинений не вооружены практическим знанием дела. Вследствие этого, наставления их отвлеченны, шаблонны, бессодержательны, лишены практических указаний, чужды последовательности и системности. Некоторые издания наполнены извлечениями из свода законов торгового устава, устава купеческих приказчиков Москвы, содержат арифметические задачи на правила вычисления процентов, арбитражной практикой. Особое беспокойство автора вызывает факт изобилия в учебной литературе иностранной терминологии, которая даже для подготовленного профессионала является до конца непонятной, а, следовательно, вызывает неоднозначности толкования в отношении ее непосредственного применения в учетном процессе. В учебной литературе не уделяется внимания трактовке бухгалтерии как науки, в результате чего обучающиеся не осознают ее роли и не понимают значения бухгалтерской профессии. Что же касается счетоводства по разнообразным торгово-промышленным делам, где кроме нравственных качеств добропорядочного конторщика и элементарных знаний книговедения требуются более серьезные практические познания, то об этом вовсе не говорится ничего.

В связи с этим возникает вопрос о том, что, по сути, представляет собой счетоводство – научную или чисто практическую систему? В зависимости от формулировки ответа, отношение к интересующему нас вопросу будет разниться. В первом случае, наивысшую и безусловную значимость будет иметь единство системы и ее законов, и искать чего-либо нового в пределах данной системы – значит напрасно терять труд и вводить в заблуждение ее пользователей. Во втором случае, наоборот – появляется полный простор для выбора любой из целого ряда предлагаемых систем, значимость которых в итоге определяется исключительно с точки зрения их практического удобства применения. В первом случае, организация и ведение бухгалтерского учета будут основываться на безоговорочном подчинении научному закону, во втором – на частном, субъективном мнении, что неизбежно приведет к полному произволу. Как же после этого не поставить во главу угла вопрос о научности или псевдо научности

счетоводства? С целью выявления еще большей важности вопроса, остановимся на первом предположении, то есть, предположим, что счетоводство есть научная система и проследим за вытекающими из этого последствиями. К чему, в таком случае, многотомные труды авторов разных самостоятельных систем, идущих в разрез с уже обозначенным научным знанием? Они приводят к тому, что обучающиеся нашему общему делу, закупающие дорогостоящие руководства по различным системам счетоводства, отуманенные всей этой безжизненной эрудицией и лишенные фундаментальной базовой основы, усваивают исключительно субъективные взгляды преподавателя, критическая оценка коих в подобных условиях представляется невозможной. Такое положение дел впоследствии является тормозом в стремлении учащихся найти путь к истине. Не удивительно, что большинство отказывается от подобных попыток и решает ограничиться рутинной работой. Недаром так редко можно встретить специалистов, находящих истинный интерес в глубоком изучении бухгалтерии, большинство же находят этот предмет трудным и скучным занятием. Но наибольший вред от непризнания бухгалтерии наукой терпят другие эконмические науки и промышленность, тем самым лишая себя тех услуг, которые могла бы оказать им бухгалтерия.

Также, в большинстве случаев, остается неосознанной и недооцененной связь и отношение бухгалтерии к другим наукам, ее роль в области человеческих знаний. Прежде всего, бухгалтерия находится в ближайшем родстве с политической экономией. В сущности, бухгалтерия есть ничто иное, как раздел этой науки. Вот почему те экономисты, которым в их практической деятельности пришлось ближе ознакомиться с этой областью знаний, такие как Курсель-Сенелль, Прудон, Рикардо, - относятся к бухгалтерии с таким уважением. К сожалению, подобный взгляд далеко не общий. Некоторые экономисты, занимающиеся исключительно теоретическими началами своей науки и вовсе не знакомые со счетоводством, не только не признают его положительной роли, но видят в нем даже отрицательные проявления, смешивая в своих рассуждениях знание со способом его применения. В таком же близком родстве с бухгалтерией находится статистика, для которой счетоводство является той почвой, на которой статистика выстраивает свои предположения, выводы и законы. При решении вопросов народного и государственного значения бухгалтерия предоставляет статистике самые верные и наиточнейшие данные, ценность которых невозможно переоценить. Те же основания обосновывают близость бухгалтерии к финансовым наукам. Судебная практика ежедневно сталкивается с необходимостью запросов относительно бухгалтерских данных, от которых зависят судьбы конкретных людей, а если принципы бухгалтерии игнорируются, правильное понимание соответствующих вопросов представляется в принципе невозможным. Наконец, бухгалтерия имеет определенное родство с математикой и логикой.

Заимствуя свое содержание из области политической экономии, она использует математические методы в том смысле, что все они, в сущности, не что иное, как алгебраические уравнения. Что касается логики, то вряд ли можно привести другой пример более ясного применения ее законов на практике, так как логический анализ и синтез лежит в основе всей работы бухгалтера. Таким образом, игнорирование общественным мнением и научным миром бухгалтерии, как науки приводит к ее недовостребованности в различных областях экономических знаний.

Далее В.Д. Белов говорит о важности бухгалтерии для промышленного производства, где она претерпевает особенные гонения по причине отсутствия признанного фундамента научного знания. Страдает от сложившегося положения дел и контролирующая роль правительства. При ином раскладе дел, контроль мог получить более целесообразное, более практическое направление, требования его могли быть формализованы и приобрели бы определенность, внушительность и обязательность исполнения.

Автор обращается к профессиональному сообществу не оставлять без внимания обозначенный вопрос, так как на фоне понимания научного характера бухгалтерии, есть экономисты, отрицающие не только ее научное, но и любое другое значение. Учитывая существующие разногласия, вопрос нуждается в однозначном решении.

Сегодня перед нами уже не стоит вопрос отстаивания методологического превосходства двойной записи перед иными предлагаемыми учетными системами. Данная тема, несмотря на прежнюю актуальность, приобрела изощренный характер, заключающийся в усложнении внутреннего содержания бухгалтерской науки, как формы общественного сознания.

Проведя критический анализ современного бухгалтерского учета, как формы общественного сознания – то есть с точки зрения отражения в нем целей современного российского общества, мы приходим к выводу, о присутствующей здесь однозначной ориентации «на иностранных инвесторов, которые являются частью иного общества, с иными мировоззренческими установками, входящими в конфликт с интересами российского социума, что ярко демонстрируют последние события – формирование в мировом сознании из России образа врага, объявление экономических санкций, перманентное ведение информационных войн и т.д.» [3, с. 39]. Отмеченное обосновывает неотложное изменение целевой установки системы российского бухгалтерского учета и бухгалтерской (финансовой) отчетности на интересы государства, как главной политической составляющей нашего общества и гаранта национальной безопасности, что повлечет за собой постановку иных задач, ориентированных, прежде всего, на предоставление действительно реальной и сопоставимой информации, положенной в основу принятия грамотных

управленческих решений.

С точки зрения устоявшейся сегодня методологии, мы отмечаем ее принципиальную условность, ориентированность на «социальный заказ», синтезированность с правовой, психологической, информационной и лингвистической теориями, что само по себе является преимуществом, позволяющим осуществлять стремительную адаптацию к изменяющимся общественным интересам в области экономической информированности.

Еще один наиважнейший, с точки зрения философии науки вопрос, – это системность знания, характеризующая внутреннее единство элементов и невозможность разрыва какой-либо связи без пагубных последствий для всей системы. Именно этот признак определяет науку как таковую. Рассмотрим с этих позиций, что представляют собой Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО), в соответствии с которыми мы реформируем систему бухгалтерского учета.

Целевая установка МСФО состоит в разработке стандартов по составлению и представлению финансовой отчетности предприятий с целью ее гармонизации во всем мире. Тем самым можно было бы снизить затраты на привлечение капитала и облегчить доступ к международным рынкам капитала. Здесь необходимо заострить внимание на том, что, во-первых, МСФО – это стандарты отчетности, а не учета, а во-вторых, авторы МСФО и не настаивают на том, что МСФО являются системой, это лишь набор документов, которые призваны помочь трансформировать данные бухгалтерской отчетности, подготовленные в странах, применяющих разные учетные модели.

Мы вынуждены констатировать, что система национального учета должна подстраиваться (реформироваться) под стандарты учета, предназначенные для различных теоретических моделей. Иначе говоря, нарушается главный признак научности – системность, что, само по себе, объясняет столь долгий реформационный период. Этот вывод также проиллюстрирован в Концептуальных основах финансовой отчетности, которые по своему предназначению должны устанавливать методологическую основу МСФО, в том случае, если последние являются системой: «Настоящие Концептуальные основы не являются документом из состава МСФО и, как следствие, не устанавливают нормы по конкретным вопросам оценки или раскрытия информации. Ни одно из положений настоящих Концептуальных основ не имеет преимущественной силы над положениями конкретных МСФО» [1, с. 2]

Таким образом, цикличность представленного развития вопроса одновременно поражает и обескураживает современников. С одной стороны, битва за право занятия бухгалтерским учетом первого места среди экономических наук продолжается, а с другой стороны, учитывая нарастающую сложность, она приобретает все менее успешный характер, что, однако, не должно приводить истинных профессионалов своего дела к

пессимистическому настрою. Наоборот, российское профессиональное сообщество должно активизировать свои усилия в отношении восстановления формы открытых дискуссий на страницах соответствующих периодических изданий и восстановить свое влияние на государственные органы, занимающиеся регулированием национальной политики в области бухгалтерского учета.

Использованные источники:

1. Концептуальные основы финансовой отчетности. [Электронный ресурс]. Доступ с официального сайта Министерства финансов Российской Федерации - http://www.minfin.ru/.
2. Ж-л «Счетоводство», № 3, 1888 г. Типография А.М. Вольфа
3. Миславская Н.А. К вопросу о развитии бухгалтерской науки. // Аудитор. 2016. №5.

Фролова В.С.
студент 4 курса
педагогический факультет
ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»
Попова Е.И., к.п.н.
научный руководитель, доцент
РФ, г. Ишим

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ У ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Одной из основных компетентностей личности, в том числе и ребёнка старшего дошкольного возраста, является коммуникативная компетентность, которая многими исследователями признана стержневой, так как лежит в основе других компетенций.

Коммуникативная компетентность по праву считается основной так как она служит базой для развития других значимых компетенций и рассматривается как базовая характеристика личности дошкольника, главная предпосылка его дальнейшего благополучия в интеллектуальном и социокультурном развитии, в освоении специфических, свойственных ребёнку данного возраста видов деятельности [4].

Коммуникативная компетентность – это сложное образование, которое характеризуется определённой структурой, компонентами и уровнями, находящимися во взаимосвязи.

В структуру коммуникативной компетентности Е.В. Анисимова включает умение ориентироваться на партнёра, учитывать его личностные особенности, его «Я» [1].

Традиционно в коммуникативной компетентности выделяется три компонента: мотивационно-личностный, когнитивный и поведенческий.

Мотивационно-личностный компонент – это потребность ребёнка в

общении, в процессе которого обнаруживаются свойства его личности, напрямую воздействующие на содержание, процесс и сущность общения.

Когнитивный компонент – знания в области взаимоотношений людей (о цели и значении общения; о личности, напрямую воздействующие на содержание, процесс и сущность общения).

Поведенческий компонент – это способ реагирования на определенную ситуацию, выбор некоторых норм и правил в ходе общения и для общения: это коммуникативные умения, способы деятельности и опыт, который считается образованием, интегрирующим на себя на уровне поведения и деятельности все проявления коммуникативной компетентности [5].

Вслед за О.В. Евдокишиной, под коммуникативной компетентностью мы будем понимать готовность ребёнка получать в диалоге необходимую информацию, оценивать эмоциональное состояние партнёра, представлять и отстаивать свою точку зрения на основе признания разнообразия позиций и уважительного отношения к ценностям других людей, соотносить свои устремления с интересами других людей, продуктивно взаимодействовать с членами группы, решающей общую задачу [2].

Старший дошкольный возраст считается благоприятным периодом для становления коммуникативной компетентности. В трудах А.А. Максимовой определено содержание коммуникативной компетентности детей дошкольного возраста, которое включает в себя 3 группы коммуникативных умений: информационно-коммуникативные, регуляционно-коммуникативные, аффективно-коммуникативные [3].

Группа информационно-коммуникативных умений включает в себя:

- умения вступать в процесс общения (выражать просьбу, приветствие, поздравление, приглашение, вежливое обращение);
- ориентироваться в партнерах и ситуациях общения (начать говорить со знакомым и незнакомым человеком; соблюдать правила культуры общения в отношениях с товарищами, учителем, взрослым; понять ситуацию, в которую ставятся партнёры, намерения, мотивы общения);
- соотносить средства вербального и невербального общения (употреблять слова и знаки вежливости; эмоционально и содержательно выражать мысли, используя жесты, мимику, символы; получать и снабжать информацией о себе и других вещах; пользоваться рисунками, таблицами, схемами, группировать содержащийся в них материал).

Группа регуляционно-коммуникативных умений состоит из умений:

- согласовывать свои действия, мнения, установки с потребностями товарищей по общению (осуществление само- и взаимоконтроля учебной и трудовой деятельности, обоснование совместно выполняемых заданий операций в определенной логической последовательности, определение порядка и рациональных способов выполнения совместных учебных заданий);

- доверять, помогать и поддерживать тех, с кем общаешься (помогать нуждающимся в помощи, уступать, быть честным, не уклоняться от ответов, говорить о своих намерениях, давать советы самим и слушать советы других, доверять получаемой информации, своему товарищу по общению, взрослым, учителю);
- применять свои индивидуальные умения при решении совместных задач (использовать речь, математические символы, музыку, движение, графическую информацию для выполнения заданий с общей целью, для фиксирования и оформления результатов своих наблюдений, целенаправленного пользования художественной, научно-популярной, справочной литературой, словарем в учебнике);
- оценивать результаты совместного общения (оценивать себя и других критически, учитывать личный вклад каждого в общение, принимать правильные решения, выражать согласие (несогласие), одобрение (неодобрение), оценивать соответствие вербального поведения невербальному).

Группа аффективно-коммуникативных умений основывается на умениях:

- делиться своими чувствами, интересами, настроением с партнёрами по общению;
- проявлять чуткость, отзывчивость, сопереживание к партнерам по общению;
- оценивать эмоциональное поведение друг друга.

Анализ психолого-педагогической литературы, позволил нам прийти к выводу о том, что эффективное формирование коммуникативной компетентности детей старшего дошкольного возраста возможно через построение предметно-игровой среды (Центр игры) и включение в сюжетно-ролевую игру.

Е.Г. Юдина считает, что в сюжетно-ролевой игре дети отрабатывают положительные методы решения конфликтов, отыскивают собственную позицию в общении с ровесниками, дают сами и получают со стороны партнёров реакцию поддержки, одобрения или недовольства. Принятие ребёнком различных ролей является очень значимой предпосылкой развития процессов понимания другого человека и даёт ему возможность опробовать различные способы взаимодействия с людьми, выполняющими другую роль [6].

На наш взгляд, одна из положительных сторон сюжетно-ролевой игры заключается в том, что сюжетно-ролевую игру можно организовать как комплекс приёмов, которые целенаправленно формировали бы коммуникативные умения детей, освобождая их от отрицательного воздействия окружающего мира. Другим преимуществом является то, что сделав в ней ошибку, её всегда можно исправить, а приобретенный положительный итог повторить.

Использованные источники:

1. Анисимова, Е.В. Формирование коммуникативной компетенции в процессе освоения речевого этикета у детей дошкольного возраста [Текст] / Е.В. Анисимова // Педагогические науки. – №2. – с. 44-47.
2. Евдокишина, О.В. Педагогическое проектирование формирования коммуникативной готовности старших дошкольников к обучению в школе [Текст]: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. пед. наук / О.В. Евдокишина. – Челябинск, 2008. – 26 с.
3. Максимова, А.А. Учим общаться детей 6-10 лет [Текст] / А.А. Максимова – М.: ТЦ Сфера, 2005. – 78 с.
4. Попова, Е.И. Управление социально-коммуникативным развитием детей дошкольного возраста в период внедрения ФГОС дошкольного образования // Ершовские чтения: межвузовский сборник научных статей. – Ишим: ИГПИ им. П.П. Ершова, 2015. – С. 104-107.
5. Рудакова, Н.Н. Коммуникативная компетентность как показатель речевого развития детей дошкольного возраста [Текст] / Н.Н. Титова // Детский сад: теория и практика – 2013. – №3. – с. 20-25.
6. Юдина, Е.Г. Педагогическая диагностика в детском саду [Текст] / Е.Г. Юдина, Г.Б. Степанова, Е.Н. Денисова. – 3-е изд. – М.: Просвещение, 2006. – 144 с.

Якимова Ж. В., кандидат искусствоведения
заместитель декана ФАПУ по воспитательной работе
ФГБОУ ВО «Калининградский государственный технический университет»
Россия, г. Калининград

РОЛЬ ЧЕЛОВЕКА В КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ КОНЦЕПЦИЯХ О. ШПЕНГЛЕРА, А. ТОЙНБИ, П. СОРОКИНА

Вопрос о том, кто есть человек и каково его место в окружающем мире пытались сформулировать многие мыслители в разные исторические эпохи. Человек приходит в этот мир, уже имея определенные биологические, физиологические и психологические характеристики, он подчиняется окружающей природе или пытается ее изменить. В данной статье мы не разграничиваем понятия человек и личность, как это принято в психологии или социологии. В данном случае человек, индивид, личность и индивидуальность являются синонимами. Известно, что человек, личность возникает одновременно с появлением общества и культуры. Человеческое в человеке связано с процессом освоения культуры. Человек, являясь частью

природы, одновременно активный деятель, творец, преобразователь природы и создатель культурной реальности.

Проведя небольшой экскурс по известным культурологическим концепциям, можно увидеть как известные исследователи истории человечества и культуры размышляли о роли человека в процессе развития культурного мира.

Автор оригинальной концепции циклического развития культуры О.Шпенглер развивал идею об уникальности и неповторимости каждой из культур [1]. Исходным понятием для О.Шпенглера является жизнь. Жизнь система переживаний, жизнь иррациональна (не может быть понята разумом). Только от части и символически жизнь выражает себя в культуре в виде образа, своеобразного способа переживания. Жизни синонимичны слова: судьба, ритм, тональность. Один народ переживает жизнь в миноре, другой в мажоре. Жизнь невозможна без души, и это для является первичным для Шпенглера.

Культура рождается на фоне определенного ландшафта, выбирает свой жизненный первосимвол, жизненный путь.

Для Греции символ прекрасного человеческого тела;

Для Египта – сфинкс символ вечности и глубины;

Для Русской культуры – бесконечная равнина.

Из первосимвола, как из источника вырастают все элементы культуры – поэзия, философия, архитектура.

Он отказывается от европоцентризма, для него нет единой мировой культуры (как аналога гегелевской абсолютной идее, – причине всего сущего), у человечества нет никакого единого плана развития, сценария одного мирового духа, осуществленного в истории [2, с. 284-310].

Линейная концепция им также отвергается: «… я вижу настоящий спектакль множества мощных культур, с первозданной силой расцветающих из лона материнского ландшафта, к которому каждая из них строго привязана всем ходом своего существования, чеканящих на своем материале – человечестве – собственную форму и имеющих каждая собственную идею, собственные страсти, собственную жизнь, волнения, чувствования, собственную смерть» [1, с. 151].

Культура – уникальный живой организм, наделенный душой, и как любой живой организм имеет свой жизненный цикл, свои этапы детства юности, зрелости, старения и смерти. Смерть культуры для Шпенглера это цивилизация, связанная со стремлением к утилитарным целям, материальным благам. Для Шпенглера жизнь приравнивается к душе, и потребностям духовным. Цивилизация для него материя «вещественность» и это своеобразная точка, потеря души, а значит смерть. «Цивилизация – неизбежная судьба культуры» [1, с. 163]. Он явился провидцем, предсказал многие явления, получившие свое развитие в 20 веке. Развитие массовой культуры, разрушение духовных ценностей, возрастание влияния техники на

общество, борьбу за власть, мировые войны. «Но мы не выбирали этого времени. Мы не в силах изменить того, что родились людьми первых заморозков полной цивилизации, а не залитом солнцем горизонте зрелой культуры во времена Фидия или Моцарта» [1, с.180].

Шпенглер выражает идею взаимонепронецаемости культур – культуры проживают неизбежный, замкнутый цикл, а роль человека, личности, как возможного источника изменения культуры отсутствует. Это пессимистичный взгляд на социум, не требующий поиска выхода из необратимости.

Исходным понятием для А. Тойнби является цивилизация [3.]. Он отождествляет цивилизацию и культуру. Не существует единой цивилизации, существует множество культур с разными путями исторического развития, различными ценностями, материальным базисом, творческими достижениями. Как и для Шпенглера, важнейшим моментом является не материальные достижения, развитие технического прогресса, а духовное наследие цивилизации, проявляющееся в религии, морали, политике, изобразительном искусстве, литературе, музыке. Культура для Тойнби это определенная ступень, путь совершенствования человека, постижения его божественного предназначения. И здесь он схож с Гегелем, который считал, что с помощью культуры человек постигает и приближается к абсолюту [4, с. 173-188]. Личность для Тойнби занимает главное положение, именно от творческого человека, группы людей - элитарного меньшинства в целом зависит развитие цивилизации, ее будущее: «Личности, а не общества создают человеческую историю» [3, с. 263]. Выделение творческого меньшинства, за которым готовы пойти все остальные позволяет культуре развиваться.

Движение вперед обусловлено историческими вызовами, а достойные ответы дают возможность обществу перейти на более высокую ступень развития [3, с. 113-147]. Только совместными усилиям субъектов, конкретной деятельности людей, возможно противостоять вызовам природы и социальной среды. Приводя пример Великой Греческой цивилизации, которая нашла ответ для воинствующей империи Ахеменидов. Пережив потрясения, и выиграв Греко-персидские войны, греческое искусство, литература, философская и политическая мысль получает импульс для своего расцвета. Другой пример - древняя Русь, а затем Московское государство и монголо-татарское нашествие. Испытав сильнейшее давление со стороны враждебного окружения, сохранив, однако творческую энергию, русская нация превратилась в крупную мировую державу.

Размышляя о способности саморегуляции цивилизации, Тойнби имеет в виду ситуацию, когда социум не способен решить проблемы внутри своей системы и эти проблемы духовной сферы: падение морали, исчезновение идеалов, культурных ценностей. И это, соответственно, приводит к гибели культуры. Приводя пример Великой римской империи, которая на своем

историческом закате испытывала падение нравов, отсутствие морали, внутренние распри, борьбу за власть среди элиты. И только человек, человек творческий, личность, группа, способно было изменить ситуацию. И Тойнби предлагает много путей: создать новые социальные институты, либо обратиться к прошлым традициям, прежнему укладу жизни. Либо отказаться от «поклонения эфемерной личности», мнимому кумиру, перестроить мышление, сформировать новое религиозное сознание, которое способно дать ответы «страждущей душе». Выработать не стандартный путь, дающий культуре новую жизнь: «Благодаря внутреннему развитию Личности Человек обретает возможность совершать творческие акты, что и обусловливает рост общества» [3, с. 264]. Тойнби утверждает, что цивилизация не организм, с четким циклом своего существования, а социальная целостность – человечество, обладающее творческой энергией, духовным потенциалом и пока эта энергия присутствует - культура жива. В отличии от Шпенглера, Тойнби стоит на позициях социального оптимизма, указывая что именно творческий индивид способен решать судьбу культуры.

Наш известный отечественный ученый Л.Н. Гумилев также формулирует возможность развития культуры, с помощью «пассионарного толчка» [5]. Пассионарность – способность к изменению окружающее действительности, а носители пассионарности – творческие люди. Это особые яркие индивидуумы, не только обладающие волей, разумом и талантом, но и даром, способным увлечь окружающих новыми идеями и целям во изменение окружающего мира. В истории известны такие имена как: Александр Македонский, Наполеон, Люций Корнелий Сулла, Жанна Д' Арк, Ян Гус [5, с. 268 – 277].

Еще одна интересная культурологическая концепция принадлежит П. Сорокину [6]. При анализе культуры, Сорокин исходит, что она надстраивается над двумя уже существующими мирами: неорганическими явлениями и органическими. Культура это сверхорганическое явление, основой которого является не материальный компонент, а символический компонент, существующий над всем физическим и жизненным. Это значения, значимые ценности и нормы, вещи, ставшие воплощением значений и ценностей. Весь мир культуры это сплетенье четырех ее компонентов: идеологической – культуры индивидуума, состоящею из совокупности значений, норм и ценностей, которая в свою очередь формирует систему языка, науки, религии, философии, искусства. Материальной, благодаря чему идеологическая способна объективизироваться и социализироваться, поведенческой в которую входят все действия, поступки, ритуалы, все наделенное смыслом, и, последней компоненты - всех личностей - индивидуумов.

Основой и фундаментом культуры является ценность, сама культура это ценностная система. По мнению Сорокина, существует три системы ценностей и три типа сверхкультур: идеационной, сенситивной и

идеалистической. В зависимости от того, каким ценностям отдается приоритет, преобладает тот или иной тип культуры. При идеационном типе культуры главенствует принцип сверхразумности и сверхчувственности бога, доминантой являются духовные, религиозные ценности. Литература, архитектура, живопись, музыка, созданная человеком в Средние века, все служило идеалам церкви и христианской веры. Сенситивной культуре свойственны ориентация человека на материальные ценности, удовлетворение чувственных потребностей (Крито-микенская культура, европейская культура 15-20 столетия), а идеалистический тип культуры является переходным, он является балансом чувственного и сверхчувственного, это синтез двух систем ценностей: мира высшего и мира земного (Греция – золотой век Перикла в Афинах).

Каково же предназначение человека? Среди ценностей культуры, по мнению Сорокина, есть высшая ценность: триединства истины, добра, красоты. Главная историческая миссия человечества состоит в накоплении и усовершенствовании истины, добра и красоты в человеке и культуре. Эта миссия подлинное мерило человеческого прогресса. Сорокин серьезно рассматривает нравственную сторону бытия человека [6, с. 477 – 481]. Он, как и Шпенглер, предвидит тяжелые кризисы, войны и революции, но предлагает свой путь их преодоления [6, с. 807 – 811]. Нравственный принцип альтруизма, заключающийся в бескорыстном служении другим людям, ценность любви. В истории существуют известные имена: Альберт Швейцар, Бенджамин Франклин, Будда, Св. Франциск, Св. Павел, Св. Тереза, Ганди и др. Сорокин показал потенциально огромную силу человеческой любви, объясняя, что все великие религиозные и нравственные системы, возникали в катастрофические для какого-либо общества эпохи. Сорокин впервые показал, что ценность является фундаментом всякой культуры, а индивид вписан в систему культурных ценностей, которые формируются под воздействием двойственной природы человека: существа мыслящего и чувствующего. Он попытался доказать, что преодоление конфликтов и войн связано с восстановлением роли альтруизма в культуре с потенциально огромной силой альтруистической любви. «Жизнь, как бы ни тяжела она была, - это самая высшая, самая прекрасная, самая чудесная ценность в этом мире. Превратить ее в служение долгу – вот еще одно чудо, способное сделать жизнь счастливой. … ненависть, жестокость и несправедливость не могут и никогда не смогут построить на земле Царство Божие. К нему ведет лишь один путь: путь самоотверженной творческой любви, которая заключается не в молитве только, а прежде всего, в действии» [6, с. 1042].

Не все авторы культурологических концепций ставят человека во главу культурного прогресса, однако основными факторами существования культуры и ее развития является именно он. Наряду с развитием технической и материальной сферы, человек развивает свой творческий дух,

постигая бытие во всех его глубинах и противоречиях, и именно от его действий и усилий, от того какими идеалами и устремлениями он руководствуется, зависит дальнейший ход культурной истории.

Использованные источники:

1. Шпенглер О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории.
2. Гештальт и действительность. – М., 1993. – 663 с.
3. Георг Вильгельм Фридрих Гегель. Эстетика в 4-х томах. Т. 4. – М., 1973. – 675 с.
4. Тойнби А. Постижение истории. – М., 2002. – 640 с.
5. Шендрик А.И. Теория культуры. – М., 2002. – 519 с.
6. Лев Гумилев. Этногенез и биосфера земли. – М., 2008. – 548 с.
7. Питерим Сорокин Социальная и культурная динамика: Исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений. – СПб., 2000. – 1056 с.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Акулов И.О.
студент 2 курса
факультет «информационных систем и технологий»
Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики
Россия, г. Самара

КАСКАДНАЯ МОДЕЛЬ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПО

В статье рассматривается следующие вопросы:

1. Что такое каскадная модель жизненного цикла ПО?
2. Где она применяется?
3. Её плюсы и минусы.

Ключевые слова: ПО, программное обеспечение, каскадная модель, этапы разработки.

The cascade model of software lifecycle.

The article discusses the following issues:

1. What is the waterfall model of software life cycle?
2. Where is it used?
3. Its pros and cons.

Key words: software, software, waterfall model, stages of development.

Каскадная модель, что это? Эту модель также иногда называют моделью жизненного цикла программного обеспечения. Жизненный цикл программного обеспечения – это совокупность процессов, протекающих в период от момента принятия решения о создании ПО до его полного вывода из эксплуатации.

Перейдём сразу к этам данной модели:

1. Анализ и формирование требований. Путем консультаций с заказчиком, определяются функциональные возможности, ограничения и цели создаваемой программной системы.
2. Проектирование системы и программного обеспечения. Процесс проектирования системы разбивает системные требования на требования, предъявляемые к аппаратным средствам, и тре- бования к программному обеспечению системы. Разрабатывается общая архитектура системы. Проектирование ПО предполагает определение и описание основных программных компонентов и их взаимосвязей.
3. Кодирование и тестирование программных модулей. На этой стадии архитектура ПО реа- лизуется в виде множества программ или программных модулей. Тестирование каждого модуля включает проверку его соответствия требованиям к данному модулю.
4. Сборка и тестирование системы. Отдельные программы и программные модули ин- тегрируются и тестируются в виде целостной программной системы. Проверяется, соответствует ли система своей спецификации.
5. Эксплуатация и сопровождение системы. Обычно (хотя и не всегда) это самая длительная фаза жизненного цикла ПО. Система инсталлируется, и начинается период ее эксплуатации. Со- провождение системы включает исправление ошибок, которые не были обнаружены на более ранних этапах жизненного цикла, совершенствование системных компонентов и "подгонку" функциональных возможностей системы к новым требованиям.

Преимущества каскадной модели жизненного цикла:

1. стабильность требований в течение всего жизненного цикла разработки
2. возможность последовательного устранения возникающих сложностей
3. определенность и понятность шагов модели и простота ее применения
4. упрощение возможности осуществления планирования, контроля и управления проектом
5. доступность для понимания заказчиками
6. эффективность для проектов с четкими и понятными, но трудно реализуемыми требованиями
7. эффективность для проектов с высокими требованиями к качеству при отсутствии жестких ограничений затрат и графика работ.

Недостатки каскадной модели жизненного цикла:

1. сложность четкого формулирования требований в начале жизненного цикла и невозможность их динамического изменения на его протяжении
2. последовательность линейной структуры процесса разработки, в

результате возврат к предыдущим шагам для решения возникающих проблем приводит к увеличению затрат и нарушению графика работ

3. непригодность промежуточного продукта для использования
4. невозможность гибкого моделирования систем, не имеющих аналогов
5. позднее обнаружение проблем, связанных со сборкой, в связи с одновременной интеграцией всех результатов в конце разработки
6. недостаточное участие пользователя в создании системы – только в самом начале (при разработке требований) и в конце (во время приемочных испытаний)
7. невозможность предварительной оценки качества системы пользователем
8. проблемность финансирования проекта, связанная со сложностью единовременного распределения больших денежных средств.

На этом я заканчиваю свою статью, всем спасибо за внимание.

Использованные источники:

1. https://habrahabr.ru/post/111674/
2. http://citforum.ru/database/case/glava1_2.shtml
3. http://www.computer-museum.ru/books/n_collection/models.html

Ахундова Л.Ф.
магистрант
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»
Россия, г. Москва

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ВНЕДРЕНИЯ CRM-СИСТЕМЫ И ВИРТУАЛЬНОГО ЦЕНТРА ОБРАБОТКИ ВЫЗОВОВ НА УЛУЧШЕНИЕ ПРОЦЕССА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ТУРФИРМЫ С КЛИЕНТАМИ

Аннотация: цель статьи - представить результат исследования, который получен на основе изучения влияния внедрения CRM-системы и виртуального Центра Обработки Вызовов на совершенствование взаимоотношений и коммуникации туристского предприятия и его клиентов. Автором статьи обоснована целесообразность применения CRM-системы и виртуального Центра Обработки Вызовов как незаменимого инструмента для повышения качества обслуживания.

Abstract: the main purpose of the article is to reveal the impact of the CRM and the Virtual Call Center systems introduction on the development of mutual relationship and communication between the tourist company and its clients. The feasibility of the CRM and Virtual Call Center implementation as an indispensable tool for the service quality enhancement is demonstrated by the author of the article.

Ключевые слова: информационные технологии, CRM, Центр

Обработки Вызовов, АТС, туризм, турфирма, функциональные возможности, клиент, конкурентоспособность, лояльность.

Keywords: information technologies, CRM, Call Center, ATS, tourism, tourist company, functional opportunities, client, competitiveness, loyalty.

В настоящее время одной из основных тенденций туристического бизнеса является всё большая потребность компании не только однажды угодить требовательному клиенту, но и «заполучить» его навсегда.

Ни для кого не секрет, что от первого впечатления зависит дальнейший выбор туриста – посетит ли он Вас снова или же воспользуется услугами другой компании. Поэтому, чрезвычайно важно заинтересовать его с самого начала комммуникации, в дальнейшем, предоставляя ему ощущение, что он уникален и крайне важен для всей Вашей компании. В этом Вам может помочь одновременное внедрение таких систем, как CRM и Центр Обработки Вызовов.

Для большей наглядности рассмотрим ситуацию в небольшой турфирме «Z». Согласно ЕГРЮЛ, категория данного предприятия: «Оказание различных видов услуг», а именно, услуг в области визовой поддержки. Стандартный пакет документов, предоставляемых клиенту этой компанией, обычно включает в себя: анкету, страховку, бронирование авиабилетов и отелей, запись на биометрию или собеседование в Визовый Центр, Посольство или Консульство, согласие на обработку персональных данных, спонсорские и сопроводительные письма, составленные на различных иностранных языках, при необходимости.

До 2014 года в турфирме «Z» все данные на клиентов хранились в папках на компьютерах, в бумажной картотеке и на различных электронных носителях, что значительно затрудняло поиск необходимой информации, способствовало утере данных или их устареванию.

Вместо мини-АТС, до 2016 года, использовалась сотовая связь и мобильные телефоны, которые имели свойство разряжаться в самый неподходящий момент, терять подключение к сети, а также, не было возможности присвоить имя каждому звонившему абоненту.

Данные неудобства способствовали тому, что не всех клиентов удавалось вспомнить, многие новые сотрудники не знали об «особо важных» посетителях или каких-либо примечательных случаях, с ними связанных. Всё это в итоге порождало недовольство многих клиентов и их нежелание быть «верными» данной турфирме «Z».

Выбранный компанией «Z» новый CRM-продукт предназначен для автоматизации управления продажами и взаимодействиями с клиентами, ориентирован на предприятия малого и среднего бизнеса [3]. Для организации работы Call-центра была осуществлена интеграция с системами телефонии. При их слаженном и бесперебойном взаимодействии фирма получила следующие преимущества:

- автоматизация службы поддержки и обслуживания клиентов;

- ведение базы данных – «портфолио клиента» с его персональными данными, индивидуальными просьбами, особыми предпочтениями или проблемами, с которыми мог столкнуться сотрудник компании при прошлом контакте с ним;
- возможность зафиксировать в портфолио клиента его контактные данные, что позволяет автоматически опознать его при входящем вызове;
- автоматическая отправка клиенту подтверждения его заказа на адрес электронной почты или на телефон (SMS);
- отсчет статистики, позволяющий вести запись стандартных вопросов и затруднений для последующего создания «Голосового меню»;
- доступность и «прозрачность» информации для каждого сотрудника компании, вне зависимости от его местонахождения или опыта работы;
- при необходимости, возможность настроить систему персональных сообщений клиентам или партнерам: поздравления или приглашения на мероприятия, а также, напоминания об «акциях» турфирмы для постоянных клиентов;
- в CRM реализована возможность ведения базы знаний, что позволяет применять накопленный опыт и быстро находить решения проблем;
- каждый номер системы Call Center – 100-канальный (одновременно могут позвонить 100 человек) [6];
- возможность автоматической переадресации повторных звонков на «знакомого» сотрудника;
- доступна безлимитная запись разговоров, позволяющая как следить за надлежащим исполнением сотрудников своих обязанностей и соблюдением телефонного этикета, так и служить доказательством во время возникновения спорных или конфликтных ситуаций с клиентом;
- более простая система автоматизации продаж – заявки подразделяются на три типа: «alert» – новые клиенты, «lead» – клиенты, по которым составлено начальное портфолио, но заявка обработана не до конца и «agreement» – клиенты, которые уже оплатили услуги компании и находятся в процессе их получения; такая система способствует более быстрому обучению сотрудников и их адаптации в рабочем процессе, а следовательно, повышает эффективность их работы.

Туристский бизнес, являясь одной из самых динамичных сфер экономики, представляет собой высоко насыщенную информационную сфе- ру деятельности [1]. Приведенные выше преимущества современных информационных технологий [2] позволяют добиться повышения удовлетворенности клиентов, создать у них яркое впечатление, что их и только их запомнили в компании навсегда.

Для оценки эффекта от внедрения CRM может быть использован метод

анализа нескольких ключевых показателей до и после (а также в ходе) изменений. Выбирается несколько характерных для компании показателей, например: прирост возврата клиентов; стоимость покупки; среднее время решения типовых проблем сервисной службой и т. д.

Обратим внимание, насколько улучшилась ситуация в компании после внедрения CRM-системы и Центра Обработки Вызовов. По данным, собранным аналитиками турмирмы «Z»: прирост возврата клиентов составил 40%; стоимость средней покупки возросла в 2 раза (увеличилось приобретение платных дополнительных услуг за счет увеличения доверия клиента к «компетентности» знакомого менеджера и «необходимости» данного дополнения); среднее время решения типовых проблем сервисной службой и службой поддержки сократилось до 2-10 минут, в зависимости от сложности проблемы.

Использованные источники:

5. Морозова Н.С. Информационное обеспечение туризма. Учебник /Н.С. Морозова, М.А. Морозов, А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, Л.А. Родигин. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 288 с.
6. Шаховалов Н.Н. Интернет-технологии в туризме–АлтГАКИ, 2007.–231 с.
7. https://www.zoho.com/crm/ – Zoho Corporation. Дата обр.: 18.09.2016.
8. http://www.erp.travel/promo/crm – ERP. travel. Дата обр.: 18.09.2016.
9. http://makeagency.ru/blog/crm-sistemy – ООО «Ай Ти Финанс». Айти блог. Дата обр.: 18.09.2016.
10. http://www.tadviser.ru/index.php/Компания:Mango_Office_(ранее_Манго_Телеком) – Tadviser. Государство, бизнес, ИТ. Дата обр.: 18.09.2016.
11. http://www.marketing.spb.ru/soft/crm/apply_srm.htm – Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга». Дата обр.: 18.09.2016.
12. http://compress.ru/article.aspx?id=19067 – КомпьютерПресс 1999 — 2016. Дата обр.: 18.09.2016.
13. http://prohotel. – ProHotel.ru — информационно-справочный ресурс, посвященный гостиничному бизнесу. Дата обр.: 18.09.2016.
14. http://hotelier.pro – ООО "Хотельер Про". Дата обр.: 18.09.2016.
15. http://www.frontdesk.ru – Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса. Дата обр.: 18.09.2016.

Белова О.И.
магистрант
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Россия, г. Москва

ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОДХОДА К ПРОДВИЖЕНИЮ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Высокие темпы развития передовых технологий оказывают сильное влияние на деятельность гостиничных предприятий. Актуальность статьи обусловлена всевозрастающим интересом гостиничных предприятий к использованию новых методов продвижения услуг. В связи с этим данная статья направлена на обоснование важности внедрения новых каналов распространения в целях продвижения гостиничного продукта. В статье раскрыты различные определения инновации, выявлены преимущества использования социальных сетей как наиболее эффективного маркетингового инструмента.

Ключевые слова: инновация, гостиничный продукт, социальные сети, гостиничная индустрия

High rates of new technologies development have a great impact on the hospitality industry. The relevance of the article is explained by the continuous growth of hotels' interest to the elaboraion of new ways of promotion. As a consequence, this article is dedicated to the importance of the new distribution channels implementation in order to promote the hotel product. The article deals with different definitions of innovation, reviews the benefits of using social networking systems as the most effective marketing tool.

Keywords: innovation, hotel product, social networking systems, hospitality industry

Современный гостиничный рынок развивается высокими темпами. Предложение превышает спрос, в связи с чем, гостиничные предприятия сталкиваются с проблемой привлечения и удержания потребителей. В условиях жесткой конкуренции применение инновационных подходов к продвижению гостиничных продуктов и услуг просто необходимо.

Для того, чтобы понять и оценить роль инноваций в гостиничной индустрии, рассмотрим, что представляет из себя термин «инновация». Проанализируем различные определения, которые дали специалисты отрасли данному понятию (табл.1).

Таблица 1.

Взгляды специалистов отрасли на понятие «инновация»

Определение «инновации»	Автор
Инновация – это коммерческое использование результатов творческой деятельности, нацеленной на разработку, создание и распространение новых конкурентоспособных видов продукции, технологий, форм и методов управления, основу которых составляют объекты интеллектуальной собственности.	**1.** Маркетинг инноваций : учеб. пособие / Н. В. Каленская ; М-во образования и науки РФ, Казан. (Приволж.) федер. ун-т. - Казань : Казанский университет, 2012. - 242 с. : ил. ; 21 см. - Библиогр.: с. 235-236. [2]
Инновация - общественно-экономический процесс, который путем практического использования идей и изобретений приводит к	**2.** Санто Б. Инновация и глобальный интеллектуализм // Инновации. — 2006. — № 9 [3]

созданию лучших по свойствам технологий, изделий.	
Инновация - «конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического и другого эффекта».	**3.** Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеждмент. 6-е изд. – СПб.: Питер, 2008. [4]

На основе данных определений можно сделать вывод, что *инновация* – это результат творческой и интеллектуальной деятельности человека, который способствует увеличению эффективности производства в той или иной сфере.

Продвижение гостиничного продукта основывается на исследовании потребительской ценности, которая существенно изменилась за последнее время. На современном этапе общество уже вступило в «новую информационную реальность», где традиционные маркетинговые методы уже не работают. Современный потребитель ценит в большей мере «креатив» и творческую составляющую, нежели чем «сухую» информацию о продукте. Стандартный маркетинговый инструментарий, основанный на PR и рекламе, малоэффективен, в то время как электронный маркетинг набирает обороты достаточно быстро. Последней новинкой сети Интернет являются социальные сети такие как Facebook, Twitter, Instagram, Вконтакте и прочие. Сегодня многие гостиничные предприятия активно в них участвуют.

Согласно официальной российской статистике, 55% россиян являются Интернет пользователями, а в Москве и крупных городах, данный показатель почти в полтора раза выше. [7]. Это доказывает, что в реалиях современного мира социальные сети – это эффективный маркетинговый инструмент, с помощью которого, при грамотном использовании, можно достичь успешного результата.

Социальные сети как инновационная концепция для продвижения гостиничного продукта обладает рядом преимуществ. Во-первых, наличие визуального контента (фото и видео материал) позволяет получить более полное представление о гостиничной услуге, учитывая ее специфику. Во-вторых, потребительские сообщества имеют возможность получать информацию (которая и является продуктом) об услугах, новых предложениях, достопримечательностях, событиях, акциях в онлайн режиме мгновенно. А гостиничные предприятия, в свою очередь, могут исследовать и анализировать поведение и интересы их потребителей более эффективно, получая обратную связь в виде отзывов (feedbacks) и «лайков», минимизируя затраты на проведение крупных маркетинговых исследований.

Каждая социальная сеть имеет свои особенности, сетевые интересы и социальный капитал. Например, Facebook ориентирован в большей степени на бизнес аудиторию, а Вконтакте – на молодежный сегмент потребителей. В связи с чем, продвигая ту или иную гостиницу, необходимо ответить на

вопрос: Кому и с какой целью это нужно?

Важно уделить внимание проблеме правильного и умелого донесения информации о гостинице до потребителя, что, безусловно, требует профессиональных умений и навыков. В социальных сетях много «мусора», и, чтобы полезная, нужная и значимая информация стала достоянием огромного количества пользователей, важно убедить аудиторию, сконцентрировав ее внимание на интересных, эмоционально насыщенных фактах. Необходимо «заразить», или сфокусировать внимание, людей через «информационный шум», построить личную связь через эмоциональный отзыв на идею. И только в этом случае будет обратная связь - feedback.

В заключении можно сделать вывод, что постоянно растущее предложение на гостиничном рынке услуг порождает острую конкуренцию, которая является катализатором инноваций. Только в борьбе за потребителя рождаются новые идеи, которые становятся популярными трендами в будущем. Процесс возникновения на рынке новых интересных идей становится комплексным и существенным. Необходимо расширять применение новых каналов коммуникаций для продвижения гостиничного продукта и гостиницы в целом. Участие гостиниц в социальных сетях поможет не только привлечь больше потребителей, но и снизить затраты на рекламу и маркетинг.

Использованные источники:

1. Джанджугазова Е.А. Туристско-рекреационное проектирование. Учебник. Москва. Издательский центр «Академия», 2014. С.272.
2. Маркетинг инноваций: учеб. пособие: Н. В. Каленская ; М-во образования и науки РФ, Казан. (Приволж.) федер. ун-т. - Казань : Казанский университет, 2012. - 242 с. : ил. ; 21 см. - Библиогр.: с. 235-236.
3. Санто Б. Инновация и глобальный интеллектуализм. Инновации. — 2006. — № 9
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. 6-е изд. – СПб.: Питер, 2008.
5. Aaker, J., Smith, A., 2010. The Dragonfly Effect: Quick, Effective, and Powerful Ways To Use Social Media to Drive Social Change. Jossey-Bass, 240 p.
6. Geoffrey A. Moore., 2006. Crossing the Chasm: Marketing and Selling Disruptive Products to Mainstream Customers. HarperBusiness, 227 p.
7. «Россияне «в сети»: рейтинг популярности социальных медиа». Пресс-выпуск №1951. http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112476
8. Официальный сайт Российского научно-практического журнала «Российские регионы: взгляд в будущее». Режим доступа: http://futureruss.ru/new_economics/wow_economics/ochen-nuzhna-fioletovaya-korova.html

Егоров И.С.
студент

факультет фундаментальной и прикладной информатики
Лупандин В.В.
студент
факультет фундаментальной и прикладной информатики
Юго-Западный государственный университет
Россия, г. Курск

ВНЕДРЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ: ИСТОРИЯ, СОВРЕМЕННОСТЬ, ПЕРСПЕКТИВЫ

В данной статье рассказывается об основных этапах развития информационных технологий в банковской сфере в России, об основных информационных технологиях, а также об наиболее используемых информационных технологиях клиентами банков.

Ключевые слова: информационные технологии, интернет технологии, история и современность, интернет-банкинг.

Egorov I.S., student of the faculty of fundamental and applied informatics, Southwest state University, Russia, Kursk
Lupandin V.V., student of the faculty of fundamental and applied informatics, Southwest state University, Russia, Kursk

THE INTRODUCTION OF INFORMATION TECHNOLOGY IN BANKING: PAST, PRESENT, PROSPECTS.

In this article describes the main stages of development of information technologies in the banking sector in Russia, basic information technology, and most used it the clients of the banks.

Keywords: information technologies, Internet technologies, history and modernity, the Internet banking.

В последние годы новые информационные технологии в банковской системе нашей страны переживают бурное развитие. Несмотря на существующие недостатки российского законодательства, которое регулирует деятельность банков, ситуация постоянно изменяется в лучшую сторону. Времена, когда было возможным легко заработать на спекулятивных операциях с валютой и мошенничеством, прошли. В настоящее время все больше банков делает ставку на профессионализм сотрудников и новые технологии.

Трудно вообразить более благоприятную область для введения новых компьютерных технологий, чем деятельность банков. В принципе почти все задачи, которые возникают в процессе работы банка легко поддаются автоматизации. Быстрая и непрерывная обработка значительных потоков информации - одна из главных задач любой крупной финансовой организации. Согласно этому любой банковской организации, необходима вычислительная сеть, позволяя обрабатывать все возрастающие информационные потоки. Кроме того, у банков имеется достаточный финансовый потенциал для использования самой современной техники.

Однако, не каждый средний банк готов потратить огромные суммы на компьютеризацию. Банк, в первую очередь, финансовая организация, предназначенная для получения прибыли поэтому, затраты на модернизацию должны быть сопоставимы с предполагаемой пользой от проведения. Согласно общемировой практике в средних банках расходы на компьютеризацию составляют не менее 17% общих годовых расходов.

Актуальность данного исследования заключается в том, что интерес к развитию компьютеризированных банковских систем определен нежеланием извлечь мгновенную выгоду, и, главным образом, стратегическими интересами.

В конце восьмидесятых в нашей стране была монобанковская система Государственного банка СССР и специальных подчиненных ему банков. В 1988 году были созданы первые коммерческие банки, призванные стать основой для формирования рыночных отношений, и структур в банковской сфере. В результате этого в России стала формироваться двухуровневой банковская система. В это время единственным средством проведения расчетов между банками была система расчетно-кассовых центров (РКЦ). Скорость прохождения платежей через платежный центр составляла 5-10 дней, что не удовлетворяло крупные негосударственные банкам, и они создали внутреннюю платежную структуру для расчетов между собой, которая получила имя "система прямых расчетов" или "система межцентрового обмена" (Система МЦО).

Первыми специализированными организациями, получившими в 1993 г. лицензии Банка России на банковскую клиринговую деятельность, были Клиринговая палата Межбанковского финансового дома (МФД), «Московский клиринговый центр» и т.д.

В первой половине 1990-х годов начался постепенный переход от использования при осуществлении безналичных расчетов бумажных носителей к электронному документообороту, что привело к поискам «единого стандарта» обмена межбанковской информацией.

Этот процесс осуществляется на 2-х уровнях:

На I-ом уровне вводятся сложные межбанковские и внутрибанковские системы расчётов на базе электронных технических средств, обслуживающие исключительно банковский бизнес.

На II-ом уровне внедряются системы автоматизированного обслуживания клиентов – как юридических, так и физических лиц.

Инструменты осуществления электронных денежных расчетов вступают банковские карты. Впервые пластиковая карточка для клиентов обычного коммерческого банка в России была выпущена 26 сентября 1991.

К концу 1990-х гг. Интернет значительно упал в цене и вошел в массовое потребление, что способствовало для широкого применения удаленного обслуживания банка и перехода к использованию в проведении безналичных расчетов интернет-технологий.

Сегодня, с помощью систем интернет-банкинга, возможно купить и продать безналичную валюту, заплатить за коммунальные услуги, за доступ в Интернет, оплатить счета мобильных операторов, выполнить межбанковские платежи, переводить средства по своим счетам, и, конечно, контролировать все банковские сделки по счетам на любой период. В конце 1999 в России было приблизительно 5 банков, обеспечивающих интернет-сервисы, и уже к середине их 2007 было больше чем 150, а к середине 2012 их число превысило 250.

Для развития всей экономической деятельности в ближайшей перспективе необходимо сконцентрировать усилия на фундаментальных направлениях среди который —развитие инновационных информационных технологий в банковской сфере.

Важно не только, создать современную инфраструктуру, вычислительные и локальные сети нового поколения, современные информационно-вычислительные центры, но также и начать строить на основе этой инфраструктуры, так называемую «цифровую экономику», что принесло бы новые источники прибыли самой стране и ее гражданам.

Банковская система играет самую важнейшую роль в решении этой цели. Здесь, в первую очередь, нужно отметить, что успешное создание и введение эффективной стратегии развития и применения информационных технологий на прямую зависят, в первую очередь, от понимания сути и сложности взаимозависимости некоторых факторов как положительных, так и отрицательных, а также способности определить те, которые играют наиболее важную роль в конкретном, определенном этапе развития банковской системы и страны в целом.

Для банковской системы факторы, важные и постоянные в течение любого периода:

- экономическая целесообразность и срок возвращения инвестиций;
- влияние проектов IT на увеличении управляемости банков и доходности бизнеса в целом;
- введение новых услуг, увеличение надежности и безопасности.

Но наряду с этими и некоторыми другими факторами, которые всегда рассматриваются, еще необходимо обратить внимание на нехватку высококвалифицированных специалистов.

Мировой финансовый кризис негативно отразился на развитии систем автоматизации российских банков, в том числе и на развитие информационно-аналитических банковских технологий. Банковские технологии условно можно разделить на информационные технологии и на аналитические технологии. Информационные технологии служат для учёта финансовых потоков банков, проводки этих потоков, обмена информаций между подразделениями и т.д.

Они должны поставлять данные для аналитических технологий, целью

которых является получение новой, до сих пор не существующей информации. Таким образом, информационные технологии дают руководству банков информацию к размышлению, а аналитические – уже готовые проекты решений.

С каждым днем клиенты становятся более требовательными к компаниям, чьими услуги они используют. Особенно это касается банковского бизнеса. Например, несколько лет назад интернет-банкинг предлагался только для юридических лиц, теперь частные клиенты считают эти услуги обязательными. И конечно, они обращают особое внимание на эффективность в решении их вопросов по телефону. В этих условиях системы коммуникаций непосредственно связаны с бизнес-процессом и эффективностью бизнеса в целом.

Наиболее популярной и удобной интернет- технологией в наше время является дистанционное банковское обслуживание

Дистанционное банковское обслуживание (ДБО) — общий термин для технологий предоставления банковских услуг на основании распоряжений, передаваемых клиентом удаленным образом (то есть без его визита в банк), чаще всего с использованием компьютерных и телефонных сетей. Для описания технологий ДБО используются различные в ряде случаев пересекающиеся по значению термины: Клиент-Банк, Банк-Клиент, Интернет-Банк, Система ДБО.

Рисунок 1- Соотношение и динамика роста процента клиентов, подключивших услугу «Мобильный банк»

Подводя итог, можно отметить, что в банковской системе России информационные технологии получили наиболее широкое распространение по сравнению с другими секторами экономики. Вместе с тем достигнутый уровень нельзя рассматривать как достаточный. Сегодня достаточности не может быть, и чтобы не отстать, необходимо двигаться, и темп этого движения должен увеличиваться, а для этого нужно успевать отслеживать и

внедрять самые современные технологии.

Использованные источники:

1. Злобина Л.А., Учебное пособие «Взаимоотношения предприятий с банком и банковский контроль». Москва: Издательство МГУП, 2000г.- 287 с.
2. Рудакова О.С. Учебное пособие «Банковские электронные услуги»: - Изд. «Вузовский учебник», 2009г.- 400 с.
3. Современные тенденции развития платежной системы России / М.П. Березина // Банковское дело. - 2010. - № 8. – С. 16-22
4. Черкасова Е.А. Информационные технологии в банковском деле : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Е. А. Черкасова, Е.В.Кийкова. — М. : Издательский центр «Академия», 2011. — 320 с.

Ильичёв М.В.
студент 3 курса
факультет «Информационные системы и технологии»
Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики
Россия, г. Самара

ЭВОЛЮЦИЯ ЯЗЫКОВ ПРОГРАММИРОВАНИЯ

В статье рассматриваются этапы развития, создание новых и совершенствование существующих языков программирования. Язык программирования – формальная знаковая система, набор правил, определяющих внешний вид программы и действия, которые будет выполнять ЭВМ под их управлением. Для того, чтобы разобраться во всем разнообразии языков, необходимо знать историю создания, классификацию и предпосылки к развитию. Данная статья посвящена рассмотрению этих вопросов.

Информация, ЭВМ, программирование, кодирование, разработка, программа.

The article deals with the stages of development, the creation of new and improvement of existing programming languages. Programming Language - formal sign system, a set of rules that determine the appearance of the program and the actions to be performed by a computer under their control. In order to make sense of the diversity of languages, it is necessary to know the history of creation, classification and prerequisites for development. This article deals with these issues.

Information, computer, programming, coding, development, program.

Язык программирования – инструмент для создания программ, которым пользуется программист. Стремление разработчика улучшить свои программные продукты, так же подразумевает под собой и стремление улучшить инструменты для разработки. Это и является одним из главных двигателей прогресса языков программирования.

Фактор производительности труда играет не меньшую роль в развитии

ЯП. Для повышения качества разрабатываемого продукта и уменьшения временных затрат внедряются технологии, такие как: структурное, модульное, объектно-ориентированное программирование(ООП) и др.

Чем сложнее программа, тем удобнее должен быть инструмент для ее разработки. Возрастание сложности задач естественным образом ведет к улучшению ЯП.

Увеличение производительности ЭВМ ведет к созданию новых языков, которые смогут максимально использовать возможности вычислительной техники.

Еще одним, не менее важным фактором, является так называемое моральное устаревание ПО и ЭВМ. Быстрые темпы развития не должны отвлекать разработчиков на постоянную модернизацию ПО. Поэтому инструменты разработки должны обеспечивать довольно продолжительный жизненный цикл программ.

Кроме того, чтобы разобраться в тенденциях развития ЯП, необходимо хотя бы поверхностно знать их историю. Как известно, первым программистом считается Ада Лавлейс. Это звание ей присвоено благодаря разработке программ для механического компьютера, созданного Чарльзом Бэббиджем. В честь Ады Лавлейс министерством обороны США был назван ЯП, который был утвержден в 1980 году. Несмотря на это, настоящее программирование в нашем с вами пониманием началось с момента появления первой ЭВМ.

Первые ЭВМ выполняли команды на машинном языке. Программа, написанная на МЯ представляется в виде нулей и единиц, которые понятны машине. Такое программирование является очень трудоемким. Разобраться в написанном коде сложно даже его автору. Поэтому, о максимальном использовании потенциала ЭВМ даже речи не шло. Эти проблемы заставили программистов улучшить взаимопонимание между машиной и человеком, что привело к созданию мнемонического языка программирования. Ярким примером является язык ассемблера, который близок к машинному языку, но вместо нулей и единиц использует сокращения обычных слов. Такие языки называются низкоуровневыми. Для того, чтобы ЭВМ понимала код, написанный на низкоуровневом ЯП необходимо перевести код мнемонический в код машинный (напомню, что ЭВМ понимает только машинный язык, то есть набор нулей и единиц). Для этого был изобретен транслятор.

Следующий этап развития ЯП наступает с созданием языков высокого уровня (ЯВУ). Отличительной особенностью ЯВУ являются: большее количество типов данных и операций над ними, существенное улучшение понимания кода программистом, возможность записи сложных выражений, независимость кода на ЯП от платформы и многое другое. Для компиляции текста программы в машинный код все так же служат трансляторы, но уже усложненные и усовершенствованные. Это вызвано повышением количества

команд и операторов, введением переменных и еще многим факторам.

На сегодняшний день существуют так называемые языки сверхвысокого уровня (ЯСВУ), которые синтаксисом еще ближе к синтаксису речи английского языка. Разработчики таких языков, как Python или Ruby относят свои творения именно к таким языкам.

Эволюция ЯП программирования продолжается сейчас и остановится еще очень не скоро. Изучение вопросов развития ЯП поможет программисту выбрать язык, на котором он будет писать программы. А так же советую подробнее изучить классификацию ЯП, так как все вышесказанное дает лишь поверхностное, ознакомительное представление о настоящем многообразии и возможностях существующих языков программирования

Использованные источники:

1. В.В. Бахтизин, Л.А. Глухова – «Технология разработки программного обеспечения».
2. Себеста Р. У. – «Основные концепции языков программирования».
3. Карпов Ю.Г. – «Теория и технологий программирования. Основы построения трансляторов».

Копытова М.А.
студент 3 курса
факультет «Информационных систем и технологий»
Поволжский Государственный Университет
Телекоммуникаций и Информатики
Россия, г. Самара

АКТУАЛЬНОСТЬ ЯЗЫКА ПРОГРАММИРОВАНИЯ PYTHON

Статья посвящена рассмотрению языка программирования Python, его истории и основных особенностях.

Python, Программирование.

Python (произносится: «Пайтон», но в русском языке устоялось название «Питон») – интерпретируемый, объектно-ориентированный высокоуровневый язык программирования с динамической семантикой, был разработан в конце 1989 г. Гуидо ван Россумом.

Название языка пошло от популярного комедийного телешоу «Летающий цирк Монти Пайтона» (Monty Python’s Flying Circus). К работе над ним автор приступил, когда потребовался расширяемый скриптовый язык для операционной системы Amoeba (Амеба). В основу Python легли наработки для языка программирования ABC. Также он ощутил влияние множества ранних языков программирования: Modula-3, Java, Smalltalk, Lisp, Fortran, Miranda, Icon, вобрав в себя лучшее, что они могут предложить в сбалансированном виде. .

Python распространяется совершенно бесплатно, он не имеет абсолютно никаких ограничений в условиях применения. Так же не

ограничивается коммерческое использование программных продуктов, написанных на этом языке.

Интересный факт у Python`а есть даже своя философия, называемая "Дзэном Питона". Её текст выдаётся интерпретатором Питона по команде import this . Автором этой философии считается Тим Пейтерс.

Текст философии:

- Красивое лучше, чем уродливое.
- Явное лучше, чем неявное.
- Простое лучше, чем сложное.
- Сложное лучше, чем запутанное.
- Плоское лучше, чем вложенное.
- Разреженное лучше, чем плотное.
- Читаемость имеет значение.
- Особые случаи не настолько особые, чтобы нарушать правила.
- При этом практичность важнее безупречности.
- Ошибки никогда не должны замалчиваться.
- Если не замалчиваются явно.
- Встретив двусмысленность, отбрось искушение угадать.
- Должен существовать один — и, желательно, только один — очевидный способ сделать это.
- Хотя он поначалу может быть и не очевиден, если вы не голландец.
- Сейчас лучше, чем никогда.
- Хотя никогда зачастую лучше, чем прямо сейчас.
- Если реализацию сложно объяснить — идея плоха.
- Если реализацию легко объяснить — идея, возможно, хороша.
- Пространства имён — отличная штука! Будем делать их побольше!

В синтаксисе языка Python уделяется особое внимание читаемости кода. Написанные на этом языке программы получаются структурированными по форме, и в них легко проследить логику работы. Python позволяет быстро создавать программные системы и их прототипы. Он доступен практически на всех существующих платформах (как 32-битных, так и на 64-битных) с компилятором C и на платформе Java, написанные на нем программы обладают кроссплатформенностью. Python обладает достаточно простыми средствами для интеграции с C, C++ (и Java) как посредством встраивания интерпретатора в программы на этих языках, так и путем использования библиотек, которые написаны на этих языках в Python-программах.

Самые известные и крупные организации использующие Python: Yahoo!, IBM, Google.com, Microsoft, NASA, Hewlett Packard, Red Hat, Infoseer, CBS Market Watch

Достоинства:

- интерпретатор Python адаптирован практически для всех платформ и операционных систем;
- расширяемость языка — имеется возможность совершенствования языка всеми заинтересованными программистами;
- наличие широкого набора подключаемых к программе модулей, которые обеспечивают различные дополнительные возможности;
- стандартная библиотека позволяет использовать сторонние решения;
- функционал сайтов на языке Python ограничен лишь фантазией клиента, при этом, как правило, разработка даже сложных решений занимает меньше времени, чем на других языках.

Недостатки:

- скорость выполнения Python-программ уступает скорости программ, написанных на компилирующих языках программирования, таких как C или C++

Ситуация на рынке труда

Средняя зарплата разработчика Python в Москве составляет 105 000 рублей, в Санкт-Петербурге - 84 000 рублей, в Волгограде - 50 000 рублей, в Воронеже, Казани, Омске и Уфе - 53 000 рублей, в Екатеринбурге - 67 000 рублей, в Красноярске, Перми, Ростове-на-Дону и Самаре - 60 000 рублей, в Нижнем Новгороде - 58 000 рублей, в Новосибирске - 66 000 рублей, в Челябинске - 61 000 рублей.

Требования к начинающим разработчикам Python не столь велики. Соискателям без опыта работы необходимо иметь законченное или неполное высшее образование (профильное либо техническое), знать CSS, HTML и основы программирования на Python. Стартовый оклад составляет от 50 000 до 70 000 рублей в столице, от 40 000 до 56 000 рублей в Петербурге.

Максимальный доход - у программистов Python требует наличия опыта работы более 3 лет и навыков руководства командой разработчиков. Зарплатное предложение для таких специалистов в Москве составляет 160 000 рублей, в Санкт-Петербурге - 130 000 рублей

Котова О.
магистрант

ФГАОУ ВПО Балтийский федеральный университет им. Канта
Калининградская область, г. Калининград

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация*: Статья посвящена актуальным вопросам исследования современного рынка труда в индустрии гостеприимства, так как именно от правильно проведенного анализа состояния и перспектив развития данного рынка зависит то, какие кадры сможет набрать гостиничное предприятие и по какой «цене». Автором проведено исследование научно-теоретических подходов к определению сущности понятия «рынок труда», выявлены особенности его изучения в индустрии гостеприимства, описаны инновационные технологии, которые могут быть использованы в этой деятельности.*

Ключевые слова: *рынок труда, индустрия гостеприимства, инновационные технологии.*

Рынок труда является одним из актуальных направлений кадровой работы потому, что дает возможность для формирования нового кадрового состава или замены одного из работников компании. Труд является неотъемлемой частью деятельности человека и анализ рынка труда позволяет выявить перспективные направления, а также выстроить новые социально-экономические отношения между работодателем и работником. Рассмотрим далее основные научные подходы к определению сущности понятия «рынок труда» (таблица1).

Таблица 1. Научно-теоретические подходы к определению сущности понятия «рынок труда»

№ п/п	Определение понятия	Авторы, источник
1	Рынок труда – это важнейший элемент рыночной экономики. В отличие от других рынков его специфика состоит в том, что здесь объектом контрактов выступает способность человека к труду. Исходя из этого, рынок труда можно определить, как совокупность социально-трудовых отношений в обществе по найму и использования работников в сфере общественного производства, обусловленную многообразием форм собственности, неоднородностью рабочей силы и интересов субъектов производства.	Супрунов А.К. [5, с. 152]

2	При определении рынка труда в более узком смысле часто используются такие термины, как «взаимодействие», «механизм», делается акцент на экономическом противостоянии ищущих работу индивидов и работодателей, и рынок труда рассматривается, как механизм согласования интересов продавцов и покупателей рабочей силы. Т.е. рынок труда есть экономическое взаимодействие продавцов и покупателей, олицетворяющих спрос и предложение рабочей силы. Много принципиальных споров рождает расширительная концепция рынка труда, согласно которой его субъектами признается все экономически активное население, а не только ищущие работу лица.	Королев Д.Ю. [4, с. 140]
3	Рынок труда в социологии рассматривается на социальном, институциональном и организационном уровнях общества. На институциональном уровне анализ рынка труда акцентируется на раскрытии природы и содержания его как социального института.	Гударенко Ю.А. [1, с.330]
4	Darbo rinka suprantama kaip visuomeniniu santikiu, atspindinciu ekonomikos issivystymo lygi ir konkreciu laikotarpiu pasiekta imoniu, darbuotoju ir valstybes interesu suderinimo laipsni, visuma. Rinka rodo visumine darbo jegos paklausa ir pasiula, o santtyki tarp paklausos ir pasiulos lemia darbdaviai ir samdomi darbuotojai. Taip yra patenkinami darbo jegos ir darbo apmokejimo poreikia, kurie yra svarbus rinkos dalyviams. Рынок труда понимается, как общественные отношения, отражающие уровень экономического развития и уровень отношений конкретных компаний, сотрудников и государством в целом. Рынок показывает совокупность спроса и предложений, а отношение между спросом и предложением определяются работодателями и работниками.	Gulbiniete N., Jankauskiene A., Sileikaite G. [8, с.103]

Таким образом по данным таблицы 1 видно, что в основном ученые рассматривают «рынок труда» как социально-экономическое взаимодействия между работодателями и кандидатами на вакансию. Поэтому далее в работе будет использовано следующее определение понятия «рынок труда» - это социально-экономические отношение, выстраиваемые работодателями и работниками по найму.

Правильно проведенное исследование ранка труда очень важно для туристской индустрии. В данную индустрию входят организации, осуществляющие туроператорскую и турагентскую деятельность, гостиницы и иные средства размещения, предприятия, предоставляющие экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков [6, с. 40]. Также сюда входят объекты развлекательного, познавательного, делового, оздоровительного и иного назначения и транспортные организации. Туристские предприятия выполняют основную функцию по разработке и реализации туристких продуктов. К данным предприятиям относят туроператоров и турагентов [2, с .29].

Для успешного функционирования туристского предприятия необходимо проводить анализ рынка труда. Например, использование для анализа рынка труда маркетиногово подхода в индустрии туризма дает возможность всесторонне изучить: спрос на персонал, предпочтений и потребностей работодателей, разработать мероприятия по удовлетворению спроса на рабочую силу, формирование покупательских приоритетов в

поиске персонала высшей квалификации, работу служб занятости, образовательных учреждений в сфере туризма и других источников рабочей силы [3, с. 23].

На основе проведенного изучения научной литературы можно выделить следующие важные компоненты рынка труда в индустрии туризма: общеэкономическую ситуацию на рынке труда и состояние отечественной туристской индустрии; развитие туристских и гостиничных технологий; особенности социальных потребностей; развитие законодательства; кадровую политику организаций – конкурентов.

Развитие информационно-компьютерных технологий и активное внедрение интернета во все сферы жизнедеятельности человека, формирует информационное глобальное общества, что обуславливает появление цифрового рынка [7, с. 359]. Осуществлять сбор и обработку информации о работодателях и сотрудников с использованием автоматизированных средств обработки информации представляет собой единственным возможным вариантом.

На основе изучения имеющейся литературы и интернет-источников был сделан вывод о возможности применения в индустрии гостеприимства автоматизированной системы «Мониторинг рынка труда», которая предназначена для оперативного и всестороннего анализа рынка труда [9].

В основе системы «Мониторинг рынка труда» лежат два подхода к анализу рынка: списки личных дел (вакансий, работодателей), отобранные из просмотра их карточек. В системе уже есть сотни готовых запросов к данным. Пользователю только нужно задать нужное значение параметра запроса для получения требуемого списка для анализа; аналитические отчеты формируются из массивов данных OLAP за короткий срок. Пользователь выбирает необходимые аналитические показатели, а также указывает, в каких разрезах следует поместить их значение в отчет.

Использование данной программы в туристской индустрии дает возможность проанализировать состояния рынка, определить уровень занятости в отрасли туризма. Имея такую программу организация анализирующая внешний рынок труда сможет оперативно получить аналитический отчет о конкурентах и соискателях в сфере туризма, что позволит ей быстро ориентироваться на рынке труда в туристской индустрии.

Использованные источники:

1. Гударенко Ю. А. Рынок труда как социальный институт в современном российском обществе. Журнал «Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена», 2010, № 124, с. 330-336
2. Зайцева Н.А. Практикум по менеджмент туризма. М. Издательство «Форум издательство «Инфра-М». 2007, 160 с.
3. Зайцева Н.А. Управление персоналом в гостиницах. М. Научно-издательский центр Инфра-М. 2013, 416 с.

4. Королев Д.Ю. Рынок труда: дискуссионные моменты. Журнал «Проблемы современной экономики», 2013, № 3, 140-142
5. Супрунов А.К. Рынок труда в современной России. Журнал «Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина», 2013, №2, с. 152-155
6. Bunakov, O. A., Zaitseva, N. A., Larionova, A. A., Chudnovskiy A. D., Zhukova, M. A. & Zhukov, V. A. Research on the Evolution of Management Concepts of Sustainable Tourism and Hospitality Development In the Regions. Journal of Sustainable Development. – 2015. Vol. 8. No 6, p. 39-44.
7. Dmitrieva N.V., Zaitseva N.A., Kulyamina O.S., Larionova A.A., Surova S.A. Scientific and Theoretical Aspects of the Staff Recruitment Organization within the Concept of "Talent Management". Asian Social Science. -2015. Vol. 11. No. 3, p. 358-365.
8. Gulbiniete N., Jankauskiene A., Sileikaite G. Darbo rinkos pletros galimybes kaimo vietovese. Zurnalas «Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektivos», 2011, №4, p. 102-112
9. http://xn----8sba6agbsqokbh.xn--p1ai/home/actdirections/pdevelopmentsoft/softczn/softmrt.aspx. Автоматизированная система «Мониторинг рынка». Дата обращения 24.09.2016

Маличенко Е.А.
магистрант 2 курса
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»
Россия, г. Москва

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА КАК ИНТСТРУМЕНТА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

Аннотация: в статье рассмотрена роль социальных медиа как инструмента информационного обеспечения в туризме, а также приведены особенности и характеристики социальных сетей, которые позволяют им иметь существенное влияние на аудиторию в процессе продвижения туристических товаров и услуг.

Abstract: the article considers the role of social media as an instrument of information support in tourism and observes the peculiar characteristics of social nets which allow them to influence the public in promotion of tourist services and products.

Ключевые слова: социальные медиа, социальные сети, информационное обеспечение, туризм, продвижение.

Key words: social media, social nets, information support, tourism, promotion.

Роль социальных медиа как неотъемлемого атрибута современных туристических продуктов и путешествий на сегодняшний день всемирно

признана. По данным исследования World Travel Monitor [1], проведенного ЮНВТО, 40% международных туристов имеют доступ к интернету со своих смартфонов и планшетов. Более трети международных путешественников осуществляют с помощью этих гаджетов доступ к социальным сетям, они публикуют контент в своих блогах, на страницах своих аккаунтов в Facebook, делятся фотографиями в Twitter или Instagram, пока находятся в поездке. Таким образом, социальные медиа в настоящее время способны выступать в роли полноценных средств массовой информации с точки зрения обмена мнениями и написания рецензий и влияния их на поведение читающей их аудитории и формирование взглядов этой аудитории.

Согласно действующему в настоящее время в России Федеральному закону №ФЗ-97 («Закону о блогерах») [2], авторы любых интернет-ресурсов, включая сайты, блоги, аккаунты в социальных сетях, с аудиторией свыше 3000 пользователей в сутки обязаны пройти регитсрацию в Роскомнадзоре и имеют ряд ограничений на содержимое своих ресурсов, которые установлены в России для средств массовой информации. Этот закон лишний раз подчеркивает, насколько велика роль социальных медиа в распространении информации и их влиянии на формирование ежедневного информационного потока пользователя интернета.

Для оценки потенциала различных социальных медиа с точки зрения их эффективности в области информационного обеспечения и продвижения в туризме можно использовать сравнительную характеристику социальных медиа по параметрам, приведенным в таблице1.

Таблица 1

Сравнительная характеристика популярных социальных медиа

Наименование признаков	Наименование социальных медиа (соцсетей)				
	ВКонтакте	Linked in	Facebook	Twitter	Instagram
Год основания, организаторы, страна	Октябрь 2006; Павел Дуров; Россия	Декабрь 2002; Рид Хоффман; США	Февраль 2004; Марк Цукерберг; США	Июль 2006; Джек Дорси; США.	Октябрь 2010; Кевин Систром и Майк Кригер, США
Общая характеристика (*общая социальная, профессиональная, по интересам, др.*)	Общая социальная сеть для всех видов общения, обмена любым контентом; проведения чатов, организации мероприятий, продажа товаров и услуг.	Социальная сеть для поиска и установления деловых контактов.	Мультикоммуникационная платформа для обмена всеми видами контента и всех форматов общения.	Сеть для публикации сиюминутных мыслей, выраженных короткими предложениями (140 символов).	Мобильное приложение для обмена фотографиям и видеозаписями с возможностью их развернутого комментирования.

Число участников	Июль 2015: более 350 млн. Русскоязычная аудитория в разы превышает англоязычную по численности.	Конец 2015: более 400 млн. Иностранная аудитория в разы превышает русскоязычную по численности	Июль 2016: 1.7 млрд. Иностранная аудитория в разы превышает русскоязычную по численности.	Июль 2015: около 350 млн. Иностранная аудитория в разы превышает русскоязычную по численности	Июнь 2016: более 500 млн. Иностранная аудитория в разы превышает русскоязычную по численности
Топология (строится вокруг блогеров, «звезд», фото, тем и пр.)	Сеть строится вокруг ленты новостей каждого пользователя, куда попадают релевантные для пользователя сообщения и новости; тематическое деление на группы пользователей: в группах аккумулируется контент, относящийся к одной теме. Используется в первую очередь для обмена контентом и поддержания личного и бытового общения.	Сеть для бизнес-контактов. Пользователи могут знакомиться через существующие контакты, искать компании, людей, группы по интересам; публиковать профессиональные резюме и работу; публиковать вакансии;создавать группы по интересам. Используется как электронная визитница.	Сеть строится вокруг страницы пользователя, контент которой он формирует нажатием кнопки «Мне нравится». Подходит для создания и распространения собственного контента, на который подписываются другие пользователи и тоже его распространяют. Используется для обмена мнениями как о бытовых, так и происходящих в мире событиях.	Сеть строится вокруг микроблогов известных людей, на которых подписано большое число пользователей и которые регулярно генерируют собственный контент, ведут он-лайны. Удобна для ведения он-лайнов с места событий.	Сеть строится вокруг возможности обмена фото- и видеоконтентом. Есть возможность подписываться - «фолловить» - на инстаграмы популярных блогеров без их уведомления о подписке. Используется как фото- и видеоальбом. Широко используется как «витрина» при веденеии онлайн-продаж и продвижении.
Социальный капитал сети (*актуальность тематики, значимость*	Сеть рассчитана на массовую аудиторию, интересующую	Сеть рассчитана на деловую аудиторию и бизнес-	Сеть рассчитана на максимальную	Сеть рассчитана на максимальную	Сеть рассчитана на максимальную аудиторию. Так же

дискуссий, образовательный уровень участников, наличие кандидатов и докторов наук и пр.)	ся темами из телевизионной повестки дня. Сеть гиперчувствительна к обсуждению тем из текущего новостной повестки всех областей жизни.	контакты.	аудиторию. Сеть гиперчувствительна к обсуждению тем из текущего новостной повестки всех областей жизни.	аудиторию. Микроблоги из твиттера при перепосте в другие социальные сети могут стать темами для обсуждений.	активно используется для рекламы. Посты Инстаграма при перепосте в другие социальные сети становятся темами для обсуждений.
Качество дискуссии (познавательность, практическая полезность и пр.)	На бытовом уровне и ниже	Обмен профессиональной информацией, утилитарные возможности по поиску работы, развитию бизнеса и т.п.	На любом доступном пользователю уровне.	Дискуссия минимальна, главное в сети максимально оперативная публикация микроблогов на актуальные для пользователя темы. Для повышения качества дискуссии пользуются перепостом в другие соцсети.	Дискуссии в виде комментариев к фото или видео, а также диалоги или чаты в «direct» на любом доступном пользователю уровне. Для повышения качества дискуссии пользуются перепостом в другие соцсети.
Эмоциональное состояние сети (позитивное, спокойное, агрессивное)	Нейтральный или высокий градус эмоциональности. Используется, разговорный стиль языка, включая жаргон.	Деловой стиль общения. Спокойное эмоциональное состояние.	От нейтрального эмоционального состояния до агрессивного.	Скорее инейтральное и деловое	От нейтрального эмоционального состояния до агрессивного
Сетевые интересы: Политика, экономика, технологии, инновации,	Широкий круг тем из телевизионной повестки дня, активно обсуждаются	Широкий круг тем из деловой повестки дня.	Любые темы из всех сфер жизни.	Любые темы из всех сфер жизни, акцент на оперативное информиров	Широкий круг тем: мода, знаменитости, питомцы, юмор,

бизнес, туризм, досуг, культура, техника и пр.)	модные тенденции, популярные видео, передачи, мероприятия и т.п.			ание.	политика, здоровый образ жизни. Прослеживается тенденция к появлению «модных» и немодных» тем.
Личные впечатления	Идеальный инструмент для продвижения любого продукта или услуги. Она охватывает самую широкую русскоязычную аудиторию пользователей, многофункциональна и относительно проста в использовании. Если бы мы сравнивали социальные сети с типами жилья, то VK была бы жилым комплексом новых многоэтажных домов.	Не достаточно популярна. Можно использовать в продвижении товаров или услуг дополнительно. Если бы мы сравнивали социальные сети типами жилья, то LinkedIn была бы бизнес-центром в деловом квартале города.	Набирает популярность в России, пока уступает Вконтакте. Можно использовать при продвижении товаров или услуг на международном рынке. Если бы мы сравнивали социальные сети с типами жилья, то Facebook была бы комплексом загородных домов, коттеджей и таунхаусов.	Twitter может использоваться в продвижении товаров или услуг только через «раскрученные» аккаунты. Если бы мы сравнивали социальные сети с типами жилья, то Twitter была бы комплексом малометражных апартаментов в центре мегаполиса.	Идеальная витрина при организации оналйн-продаж. Если бы мы сравнивали социальные сети с типами жилья, то Instagram был бы лофтом, где проживают дизайнеры и хендмейкеры.

Следовательно, для качественного информирования о продуктах и услугах, включая туристические, а так же для использования в качестве инструмента информационного обеспечения на территории России социальной сети необходимо иметь широкую русскоязычную аудиторию и предоставлять пользователям инструменты для полного и всестороннего представления товаров или услуг, включая графические, текстовые и мультимедийные инструменты. Сеть должна располагать полным набором функций для ведения коммуникаций с клиентами, как в открытом доступе, так и в частном порядке без ограничений на количество сообщений в сутки.

Важно, чтобы сеть была привычна и ее структура интуитивно понятна русскоязычной аудитории. Повешению эффективности информационного обеспечения будет способствовать перепост одного и того же сообщения сразу в нескольких социальных сетях. Распространение в социальных медиа информации по принципу «сарафанного радио» повышает лояльность к продуктам или услугам, о которых есть положительные отзывы друзей и знакомых. Таким образом, эмоциональное состояние сети оказывает сильное влияние на степень заинтересованности в продукте и становится едва ли не главным фактором информационного обеспечения и продвижения товаров и услуг в социальных медиа.

В заключении можно сделать вывод о том, что в настоящее время информационное обеспечение в туризме невозможно представить без использования ресурсов и аудитории социальных медиа, особенно принимая во внимание подвижность и активность аудитории социальных медиа с точки зрения туристических поездок.

Использованные источники:

1. Белеванцева М.А., Лебедева Т.Е. Потенциал социальных медиа в туризме. Секция «Инновационные процессы в развитии индустрии туризма и индустрии гостеприимства». – Экономика, право, образование: региональный аспект. Сборник научных трудов IX мужвузовской научно-практической конференции, 2015. – с. 128-133.
2. Федеральный закон № 97-ФЗ от 5 мая 2014 года «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
3. Джанджугазова Е.А. Туристско-рекреационное проектирование. Учебник /Е.А. Джанджугазова. – М.: Издательский центр «Академия», 2016. – 269 с.
4. Максимова Л.М. Формирование механизма информационного обеспечения внутреннего и въездного туризма в российской Федерации. Автореферат /Максимова Л.М. – М.: ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», 2013. – 26 с.

Мосин Е.В.
студент, 3 курс
Никушин Р.В.
студент, 4 курс
Николаева В.Ю.
студент, 3 курс
Поволжский государственный университет
информатики и телекоммуникаций
РФ, г. Самара

ВОПРОС ОБ АКТУАЛЬНОСТИ ЯЗЫКОВ ПРОГРАММИРОВАНИЯ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

В статье приводится сравнительный анализ языков программирования, используемых и наиболее приспособленных для разработки мобильных приложений. Даются сравнительные характеристики языков и сред разработки в плане быстродействия выполнения программ, потребления ресурсов, а также с учетом рыночно-экономических показателей перспективности, удобства, практической выгоды с точки зрения разработчика-любителя.

Ключевые слова: мобильные приложения, языки программирования, iOS, Android, Java, C++, C#, Swift, Objective-C, JavaScript, Python, WindowsPhone

Введение. Обзор текущего положения на рынке операционных систем

Ежедневно миллионы людей используют мобильные приложения на своих смартфонах. Разработчики этих приложений – люди, которые способны в одночасье заработать миллионы, имея под рукой несколько компьютеров и хорошую идею. Не обязательно получать диплом, чтобы достичь успехов в программировании.

Какой язык программирования стоит учить? Подчас от правильности ответа на этот вопрос зависит будущее разработчика.

Согласно статистике продаж смартфонов по операционным системам, положение Windows Phone на глобальном рынке мобильных операционных систем на данный момент довольно стабильно. Вместе с фактом, что среди продаваемых смартфонов телефоны на Windows составляют всего 0,6%, это показывает, что Lumia – довольно-таки качественные устройства, так как люди их не меняют по несколько лет, продолжая использовать. Примерно такая же картина наблюдается с iOS – продажи iPhone падают, но доля ОС остаётся прежней. А с операционной системой Android наоборот – устройств под управлением этой ОС продаются всё больше, но доля ОС не возрастает, что свидетельствует о маленьком жизненном цикле смартфонов на Android.

По данным StatCounter, в августе Windows Phone была установлена на

1,75% устройств, iOS – на 20,07% устройств, Android – на 68,54% устройств.

Обзор языков программирования

Java

Объектно-ориентированный язык программирования Java разработан Sun Microsystems и в настоящее время принадлежит Oracle. Язык Java активно используется для создания мобильных приложений под операционную систему Android. При этом программы компилируются в нестандартный байт-код для использования их виртуальной машиной Dalvik (начиная с Android 5.0 Lollipop виртуальная машина заменена на ART).

Разработку приложений можно вести в среде Android Studio, NetBeans, в среде Eclipse, используя при этом плагин Android Development Tools (ADT) или в IntelliJ IDEA. Версия JDK при этом должна быть 5.0 или выше. Для разработчиков iOS-приложений на Java существует INDE Multi-OS Engine.

Одна из особенностей Java – его универсальность. Будучи компилируемым, язык может функционировать двумя различными способами: в окне браузера или запускаться в виртуальной машине, для работы которой не требуется браузер. Такая гибкость играет важную роль при повторном использовании кода и обновлении ПО.

C++

Это второй по популярности язык программирования после Java. C++ может быть использован для разработки приложений практически для любых целей и на любой существующей платформе, обеспечивает модульность, раздельную компиляцию, обработку исключений, абстракцию данных, виртуальные функции. Одно из наиболее значимых достоинств языка то, что он сочетает свойства как высокоуровневых, так и низкоуровневых языков.

Возможность писать на C++ под Android появилась лишь в 2009 году с выпуском пакета Android NDK (Native Developers Kit), который позволяет применять огромное множество оптимизированных алгоритмов, уже реализованных в стандартных библиотеках для языков C/C++. C++ спокойно сосуществует в одном проекте и даже в одном файле с Objective-C. Можно использовать как C++ из кода Objective-C, так и наоборот. С помощью Visual C++ для разработки кроссплатформенных мобильных приложений можно выполнять сборку приложений на основе машинного кода C++ для устройств Android и Windows, а также предоставлять общий доступ к коду в библиотеках, собранных для iOS, Android и Windows. Эта возможность доступна в среде Visual Studio 2015, вместе с которой устанавливаются пакеты SDK и средства, необходимые для кроссплатформенной разработки общих библиотек и собственных приложений.

Objective C

Objective-C (Objective C, ObjC или Obj-C) – компилируемый объектно-ориентированный язык программирования корпорации Apple, построенный

на основе языка Си и парадигм Smalltalk. В отличие от C++, язык Objective-C полностью совместим с Си (язык Objective-C является надмножеством языка Си) и код на Си компилируется. Тем не менее, последний имеет ряд функций, которые специфическим образом взаимодействуют непосредственно с графикой, функциями ввода/вывода и отображения.

Objective-C является частью среды разработки Apple и полностью интегрирован во все фреймворки iOS и MacOS. Objective-C доступен практически в каждом дистрибутиве GNU/Linux благодаря компилятору gobjc, созданному проектом gcc. Для работы с Objective-C под ОС Windows используют эмуляторы среды POSIX: mingw, Cygwin, сервисы Microsoft Windows для UNIX.

Swift

Swift – открытый мультипарадигмальный компилируемый язык программирования общего назначения. Создан компанией Apple в первую очередь для разработчиков iOS и OS X. Swift задумывался как более легкий для чтения и устойчивый к ошибкам язык, чем его предшественник Objective-C. Возможно при помощи Swift разработчики смогут создавать приложения и для других операционных систем, отличных от iOS, OS X и watchOS.

Довольно многое в языке заимствовано из Objective-C. Многие функции также прежде были доступны в C++ и Java, например, определяемые наименования, так называемые обобщения и перегрузка операторов.

Часть функций языка выполняется быстрее по сравнению с другими подобными языками. Так, сортировка комплексных объектов выполняется в 3,9 раз быстрее, чем в Python, и почти в 1,5 раза быстрее, чем в Objective-C.

Код, написанный на Swift, может работать вместе с кодом, написанным на C и Objective-C в рамках одного и того же проекта.

C#

В 2012 году C# был признан лучшим языком программирования, рост его популярности был больше, чем у любого другого языка (2.3%).

Для Microsoft язык играет ту же роль, что и Objective-C для Apple. Фактически C# является надстройкой языка Си. Объектно-ориентированный подход и инкапсуляция позволяют по максимуму повторно использовать код. Reflection и dependency injection дают языку гибкость и мощь.

Строгая типизация ускоряет и упрощает поиск ошибок на этапе разработки, это особенно важно для мобильных приложений, для которых цикл сборка/запуск/тест занимает больше времени из-за необходимости загрузки на устройство или эмулятор.

Прозрачная совместимость с машинным кодом дает разработчику лучшее из обоих миров. Можно написать обертку для любой стандартной библиотеки и использовать её возможности. Xamarin предоставляет доступ к 100% нативных API iOS и Android. Rdio продемонстрировал это недавно в

обновлении своих iPhone и Android приложений.

Python

Python – это свободный интерпретируемый объектно-ориентированный расширяемый встраиваемый язык программирования очень высокого уровня.

Это универсальный язык, он широко используется во всем мире для самых разных целей. Python обладает богатой стандартной библиотекой, и еще более богатым набором модулей, написанных третьими лицами. Для мобильной разработки существует следующие библиотеки:

SL4A – библиотека, которая позволяет создавать и запускать скрипты, написанные на различных языках сценариев прямо на Android-устройствах.

Kivy – представляет собой библиотеку для разработки приложений, работающих на всех платформах. Библиотека распространяется с открытым исходным кодом. Библиотека сосредоточена на инновационных пользовательских интерфейсах, предназначенных для устройств типа «touch». Библиотека основана на Cython (C-расширение для Python). На данный момент поддерживает Linux, Windows, Mac OS X и Android. Графический движок построен на OpenGL ES 2.

JavaScript

JavaScript изначально создавался для того, чтобы сделать web-страницы «живыми». Программы на этом языке называются *скриптами*. В браузере они подключаются напрямую к HTML и выполняются как только загружается страница. На JavaScript оказали влияние многие языки, при его создании была цель сделать язык похожим на Java, но более лёгким для использования непрограммистами.

Библиотеки Javascript для мобильной разработки:

PhoneGap – бесплатный open-source фреймворк для создания мобильных приложений, созданный Nitobi Software. Позволяет создавать приложения для мобильных устройств при помощи JavaScript, HTML5 и CSS3 без знания «родных» языков программирования (например, Objective-C) и под все мобильные операционные системы (iOS, Android, Bada и т.д.)

ReactNative – разработка Facebook, позволяет писать для всех существующих платформ. Основное отличие от PhoneGap – использование нативных компонентов системы вместо создания WebView компонента.

NativeScript – это библиотека, позволяющая делать кросс-платформенные приложения, используя XML, CSS, JavaScript. Native script решает ту же задачу, что и PhoneGap, но подходы у них разные. PhoneGap использует движок браузера, чтобы отобразить UI (фактически получается веб-страница), NativeScript использует нативный рендеринг, элементы нативного UI.

Таким образом, для начинающих разработчиков, ставящих цель быстрого продвижения их приложения на рынке, наиболее удобным и перспективным способом будет написание приложения на Java под ОС

Android.

Среды разработки на Java являются бесплатными и относительно удобными (предусмотрена разработка на самих устройствах), а сам язык – простым в освоении и имеет значительное количество библиотек, как стандартных так и находящихся в открытом доступе.

Большая популярность операционной системы Android и грамотная политика распространения готового продукта (магазин Google Play – лидер по ежедневному объёму загрузки приложений) обеспечивают лидирующие позиции данной связки (Java–Android–Google Play) на рынке разработки мобильных приложений и рекомендуется в качестве плацдарма для стремительного продвижения программных продуктов и идей начинающего разработчика-любителя.

Использованные источники:

1. ru.wikipedia.org/wiki/Разработка_приложений_для_мобильных_устройств
2. http://wp-seven.ru/stat-i/novosti/statistika-ry-nka-mobil-ny-h-os-za-avgust-2016.html
3. ru.wikipedia.org/wiki/Swift_(язык_программирования)
4. https://www.pcweek.ru/mobile/article/detail.php?ID=175207
5. http://www.realcoding.net/news/prilozheniya-dlya-android-teper-mozhno-pisat-na-cc.html

Рудько В.В.
студент 4 курса
факультет управления
Новгородский государственный
университет имени Ярослава Мудрого
Россия, г. Великий Новгород

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛИЯНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ВЫБОР

Аннотация: В данной статье рассмотрены действия в социальных сетях, которые компании необходимо предпринять для оказания влияния на потребительский выбор.

Ключевые слова: маркетинг, социальные сети, выбор продукта, потребитель

Rud'ko V.V.
student
4th year, Faculty of Management
Yaroslav-the-Wise Novgorod State University
Russia, Velikiy Novgorod

SOCIAL NETWORKS AS A TOOL TO INFLUENCE CONSUMER CHOICE

Annotation: This article describes the actions of the social networks that the

company needs to take in order to influence consumer choice.
Keywords: marketing, social networking, product selection, the consumer

Главное предназначение маркетинга - это связать производителя и потребителя, помочь им найти друг друга. Для этого производителю необходимо найти те инструменты, с помощью которых можно повлиять на процесс выбора продукта потребителем.

И один из этих инструментов, это – социальные сети. Основная ценность социальных сетей состоит в их просто огромном количестве пользователей, а значит и потенциальных потребителей. Так, по информации Brand Analytics на февраль 2016 года значительная часть интернет-аудитории сосредоточена в социальных сетях – 368112 тысяч публикаций, что составляет около 66% от совокупного объема упоминаний в социальных медиа [1]. Также стоит отметить, что пользователи социальных сетей, подробно заполняя свои личные страницы и вступая в сообщества по интересам, сами того не зная, дарят маркетологам немалое количество полезной информации.

Вернёмся к основной задаче маркетинга – нахождение того момента, когда маркетинговые усилия компании будут наиболее эффективными. Сейчас практически у каждой фирмы есть своя страница (группа) в какой-либо социальной сети, однако только некоторые компании могут использовать этот инструмент для оказания влияния на потребителя.

Как правильно использовать социальные сети, чтобы не только побудить потребителя купить конкретный товар, но и сделать его лояльным к продукции вашей компании?

1. Отслеживание мнений потребителей – неотъемлемая функция интернет-маркетинга в социальных сетях, которая должна работать постоянно. Такой мониторинг позволяет непрерывно получать обратную связь от клиентов компании. Зачем это нужно? Согласно опросу, проведенному Dimensional Research в апреле 2013 года, около 90% потенциальных покупателей во время выбора товара ориентируются на мнение потребителей, оставленному в социальных сетях (обзоры, отзывы) [2].

2. Отклик на возникающие потребности потребителей – основа диалога продавца и покупателя – это участие в нём двух сторон, желающих поделиться информацией. Поэтому, для создания благоприятного общественного мнения о компании, недостаточно просто отслеживать мнения потребителей, необходимо отвечать на их запросы и удовлетворять появляющиеся у них потребности.

Если потребитель обращается в службу поддержки компании, то он получает положительный или отрицательный опыт. И в последнем случае, как показывают исследования, он с большой вероятностью поделиться своим с негативным мнением о компании в Интернете [2]. Поэтому, отдел по

работе с клиентами должен быстро реагировать на подобные случаи, чтобы не дать негативной информации о компании распространиться.

3. Усиление позитивной деятельности – создание такой системы взаимоотношений с потребителями, при которой они сами будут делиться позитивной информацией о компании. Служба поддержки не может помочь каждому потребителю, особенно, если речь идёт о крупной компании. Поэтому множество единичных ответов на запросы потребителей не являются гарантией формирования позитивного мнения о продукции компании. Вовлечение потребителя в процесс, когда фирма в системе взаимоотношений продавец-покупатель плавно переходит от ответчика к модератору дискуссии, является одним из сильных психологических приёмов для создания лояльной аудитории.

4. Лидерство в изменениях – это могут быть традиционные маркетинговые инструменты (рекламных кампании, промо-акции), но здесь преимуществом социальных сетей является обратная связь, которая логично встраивается в привлечение потребителей в изменения, происходящие в компании. Например, сеть ресторанов KFC, в своей группе в социальной сети «ВКонтакте» предлагает своим посетителям оставить отзыв по работе одного из ресторанов, в которых они бывали. Оставив свой отзыв, призванный зафиксировать уровень обслуживания и, возможно, получить предложения по улучшению обслуживания, потребитель получает купон на бесплатное приобретение товара или покупку товара со скидкой.

Таким образом, развитие Интернета и появление социальных сетей привело к изменению классической бизнес модели B2C. Теперь к ней добавилось ещё одно C – потребитель, готовый поделиться своим мнением о компании и её продукции. В связи с ежедневно возрастающим количеством пользователей Интернета, единичные реакции компании на отзывы не могут стать эффективным способом влияния на мнение потребителей, поэтому использование модели Отслеживание – Отклик – Усиление – Лидерство сегодня является оптимальным инструментом взаимодействия с клиентом в социальных сетях.

Использованные источники:

1. Социальные сети в России: цифры и тренды за февраль 2016 года [Электронный ресурс] // Блог Brand Analytics [сайт]. URL: https://blog.br-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-cifry-i-trendy-za-fevral-2016-g/

2. What is the Impact of customer Service on Lifetime Customer Value [Электронный ресурс] // Zendesk [сайт]. URL: https://www.zendesk.com/resources/customer-service-and-lifetime-customer-value

Сивухина А. А.
студент гр. МИУ16-01
Смушкин В. А.
студент гр. МИУ16-01
Сябренко А. П.
студент гр. МИУ16-01
Семенюк Е. Г.
научный руководитель
ФГБОУ ВО "Сибирский государственный аэрокосмический университет"
Российская Федерация, г. Красноярск

РАЗРАБОТКА АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ РАСЧЕТА ПРЕМИАЛЬНЫХ ВЫПЛАТ ДЛЯ ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ НА ПРИМЕРЕ ГК КИК

Перевод экономики страны на инновационный путь развития невозможен без совершенствования системы социального управления, составной частью которого являются социальные механизмы мотивации трудоспособного населения. Основную роль в реструктуризации и повышении эффективности отечественной экономики должны сыграть инженерно-технические работники (ИТР), как специфическая группа, состоящая из высококвалифицированных профессионалов и специалистов. Но для того, чтобы отвечать современным требованием, эта группа должна быть высокомотивированной на повышение своей квалификации и достижение высоких показателей в профессиональной деятельности.

Актуальность проблемы трудовой мотивации в настоящее время не оспаривается ни наукой, ни практикой социального управления, так как от ее решения зависит не только состояние социальной и творческой активности работников, но и конечные результаты деятельности любой социальной организации.

Мотивация персонала — один из способов повышения производительности труда. Мотивация труда персонала является ключевым направлением кадровой политики любого предприятия. Наиболее эффективной системой мотивации сотрудников, является «мотивация на результат». Результаты работы сотрудников определяются с помощью KPI (ключевых показателей эффективности). KPI и мотивация персонала позволяют существенно улучшить эффективность и производительность работы компании. Большинство теоретиков систем мотивации приходили к

выводу, что только мотивация на результат является совершенной системой, т.к. обосновывает бизнесу выплаты вознаграждений, а сотрудникам дает возможность получать и увеличивать доход в четкой зависимости к приложенным усилиям[1].

Выделяют следующие виды мотивации персонала:

– материальная мотивация - это количество денежных выплат работодателем сотруднику;

– социальная мотивация - это мотивация, которая направлена на общественное одобрение профессиональных успехов и качеств работника;

– психологическая мотивация- это мотивация, которая зависит от личностных ценностей человека, которые активно влияют на нашу деятельность, на способность ставить цели и достигать их, на способность быстро и правильно решать возникающие задачи.

Инженерно-технические работники – это специфическая социальная группа, представляющая собой значительный по численности слой населения, пребывающего в трудоактивном возрасте, который включает лиц, имеющих высшее, незаконченное высшее, средне-специальное образование, работающих по найму на реальных или номинальных инженерных и технических должностях. Она состоит из ядра специалистов и профессионалов высокой квалификации. Инженерно-технические работники составляют ту часть персонала предприятия, которая непосредственно осуществляет организацию и руководство технологическими процессами на низшем и среднем уровнях социальной организации.

Мотивация деятельности инженерно-технических работников определяется содержательными характеристиками труда, стремлением сотрудников к самореализации личностного потенциала и повышению социального статуса. На нее существенное влияние оказывают такие факторы как: содержание, условия, социальная значимость труда и удовлетворенность уровнем оплаты, возможность карьерного роста, состав коллектива, престиж занимаемой должности[2].

К основным показателям премирования относятся:

– выполнение плана по количественным показателям;

– качество произведённой продукции или выполненной работы;

– эффективность использования оборудования;

– рациональное использование материалов, топлива, электроэнергии.

К количественным показателям и условиям премирования рабочих предприятия можно отнести следующие:

– выполнение плана по объёму производства продукции и номенклатуре, норм труда и нормированных заданий;

– коэффициент использования рабочего времени;

– снижение трудоёмкости продукции;

– обеспечение бесперебойной и ритмичной работы оборудования;

– сокращение установленных сроков обслуживания оборудования и проведение ремонтных работ и др.

К качественным показателям и условиям премирования рабочих предприятия относятся:

– снижение потерь от брака;

– отсутствие претензий со стороны отдела технического контроля и заказчика;

– бесперебойное обеспечение рабочих мест инструментом, оснасткой, энергией, транспортными средствами и др [3].

Наиболее известными системами мотивации персонала являются такие системы как QPR Collaborative Management, KPI Suite, S&A Online.

Управленческая информационная система QPR Collaborative Management - позволяет контролировать деятельность предприятия, анализировать его эффективность по ключевым показателям, а также управлять бизнес процессами предприятия.

Основные функции мотивации персонала:

– Автоматизация системы мотивации персонала;

– Ориентация персонала на достижение целей компании;

– Оптимизация использования ФОТ;

– Реестр должностных инструкций, привязанных к бизнес процессам [4].

Рисунок 1 – Результат работы каждого менеджера по объемам продаж

KPI Suite. Данная система полностью автоматизирована. На каждого сотрудника предприятия создается пользовательская страница, в нее автоматически вносятся критерии оценки деятельности персонала - показатели KPI. Данные вносятся в режиме реального времени. В любой день месяца, пользователь может, воспользовавшись личным аккаунтом, просмотреть личные данные. Всем сотрудникам организации, работающим в системе мотивации KPI Suite, доступ на чужие страницы строго запрещен. Таким образом, сохраняется конфиденциальность данных, и каждый подчиненный работает на свой личный результат. Чем выше будет общий результат по показателям, тем больше начисляется премия по итогам месяца.

Особенно важно, что каждый сотрудник компании может самостоятельно контролировать уровень премиальной части, он точно знает, за что получает дополнительные средства и что необходимо предпринять, чтобы получить больший заработок [5].

S&A Online – это сетевой сервис оценки персонала, для проведения оценки в режиме online, автоматической обработки данных и генерации отчетов по результатам проведенной оценки.

Главное отличие S&A Online от других систем автоматизированной оценки – гибкость и кастомизация – каждый клиент может сочетать и дополнять широкий спектр инструментов оценки для создания решений, максимально соответствующих его целями и потребностям.

Таким образом, премирование занимает в системе мотивации персонала главное место и предоставляет возможность существенно повысить результаты работы как конкретных подразделений, так и предприятия в целом.Поэтому для удобного расчета премиальных выплат необходимо разработать автоматизированную систему, с помощью которой сократиться время расчета премиальных выплат, исключится человеческий фактор, а также позволит более наглядно представить результат расчета.

Использованные источники:

1. Мотивация персонала.URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Мотивация_персонала (дата обращения 15.09.2016)
2. Л. В. Бойков. Социальное управление мотивацией деятельности инженерно-технических работников. URL: http://dislib.ru/sotsiologiya/4371-1-socialnoe-upravlenie-motivaciey-deyatelnosti-inzhenerno-tehnicheskih-rabotnikov.php (дата обращения 15.09.2016)
3. Совершенствование системы мотивации труда инженеров. URL: http://knowledge.allbest.ru/management/3c0b65635b3bd79a5d43b89421316d37_0.html (дата обращения 15.09.2016)
4. **QPR Collaborative Management**. URL: http://www.strategic-line.ru/index.files/Page11_.htm (22.09.2016)
5. Автоматизированная система мотивации персонала KPI Suite. URL: http://www.winter-tires.ru/articles/2384/ (22.09.2016)

Смушкин В. А.
студент гр. МИУ16-01
Сивухина А. А.
студент гр. МИУ16-01
Сябренко А. П.
студент гр. МИУ16-01
ФГБОУ ВО "Сибирский государственный аэрокосмический университет"
Россия, г. Красноярск

АВТОМАТИЗАЦИЯ РАСЧЕТА ПРЕМИАЛЬНЫХ ВЫПЛАТ ДЛЯ РАБОЧИХ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время успешно используются компьютерные технологии для повышения эффективности работы во всей сферах жизни. С помощью компьютерных систем осуществляется ведение разнообразной документации, обеспечивается обмен электронной почтой, связь с базами данных, а также расчет заработных плат и премий на предприятии.

Для повышения производительности труда, которая может принести дополнительную прибыль на предприятии, должна существовать **система премирования.** Она должна убедить работника, что в организации существует четкая связь между активностью работника, результатами его деятельности и поощрениями, которые он получает, возможностями удовлетворить свои личные потребности. [1]

Премирование работников - это денежная плата, которая выплачивается сверх основного оклада. Премирование может быть двух видов: премирование стимулирующего и поощрительного характеров. Премирование работника стимулирующего характера предусмотрено системой оплаты труда, которая принята на предприятии. Разовая премия (вне системы оплаты) может быть выплачена сотруднику за достижения, выполнения особо важного задания и т.д. Премиальные выплаты будут мотивировать работника на эффективное и рациональное изготовление изделия. [2]

Выделяют четыре основные группы показателей премирования, стимулирующих рабочих за индивидуальные результаты труда. К ним относятся [1] :

1) Количественные показатели: выполнение и перевыполнение производственных заданий по выпуску продукции и номенклатуре, процент выполнения норм выработки, обеспечение бесперебойной и ритмичной работы оборудования, соблюдение или сокращение плановых сроков проведения ремонтных работ, выполнение работ меньшей численностью по сравнению с нормативной, снижение трудоемкости продукции и др.;

2) Качественные показатели: повышение качества выпускаемой продукции, процент сдачи продукции с первого предъявления, снижение процента брака, повышение коэффициента сортности продукции и т.п.;

3) Экономия используемых ресурсов: экономное расходование сырья и материалов, экономия топлива и электроэнергии, сокращение затрат на обслуживание и ремонт оборудования и др.;

4) Рациональное использование техники: выполнение сроков освоения новой техники и прогрессивной технологии, соблюдение технологической дисциплины, повышение коэффициента загрузки оборудования и т.п.

Автоматизация расчета выплат премии позволит повысить эффективность и быстроту подсчета показателей премирования сотрудника

на производстве, имея под рукой персональный компьютер и программное обеспечение, предоставит удобный и быстрый доступ к данным работника и архивам по выплатам премий. Разработка такой системы поднимет производительность предприятия и эффективность работы в отделе расчета заработных плат и премиальных выплат. Помимо сотрудников, которые рассчитывают выплату премии, другие работники на производстве смогут использовать эту систему для просмотра своих показателей для анализа своей работы.

В настоящее время имеются много готовых программных решений, которые можно использовать для расчета выплат премий, Например как:

1) KPI-Drive - это автоматизированная система управления персоналом, позволяющая контролировать выполнение поручений, оценивать ключевые показатели эффективности (KPI), рассчитывать премии и повышать результативность всего предприятия. Программа KPI - Drive подходит для любых отраслей и может быть внедрена на любом этапе развития организации. С помощью модулей ПОКАЗАТЕЛИ, ЗАДАЧИ, ОЦЕНКИ и ОПЛАТА, предусмотренных в программе KPI -Drive, руководитель может контролировать эффективность работы персонала, премировать сотрудников и оплачивать их работу по реальному результату. [3] ;

2) **1С: Управление бонусными схемами** - специальное решение на базе «1С: Зарплата и управление персоналом», позволяющее разработать и автоматизировать расчет и начисление бонусов сотрудникам компании. [4] ;

3) MBI-Compensation - Разработанная система стимулирования базируется на экономическом подходе и направлена на достижение главных целей бизнеса – обеспечение роста его стоимости и повышения производительности труда персонала. Разработанная программа позволяет проводить расчет премий сотрудников предприятия в двух вариантах: упрощенном или полном. Средой разработки является Microsoft Excel 2003. [5] ;

4) **Конфигурация "КАМИН: Расчет заработной платы. Версия 3.0"** предназначена для комплексной автоматизации расчета и начисления заработной платы, а также для ведения кадрового учета и подготовки регламентированной отчетности в налоговые органы и Пенсионный фонд на предприятиях и организациях, которые используют систему программ "1С:Предприятие 8". С помощью нее появится возможность выполнить расчет оплаты по окладу, тарифу или сдельную, различных видов надбавок и премий, больничных, отпускных и т.д. [6];

5) и др. .

Использованные источники:

1. http://economic.samgtu.ru/node/22 ;
2. http://www.gd.ru/articles/8233-premirovanie-rabotnikov ;
3. https://kpi-drive.ru/ ;

4. http://korusconsulting.ru/tasks/upravlenie-personalom/1c-zarplata-i-upravlenie-personalom-raschet-bonusov.html ;
5. http://simplecs.ru/files/Progr_ex1.pdf ;
6. http://www.kaminsoft.ru/products/kamin/zpku/zp30.html .

Соломина Н.В., к.филол.н.
доцент
кафедра «Философия и социальные коммуникации»
Владимирова Н.В., к.филол.н.
доцент
кафедра «Философия и социальные коммуникации»
Никонова М. Н., к.филол.н.
доцент
кафедра «Философия и социальные коммуникации»
Омский государственный технический университет
Россия, г. Омск

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СПОСОБ КОММУНИКАЦИИ

В статье рассматриваются социальные сети как способ коммуникации в виртуальной реальности. Анализируются особенности виртуального коммуникативного процесса и принципы организации общения в социальных сетях. Предлагается рассмотрение социальных сетей как технологии управления общественным мнением.

Ключевые слова: социальные сети, коммуникация, виртуальная реальность, информационно-коммуникативная технология.

The article deals with social networks as a means of communication in virtual reality. The features of virtual communication process and the principles of social networking. It is proposed to treat social networks as a public opinion management technology.

Keywords: social networking, communication, virtual reality, information and communication technologies.

Виртуальная информационная реальность, существование которой уже ни у кого не вызывает сомнения, достаточно сильно изменила нашу жизнь: она является мощным и эффективным глобализационным каналом, облегчает размещение и поиск необходимой информации, создает возможность существования в параллельном мире (так называемая «квазиреальность», иллюзорно-чувственная, мнимо-подлинная за счет иного, приближенного к реальному, эмоционально-чувственному восприятию/интерпретации реальности), создаваемом посредством ИКТ.

Создание виртуальной реальности невозможно без использования

интернет-технологий. Причем цели такой информационной (виртуальной) коммуникации могут быть самыми различными: собственно общение, подчиненное законам разговорной речи, «игровое пространство», создание образовательной среды, реализация маркетинговых стратегий, формирование имиджа и пр. Иными словами, научно-технический прогресс способствовал, с одной стороны, стремительному развитию сети Интернет, предоставляющей огромные возможности для обмена информации не только в неофициальных, но и в официальных условиях; с другой – доступности электронных устройств и различных гаджетов для рядового пользователя; это, в свою очередь, сделало процесс коммуникации осуществимым практически в любой ситуации (подробнее см. [1]).

Полагаем, что как минимум два аспекта делают использование интернет-технологий не только модным, но и удобным, эффективным: *доступность* и *интерактивность*. Все это позволяет упрочить взаимодействие с адресатами («акторами», которые могут быть как конкретными личностями, так и организациями), повышая уровень вовлеченности аудитории в процесс общения, тем самым делая коммуникацию более целенаправленной, более адресной.

Итак, предлагаем рассмотреть *социальную сеть*, которая может анализироваться и с точки зрения некоторого виртуального пространства, среды, и с точки зрения информационной (интернет) технологии.

Роль социальных сетей в жизни современного человека достаточно велика: это возможность коммуникации вне зависимости от «шумов» (категории времени, пространства, социальной роли и статуса, возраста, пола, в какой-то мере образования становятся не столь значимыми или вовсе нерелевантными; главным критерием является коммуникативные намерения акторов и общность их интересов; единственным условием коммуникативного взаимодействия, на наш взгляд, являются технические возможности: средства для подключения к социальной сети, программные продукты, регистрация в сети, наличие точки доступа к интернету). Причем подобный дистанцированный вид общения видится более привлекательным для участников коммуникации. По всей видимости, это связано, с одной стороны, с психологическими установками (например, в реальных, а не виртуальных, коммуникативных условиях собеседникам сложнее установить и поддерживать контакт, сложнее задавать личные вопросы напрямую и т.п.); с другой – с доступностью и оперативностью передачи/получения информации различного характера и в различной форме (невербальные средства выражения эмоций, дополнительные возможности данной оболочки: обмен текстовыми, а также фото-/аудио-/видеофайлами, голосовыми сообщениями, использование библиотек данных, создание собственного контента с возможностью его комментирования другими участниками и пр.). Социальные сети позволяют человеку (актору) находить собеседников по интересам, формируя круг общения посредством

частичного проникновения в профиль другого участника (рубрика «Друзья»), вступая в одну или несколько «Групп» внутри социальной сети, тем самым образовывая коммуникативную полифонию порой с совершенно незнакомыми людьми. Нельзя забывать и о том, что виртуальный образ участника намеренно может не совпадать с его реальными характеристиками (модераторы социальных сетей рекомендуют участникам регистрироваться под настоящими, подлинными, именами, считая это правилом хорошего тона, однако веб-сайт допускает регистрацию вымышленных имен). В таком случае социальные сети предоставляют возможности для воплощения alter ego пользователя.

Итак, социальная сеть представляет собой интерактивный онлайн-сервис (или веб-сайт, или платформу) предназначенный для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете. Единицей социальной сети является аккаунт (профиль, учетная запись) пользователя, содержащий достоверную или вымышленную информацию об акторе.

Первая социальная сеть в Интернете Classmates.com появилась еще в 1995 г. Рэнди Конрадс решил создать веб-сайт, помогающий зарегистрированным пользователям находить и поддерживать связь с друзьями и знакомыми. В настоящее время в сети Classmates.com более сорока миллионов пользователей (преимущественно из США и Канады). Classmates.com стал первенцем, опередившим своё время: до начала двухтысячных годов виртуальные социальные сети развивались очень медленно. В 2002 г. первая из наиболее популярных сегодня социальных сетей – Friendster – запустила бета-версию в виде частной сети. Стремительное развитие виртуальных социальных сетей связывают с активным функционированием с 2003 г. гигантов сети – LinkedIn, MySpace, Hi5, Tribe. В 2004 г. появились Orkut и Facebook, а Friendster был запущен для массового использования. В 2005 г. появились Bebo и Yahoo 360, а в 2006 г. – Twitter – социальная сеть для публичного обмена сообщениями. Короткие публикации (не более 140 символов) в формате блога получили название «микроблогинг». Twitter быстро нашел свою аудиторию. Уже к 2010 г. количество зарегистрированных аккаунтов составляло 190 млн. человек (в России – 183 тыс. пользователей).

В русскоязычном сегменте сети Интернет первая успешная социальная сеть «Мой Круг» появилась в ноябре 2005 г. В 2006 г. в Рунете появились еще две социальные сети – «Одноклассники» (март) и «ВКонтакте» (сентябрь), которые очень быстро набрали популярность (к концу 2007 г. число зарегистрированных пользователей достигло 7 млн. и 3 млн. человек соответственно).

В 2010 г. начинает функционировать одна из самых популярных социальных сетей на сегодняшний день Instagram. В течение года свой аккаунт имели уже более 2 млн. человек по всему миру, а после того, как

приложение стало доступно не только в App Store, но и для устройств, работающих на основе Android, количество аккаунтов в первый же день увеличилось на 2 млн. На сегодняшний день в Instagram зарегистрировано более 300 млн. человек.

Социальные сети могут использоваться специалистами как инструмент управления мнением людей (иными словами, как информационно-коммуникационная технология). В последнее время использование социальных сетей как способа воздействия на аудиторию стало не только популярным, но и фактически обязательным атрибутом, поскольку обеспечивают точечный контакт с внутренней и внешней целевой аудиторией, возможность быстрого распространения сообщения о личности или компании, а также дает уникальные возможности фактически мгновенной обратной связи. Тем самым с помощью социальных сетей расширяется целевая аудитория компании (увеличивается число пользователей), способствуя ее продвижению (см. также [2]).

Использование социальной сети как информационно-коммуникативной технологии требует систематической, планомерной и кропотливой работы слаженной команды (контент-менеджер, аналитик, администратор, специалист, отвечающий за стимулирование общения между членами сети, комьюнити-менеджер, специалист по управлению репутацией и др.).

Таким образом, можно сделать некоторые выводы:

1. Социальная сеть – это интернет-ресурс, который способствует взаимодействию пользователей (между индивидуумами и группами).
2. Социальные сети способствуют нивелированию многих критериев, которые в реальных условиях коммуникации становятся определяющими.
3. Социальные сети вне зависимости от степени популярности в пределах страны/стран/мира, по сути, являются зеркалом реальной жизни, отражающим культурные обычаи, религию, устои, менталитет и т.д.
4. Социальные сети должны анализироваться как некая среда для общения, коммуникативное пространство и как информационно-коммуникативная технология (в первую очередь, для продвижения компаний/товара), поскольку кроме коммуникативной функции социальные сети могут выполнять управленческую функцию – воздействие на аудиторию с целью формирования (управления) общественного мнения.
5. Сеть выполняет функции огромной библиотеки, имеющей архив, выполняет коммуникацию в интерактивном режиме (чаты, формы, виртуальные конференции т др.), а также является инструментом формирования имиджа (сайт, социальные сети).

Использованные источники:

1. Соломина Н.В., Темерева Е.В. Веб-сайт как коммуникационная технология // «Экономика и социум». 2016, № 6(25). – [URL]:

http://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_25/Solomina%20N.V.%20(Informacionnye%20i%20kommunikativnye%20tehnologii).pdf (дата обращения: 28.10.2016).
2. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Ларри Вебер; пер. с англ. Елены Лалаян. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 320 с.

Оглавление

ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ 3

Khadartseva L. S., Cherkasova V. G., THE ORGANIZATION OF PETROLEUM EXPORTING COUNTRIES (OPEC) 3

Mikheeva M. A., Kvasova I. I., Dolganovskaya N.V., IDENTITY: MODERN SOCIAL PHENOMENA. 7

Mikitenko E. G., Yakubenko K. S., Bilovus V. K., PHILOSOPHICAL FOUNDATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY.....9

Minaeva I., Dolganovskaya N.V., GLOBALIZATION AS A CONFLICT FACTOR IN INTER-ETHNIC FAMILIES 11

Pleshakova Y., Dolganovskaya N.V., THE EFFECTIVENESS OF MEDIATION AS AN ALTERNATIVE METHOD OF RESOLVING LEGAL CONFLICTS...13

Абдуллаев Ш.Х., ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, КЛАССИФИКАЦИЯ БАНКОВСКИХ РИСКОВ 15

Абдуллаев Ш.Х., ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БАНКОВСКИХ РИСКОВ.....18

Абдуллаев Ш.Х., МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКИМИ РИСКАМИ.20

Аглиуллин Р.И., УПРАВЛЕНИЕ АКТИВНЫМИ ОПЕРАЦИЯМИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА 23

Албеков Х.Н., ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ (НА ПРИМЕРЕ СКФО) 29

Алимова О.В., Хизбуллина Р.Р., ВЛИЯНИЕ СОСТАВА СЕМЬИ НА УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ УСЛОВИЯМИ ЖИЗНИ ПЕНСИОНЕРОВ (РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ) 34

Анастасова А.С., Никушина А.Н., Павлова А.С., Сарафанов А.Д., ТЕКУЧЕСТЬ КАДРОВ КАК ПРОБЛЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ.....36

Аракчеева З.В., Привалова Т.В., ПРОФЕЛАКТИЧЕСКАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА.....39

Асадуллина Д.Р., Шапошникова Р.Р., УПРАВЛЕНИЕ ПРИРОДНЫМИ РЕСУРСАМИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....43

Ахметова Е.А., БРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ.....48

Ахметова Е.А., БРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ.....51

Бабаскина О.В., Солодухина О.И., Старых С.А., ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ УЧАСТНИКА ВЭД НА САЙТЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ.....54

Балашов Е.В., Хубитдинова Н.Р., ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО (МУНИЦИПАЛЬНОГО)УПРАВЛЕНИЯ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ 59

Батырев Д.Н., Азукаева Б.А., Дорджиева Д.А., РЕАЛИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ОХРАНЫ ТРУДА.....61

Бенгина П.М., АНАЛИЗ ОТРАСЛИ ИНТЕРНЕТ- ЭКОНОМИКИ В РОССИИ 66

Бибарсова Р.Р., Каримова Л.Р., Нуретдинов И.Г., ГРЮНДЕРСТВО (МОШЕННИЧЕСТВО), ПЕРИОД СТАНОВЛЕНИЯ ЦЕННЫХ БУМАГ.....70

Бирюков С.А., ОПТИМИЗАЦИЯ СКЛАДСКОЙ ПОЛИТИКИ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ.....73

Бобрышева Е.С., ОРИГИНАЛЬНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ХОДЫ.....77

Богатырева В.Ю., Проказова Ю.Н., АНАЛИЗ ИМУЩЕСТВЕННОГО ПОЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ДАННЫМ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА (НА ПРИМЕРЕ ООО ТОРГОВЫЙ ДОМ «ОБРОЧЕНСКИЙ»)...80

Богатырева В.Ю., Проказова Ю.Н., АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ДАННЫМ БАЛАНСА (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ «ОБРОЧЕНСКИЙ») 86

Болотина А.Ю., СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ЮРИДИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС» И «ПРАВОВАЯ ПРОЦЕДУРА», ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОЙ ПРОЦЕДУРЫ КАК ЭЛЕМЕНТА ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА.....92

Борисова С.С., РАЗРАБОТКА АЛГОРИТМА ВЫБОРА ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЙ ФОРМЫ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....96

Бороздин А.Н., Цуканова Н.Е., Коварда В.В., ОБ ЭЛЕКТРОННОМ ДОКУМЕНТЕ В РОССИЙСКОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ.....100

Бочков П.В., УПРАВЛЕНИЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ.....105

Бояринова В.И., ИСКЛЮЧЕНИЕ СВЕДЕНИЙ О ЕДИНОЛИЧНОМ ИСПОЛНИТЕЛЬНОМ ОРГАНЕ ХОЗЯЙСТВЕННОГО ОБЩЕСТВА ИЗ ЕДИНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕЕСТРА 109

Буранкаев Р. И., НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОГРАММНЫХ КОМПЛЕКСОВ НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ.....112

Буранкаев Р. И., ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ 115

Бутенко Е.Б., ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ.....118

Бутенко Е.Б., ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖНОЙ БЕЗРАБОТИЦЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ.....121

Быкова М.В., Савина И.В., РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ В СФЕРЕ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ 124

Варлашин А.А., Голев В.И., РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....126

Варлашин А.А., Голев В.И., КЛАССИФИКАЦИЯ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....130

Варшавский А.В., Цуканова Н.Е., Солодухина О.И., К ВОПРОСУ УЧАСТИЯ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ ЗА ПЕРЕМЕЩЕНИЕМ ЧЕРЕЗ ТАМОЖЕННУЮ ГРАНИЦУ ЕАЭС ПРОДУКЦИИ ВОЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ.....133

Ветюгова Ю., ЭТНОКУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И СИСТЕМА БРЕНД-ДИЗАЙНА.....139

Виноградова К.Н., АНАЛИЗ БЮДЖЕТНЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ В ИФНС РОССИИ ПО Г. КОСТРОМЕ В 2013-2015ГГ.....147

Власова Е.В., Богатых Ю.С., МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ 152

Гайфуллина М.М., Костомарова Е.В., СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НЕФТЯНЫХ КОМПАНИЙ РОССИИ 156

Ганюшкина И.В., Пешев А.А., Гейда А.С., Исмаилова З.Ф., Клитный И.В., Лысенко И.В., ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ ОПЕРАЦИОННЫХ СВОЙСТВ ЦЕЛЕВЫХ ПРОГРАММ 168

Геронина И.И., ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОСВЯЗИ ОСОБЕННОСТЕЙ И КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ГОРОДА С РАЗРАБОТКОЙ БРЕНД-СТРАТЕГИИ 171

Гешко О.А., СОЦИАЛЬНО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ФУНКЦИЯ ВУЗА: НАУЧИТЬ СТРОИТЬ БИЗНЕС, ПОЛЕЗНЫЙ ОБЩЕСТВУ 175

Гоношилина И.Г., Елисеев А.А., МОТИВАЦИЯ ЧЕЛОВЕКА НА ПОЛУЧЕНИЕ САМООБРАЗОВАНИЯ.....177

Гостевская К.В., ПРИЧИНЫ МОЛОДЕЖНОЙ БЕЗРАБОТИЦЫ И МЕТОДЫ ЕЕ СОКРАЩЕНИЯ 178

Гриценко Д.Н., СТРАТЕГИЯ СОЗДАНИЯ БРЕНДА – ЗАЛОГ ЗДОРОВЬЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА 183

Денисова М.Л., Ли А.С., ПРИМЕНЕНИЕ СТАНДАРТОВ ИСО ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА 189

Дудкина О.В., Грибова Э.А.. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА КВЕСТОВ 193

Евстюхина М.С., Куркина Н.Р., МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ 197

Егорова К.А., К ВОПРОСУ ОБ ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ СРЕДНЕГО ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ.....200

Забелин Д.А., СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ КОМПАНИИ.....203

Зайко А.Г., ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ОТЧЕТА О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ НА ПРЕДПРИЯТИИ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ 207

Золотухина Н.С., Зюзина Н.Н., ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА РЫНКЕ 212

Зюзина Н.Н., Загорская Е.А., TROUBLE-SHOOTER КАК СИМБИОЗ МАРКЕТИНГА И ПОЛИТТЕХНОЛОГИЙ 216

Зюзина Н.Н., Фурсова А.А., МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА КОМПАНИИ 219

Зюзина Н.Н., Сушкова Ю.А., ХИТРОСТИ МАРКЕТОЛОГОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В СУПЕРМАРКЕТАХ.....222

Зяброва Н.П., Мотрошилова Т.В., Кривичев Д.А., АРЕНДА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И МСФО.....225

Ибрагимова М.И., ПРИНЦИПЫ СИСТЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РАЙОННОЙ АДМИНИСТРАЦИИ И СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 231

Иванов А.С., Жабин Н.В., Момжиян В.П., ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА 234

Ивлева Е.И., СЕКЬЮРИТИЗАЦИЯ НА ФИНАНСОВЫХ РЫНКАХ.....238

Ивлева Е.И., СЕКЬЮРИТИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА ПОЛЬШИ 241

Ивлева Е.И., РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА СЕКЬЮРИТИЗАЦИИ АКТИВОВ.....246

Ильин А.Е., Некрасов А.В., СУЩНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ СТРАХОВОГО РЫНКА.....249

Ильченко И.А., Павлюкова И.С., ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ: ФАКТОРЫ ВЫБОРА ПРОФЕССИИ И ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ 256

Илясова Е.В., ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРАКТИКИ БРЕНДИНГА РОССИЙСКИХ ГОРОДОВ (НА ПРИМЕРЕ Г.КРАСНОДАР).....259

Каныгина А.С., БЮДЖЕТИРОВАНИЕ ЗАТРАТ В КОМПАНИИ.....262

Каныгина А.С., ОЦЕНКА И АТТЕСТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ 264

Карпова В.А., УСТРОЙСТВО БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ПРИНЦИПЫ ЕЕ ПОСТРОЕНИЯ 266

Кашпарова А.И., СТРАХОВАНИЕ ГОСТИНИЦ КАК СПОСОБ УБЕРЕЧЬ БИЗНЕС ОТ НЕПРЕДВИДЕННЫХ РАСХОДОВ 269

Килякова О.М., ПОДХОДЫ К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР ПРЕДПРИЯТИЯ 272

Кирьянова Е.А., Зюзина Н.Н., РЕБРЭНДИНГ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ..279

Кожина Е.А., АНАЛИЗ РАСХОЖДЕНИЙ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ, СОСТАВЛЕННОЙ ПО РПБУ И МСФО283

Козлова Е.М. Цуканова Н.Е., Солодухина О.И., ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ: ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ, ПРОГРАММА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ 287

Козлова Т.В., Гареев В.В., АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА (НА ПРИМЕРЕ ОАО «АПО «ЭЛЕКОМ») 293

Козлова Т.В., Пешев А.А., ФОРМИРОВАНИЕ ОБОРОТНО-САЛЬДОВОЙ ВЕДОМОСТИ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ СОСТАВЛЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА В ОАО «АПО «ЭЛЕКОМ» 297

Козочкина А.А., АНТИКРИЗИСНОЕ ФИНАНСОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ 301

Козочкина А.А., УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ.....305

Кононец Е.В., УЛУЧШЕНИЕ РАБОТЫ БЮДЖЕТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ С ПОМОЩЬЮ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ СРЕДСТВ.....308

Корунова Т.С., Гоношилина И.Г., ЧТО ТАКОЕ МОТИВАЦИЯ И КАК ОНА ВЛИЯЕТ НА ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА.....310

Кузьменко Е.О., ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ: ЭВОЛЮЦИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ.....313

Курилова А.А., ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ.....317

Курилова А.А., Осадчикова Е.В., ИННОВАЦИИ В ОБРАЗОВАНИИ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ 321

Курова С.С., Проказова Ю.Н., ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ НА ФИНАНСИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЯ.....325

Кучинская Е.В., СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ЮРИДИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС» И «ПРАВОВАЯ ПРОЦЕДУРА», ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОЙ ПРОЦЕДУРЫ КАК ЭЛЕМЕНТА ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА.....333

Ланг П.П. Каюмов Ш.М., СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ЮРИДИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС» И «ПРАВОВАЯ ПРОЦЕДУРА», ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОЙ ПРОЦЕДУРЫ КАК ЭЛЕМЕНТА ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА.....336

Ланг П.П., Оганнисян Р.М., ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПОВ АРБИТРАЖНОГО ПРОЦЕССА В СИСТЕМЕ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВОСУДИЯ 339

Латфуллин В.В., ИНФОРМАЦИОННАЯ АСИММЕТРИЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ 342

Ломач М.В., АНАЛИЗ СРЕДСТВ НА ОПЛАТУ ТРУДА ГОЛХУ «МОЗЫРСКИЙ ОПЫТНЫЙ ЛЕСХОЗ».....346

Луканов А.А., ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....348

Луканов А.А., ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ РАБОТЕ С КОРПОРАТИВНЫМИ КЛИЕНТАМИ 361

Лукашук И.А., РЕАЛИЗАЦИЯ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ ОАО «КОБРИНСКИЙ МСЗ» 370

Лю Ижу, СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИИ «ХУАВЭЙ».....373

Лю Ижу, ИСТОРИЯ РАЗВИТИИ КОМПАНИИ «ХУАВЭЙ» 376

Мадраимова Н.С., РОЛЬ И МЕСТО ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В ПОВЕСТИ ЧИНГИЗА АЙТМАТОВА «БЕЛЫЙ ПАРОХОД» 377

Макарова Н.А., СОВРЕМЕННЫЙ ВУЗ И ИНТЕГРАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ.....381

Максимова Д.А., ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....383

Малахов А.В., Есаков М.М., ПОНЯТИЕ РАЗДЕЛЬНОГО УЧЕТА ЗАТРАТ И ЕГО ПРИМЕНЕНИЕ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ОБОРОННОМУ ЗАКАЗУ 386

Малахов А.В., Есаков М.М., УЧЕТ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАТРАТ В РОССИИ И МИРЕ 389

Малышев А.А., Торкина А.А., РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «МЕРКУРИЙ» 391

Маркина А.Н., АЛГОРИТМ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ СОТРУДНИКОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ 396

Матвеева О.Д., ОЦЕНКА И КОНТРОЛЬ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА НА ГОСТИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИЯ 400

Митина И.А., Митин Н.С., СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ МАКРОУРОВНЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ.....404

Михно Е.С., ЗНАЧЕНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ.....411

Морозов Н.В., ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ.414

Мурашкина К.В., МОШЕННИЧЕСТВО В ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИЙ СТРАХОВОГО СЕКТОРА 417

Мурлаева Е.В., Леонов Д.П., АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТД «ОБРОЧЕНСКИЙ») 426

Мурлаева Е.В., Леонов Д.П., АНАЛИЗ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТД «ОБРОЧЕНСКИЙ») 432

Настюшкиной Е.В., АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В РАБОТЕ НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ 439

Нейф Н.М., Трескова Т.В., СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «СБЕРБАНК») 445

Некрасова К.Н., Зюзина Н.Н., МАРКЕТИНГ ВЛИЯНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM 452

Никитина Р.С., ПОДГОТОВКА УЧИТЕЛЕЙ РОДНЫХ ЯЗЫКОВ ДЛЯ РАБОТЫ С ДЕТЬМИ В ШКОЛАХ СЕВЕРА 455

Огольцова К.О., МИНИСТР ФИНАНСОВ БУНГЕ НИКОЛАЙ ХРИСТИАНОВИЧ.....458

Омшанова Э.А., ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ СИСТЕМЫ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБОРОННОГО ЗАКАЗА 461

Павлова А.С., Анастасова А.С., Сарафанов А.Д., Никушина А.Н., ДВИЖЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПОТОКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 465

Павлова А.С., Анастасова А.С., Сарафанов А.Д., Никушина А.Н., СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ МОНОГОРОДОВ РОССИИ.....468

Пасько Н.А., СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОРРУПЦИОННЫХ ПРОЯВЛЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ И ЗАРУБЕЖОМ 471

Перов Е.В., ДИНАМИКА УРОВНЯ КРИМИНОГЕННОСТИ ОБЩЕСТВА480

Пескова Е.Е., ИСПАНСКАЯ ПЕСЕТА.....493

Петросян С.Э., ПРЕОДОЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ БАРЬЕРОВ, КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ.....496

Печерина В.В., ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ 501

Поливанов А.В., ЮРИДИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС И ЮРИДИЧЕСКАЯ ПРОЦЕДУРА: ПОНЯТИЕ И СООТНОШЕНИЕ.....503

Полякова А.Б., СУЩНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНДУСТРИАЛЬНЫМ ПАРКОМ.....505

Пушкина Т.В., ЦЕЛИ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ....509

Решетова Т.В., ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ.....512

Романова А.Н., МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ 516

Ромоданова О.А., Гареев В.В., АНАЛИЗ СОСТАВА, СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ АКТИВОВ УЧРЕЖДЕНИЯ.....520

Рубашкина О.В., ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....524

Рубашкина О.В., СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....527

Рудых А.Д., ПРИМЕНЕНИЕ БАЗЕЛЬСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЛИКВИДНОСТИ ДЛЯ ОЦЕНКИ РИСКА НЕСБАЛАНСИРОВАННОЙ ЛИКВИДНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ 533

Рукавицын В.М., Рогов Р.А., Коварда В.В., ВОСПИТАТЕЛЬНО-ПРОФИЛАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КУРСКОЙ ТАМОЖНИ) ..540

Савельева О. С., СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ ЭТНИЧЕСКИХ ГРУПП В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....548

Салахова А.Э., ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ ОХРАНЫ ЗДОРОВЬЯ.....555

Самута Е.В., НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА НА ЭКОНОМИКУ И ОРГАНИЗАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....559

Саркисов В.Г., К ВОПРОСУ О СПРАВЕДЛИВОМ ДЕЛЕЖЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ СРЕДИ УЧАСТНИКОВ КОАЛИЦИИ ИНВЕСТОРОВ 562

Сафиуллин И.Р., Мнацаканян С. Т., Нуретдинов И.Г., ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ТОРГОВЛИ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ 566

Сидорова Н.С., УЧЁТ КАК ФУНКЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ.....569

Солонина Е.Ю., Леонов Д.П., ФОРМИРОВАНИЕ УЧЕТНОЙ ИНФОРМАЦИИ ПО КАССОВЫМ ОПЕРАЦИЯМ В 1С 575

Степченко М.Е., Захарян А.В., САНКЦИИ КАК СПОСОБ СТИМУЛИРОВАНИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА 587

Стоян К.С., Пластинкина Д.В., ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ЗА 2016 ГОД.....591

Судакова М.М., РОЛЬ ДОСТОВЕРНОСТИ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ КОМПАНИЕЙ.....594

Сухинин С.А., ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО ТУРИЗМА КАК АЛЬТЕРНАТИВНОГО НАПРАВЛЕНИЯ ЭТНОЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ 601

Табаева К.И., МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ЗАРУБЕЖНЫХ КОМПАНИЯХ 607

Тихомиров И.В., ESTIMATION OF TAX BURDEN OF SMALL BUSINESSES IN RUSSIA 610

Ткачева С.А., АНАЛИЗ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ 613

Трубачева Е.А., ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ.....619

Трубкин М.И., СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ И ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ.....622

Труфанова Л.В., СКРЫТЫЙ МАРКЕТИНГ 626

Федоров В.К., СОЦИАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ДОСУГА МОЛОДЕЖИ .631

Федоров В.Е., РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА В РОССИИ 635

Фетюхин В.И., *Труфанов С.А.,* УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ НА БИРЖЕВЫХ РЫНКАХ КАК КОМПЕТЕНЦИЯ ЧАСТНОГО ИНВЕСТОРА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ 637

Хадыева А., ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В РОССИИ 642

Хаметова А.Р., Пальниченко Г.А., ПОВЫШЕНИЕ НАЛОГОВ: ОТ СЛУХОВ К ДЕЙСТВИЯМ.....646

Хаметова А.Р., Амантаева М.С., Суюнтаева, ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ.....649

Хамзина Э.И., *Алюшев Р.Р.*, *Нуретдинов И.Г.,* ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ.....653

Хатламаджиян Л. Г., *Иванова Е.А.,* СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ.....656

Хекоян А.А., АНАЛИЗ ПБУ 3/2006 «УЧЕТ АКТИВОВ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВ, СТОИМОСТЬ КОТОРЫХ ВЫРАЖЕНА В ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЕ» И ЕГО СРАВНЕНИЕ С МСФО (IAS) 21.....659

Хизбуллина Р.Р., Алимова О.В., ОСОБЕННОСТИ УРОВНЯ ЖИЗНИ ПЕНСИОНЕРОВ: ВЫДЕРЖКИ РЕЗУЛЬТАТОВ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ.....662

Ходковская Ю.В., Садретдинова Г.Р., К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ.....665

Худошина А.А., ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ.....672

Цурцилина А.Ю., ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ 677

Цуцкова А.А., ИСТОРИЯ ПЕРВОГО БАНКА РОССИИ 680

Чанышева В.А., Кустов А.А., ВОЗМОЖНОСТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ 684

Черноенко Л.А., НОРМИРОВАНИЕ СЫРЬЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ 686

Шайдуллова А. И., ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ МОМЕНТЫ ВЛИЯНИЯ САНКЦИЙ И ОБЩЕМИРОВОГО КРИЗИСА НА РОССИЮ 693

Шайдуллова А.И., ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ 696

Шайдуллова А. И., НЕГАТИВНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ВЛИЯНИЯ САНКЦИЙ И ОБЩЕМИРОВОГО КРИЗИСА НА РОССИЮ 700

Шария Г.Р., ПРОБЛЕМЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В СОВРЕМЕННОЙ ЕВРОПЕ 703

Шатило Е.Л., ПЕРСПЕКТИВЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ВЗАИМНОГО ВЛИЯНИЯ ЦЕН В РАМКАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА 707

Шевченко В.С., ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА.....709

Шукальская А. В., ТЕОРИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И НЕОБХОДИМОСТЬ СИСТЕМЫ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА.....712

Шукшина Ю.А., Ганюшкина И.В., СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В ОРГАНИЗАЦИИ 715

Яковлева А.И.. Зюзина Н.Н., САЙТ-ВИЗИТКА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ РЕПУТАЦИИ БИЗНЕСА 718

Якупова Ю.Н., ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....721

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ И ПРАВА 732

Андреев Ю.В., СООТНОШЕНИЕ ПРАВОВЫХ КАТЕГОРИЙ ПРОЦЕДУРА» И «ПРОЦЕСС» НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЮРИДИЧЕСКОЙ НАУКИ 732

Ахметова А.Т., Давлетшина А.И., ВНЕБРАЧНОЕ СОЖИТЕЛЬСТВО 735

Баторова Т.П., ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ ОХРАНЫ И ЗАЩИТЫ СЕМЬИ: ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ 738

Батышева Л.О., СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «КОНСТИТУЦИОННЫЙ КОНТРОЛЬ» И «КОНСТИТУЦИОННЫЙ НАДЗОР» 743

Батышева Л.О., ПОНЯТИЕ И РОЛЬ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ, СМЯГЧАЮЩИХ УГОЛОВНОЕ НАКАЗАНИЕ.....745

Бояринова В.И., КРИТЕРИИ ДОЛЖНОЙ ОСМОТРИТЕЛЬНОСТИ ПРИ ВЫБОРЕ КОНТРАГЕНТА.....749

Бояринова В.И., ИНСТИТУТ ПРЕДДОГОВОРНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ЗАРУБЕЖНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ И ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ.....756

Волкова Н.С., ПРИНУДИТЕЛЬНЫЕ РАБОТЫ КАК НОВЫЙ ВИД НАКАЗАНИЯ: ЗА И ПРОТИВ 761

Доронина И.Г., ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРАВОВОГО СТАТУСА СОТРУДНИКОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОТИВОПОЖАРНОЙ СЛУЖБЫ МЧС РОССИИ.....763

Ланг П.П., СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА АРБИТРАЖНЫХ СУДОВ В РОССИИ 766

Ефремова В.А., ОТСУТСТВИЕ ЭЛЕМЕНТА ОСОЗНАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ ОПАСНОСТИ ПРИ НЕБРЕЖНОСТИ 769

Карпенко Д.В., Кудряшова Е.П., Асланян А.А. «ДИСТАНЦИОННЫЙ» ТРУД В СОВРЕМЕННОМ ТРУДОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ 772

Конькова А.В., К ВОПРОСУ О ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ. 781

Кузьмина Е.Э., ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ТАМОЖЕННОЙ ПРОЦЕДУРЫ СВОБОДНОЙ ТАМОЖЕННОЙ ЗОНЫ НА ТЕРРИТОРИИ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО РАЗВИТИЯ.....786

Мелькина А.А., СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ЮРИДИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС» И «ПРАВОВАЯ ПРОЦЕДУРА», ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОЙ ПРОЦЕДУРЫ КАК ЭЛЕМЕНТА ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА.....788

Мерзлякова В.А., СООТНОШЕНИЕ ПРАВОВЫХ ПОНЯТИЙ «ПРОЦЕСС» И «ПРОЦЕДУРА» В ЮРИСПРУДЕНЦИИ 790

Мусабирова Д.А, Зиатдинова Д.А., ПРОБЛЕМЫ РАСЧЕТОВ С ИСПОЛЬОВАНИЕМ БАНКОВСКИХ КАРТ 792

Радица М.Д., РОЛЬ ПРАВОВОЙ ПРОЦЕДУРЫ В ПРОЦЕССУАЛЬНОМ ПРАВЕ.....794

Самарец К.Л., КОНЦЕССИОННЫЕ СОГЛАШЕНИЯ И КОММЕРЧЕСКИЕ КОНЦЕССИИ: СООТНОШЕНИЕ, ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ. 797

Суфянова Е.З., Аслаева А.А., ПРАВОВОЙ СТАТУС ГЛАВЫ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ 807

Ткаченко И.В., ПРАВОВАЯ ПРОЦЕДУРА КАК ЭЛЕМЕНТ ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА.....810

Трушков С.А., НОВЕЛЛЫ РОССИЙСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ПО ВОПРОСУ ВЫПОЛНЕНИЯ РЕШЕНИЙ МЕЖДУНАРОДНЫХ СУДОВ ...815

Химич Т.В., ПРАВОВАЯ ПРОЦЕДУРА КАК ЭЛЕМЕНТ ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА 818

Ямщикова С. Л., Аслаева А.А., СИСТЕМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....824

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ 828

Uralova.D.Zh, CAPITALIZATION AS AN INDICATOR OF CORPORATION'S EFFECTIVE DEVELOPMENT.....828

Андреева Е.С., УЛУЧШЕНИЕ УРОВНЯ КВАЛИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА ЗА СЧЕТ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЕГО ВОВЛЕЧЕННОСТИ В РАБОЧИЙ ПРОЦЕСС 831

Андриенко Р.В., Катаев А.В., СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ: ИХ СУЩНОСТЬ И РОЛЬ.....835

Андриенко Р.В., Катаев А.В., МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ И РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ 840

*Бестаева Л.И.,*ОРГАНИЗАЦИЯ ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ В ТОРГОВОМ ХОЛДИНГЕ: УЧЕТ И КОНТРОЛЬ 843

Быстрицкая А.Ю., Сопин Г.В., АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЗАО «КЭАЗ») 847

Власова Е.В., Лисов Ю.Г., АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФИНАНСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ ТЕРРИТОРИИ 850

Глебов С.С., ВИДЫ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК 856

Додонова Ю.П., Минакова Ю.В., ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОНТРОЛЬ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ КАК ЭЛЕМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГРАЖДАН 859

Овчинникова М.С., Бармута К.А., АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТАМИ В КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ 863

Петрова А.В., СПЕЦИФИКА ОЦЕНКИ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ.....869

Разумкина А.А., МОТИВАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ 878

Самойлова А.А., ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....880

Сапегина О.А., Сумина Е.В., ПРИОРИТИЗАЦИЯ ПРОЕКТОВ КАК ОСНОВА СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА 884

Строителев А.А., ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОРГАНИЗАЦИЮ МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ ...886

Строителев А.А., СТРАТЕГИИ ПРОНИКНОВЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ НА МИРОВЫЕ ТОВАРНЫЕ РЫНКИ 891

Тарасова И.А., ВАЖНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ 897

Трокина А.А., МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ КАК ОДИН ИЗ ЗНАЧИМЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ.....898

СОВРЕМЕННЫЕ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЕ 902

Деменок Я.В., ИССЛЕДОВАНИЕ МОТИВОВ ВЫБОРА АБИТУРИЕНТАМИ ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ВУЗОВ Г. КАЛИНИНГРАДА) 902

Евдокимова М. В., Мылтасова О.В., КАРЬЕРНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ 904

Мешкова А.Н., ИНТЕГРАЦИЯ ГУМАНИТАРНОГО И ТЕХНИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ ПОДГОТОВКИ СОВРЕМЕННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ 909

Миславская Н.А., ИЗ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО ЗНАНИЯ 911

Фролова В.С., ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ У ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА.....919

Якимова Ж. В., РОЛЬ ЧЕЛОВЕКА В КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ КОНЦЕПЦИЯХ О. ШПЕНГЛЕРА, А. ТОЙНБИ, П. СОРОКИНА 922

ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 927

Акулов И.О., КАСКАДНАЯ МОДЕЛЬ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПО.....927

Ахундова Л.Ф., ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ВНЕДРЕНИЯ CRM-СИСТЕМЫ И ВИРТУАЛЬНОГО ЦЕНТРА ОБРАБОТКИ ВЫЗОВОВ НА УЛУЧШЕНИЕ ПРОЦЕССА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ТУРФИРМЫ С КЛИЕНТАМИ 930

Белова О.И., ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОДХОДА К ПРОДВИЖЕНИЮ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ 934

Егоров И.С.. Лупандин В.В., ВНЕДРЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ: ИСТОРИЯ, СОВРЕМЕННОСТЬ, ПЕРСПЕКТИВЫ.....937

Ильичёв М.В., ЭВОЛЮЦИЯ ЯЗЫКОВ ПРОГРАММИРОВАНИЯ 941

Копытова М.А., АКТУАЛЬНОСТЬ ЯЗЫКА ПРОГРАММИРОВАНИЯ PYTHON 943

Котова О., ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА.....946

Маличенко Е.А., РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА КАК ИНТСТРУМЕНТА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ТУРИЗМЕ 949

Мосин Е.В., Никушин Р.В., Николаева В.Ю., ВОПРОС ОБ АКТУАЛЬНОСТИ ЯЗЫКОВ ПРОГРАММИРОВАНИЯ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ 955

Рудько В.В., СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛИЯНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ВЫБОР.....959

Сивухина А. А.. Смушкин В. А., Сябренко А. П., РАЗРАБОТКА АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ РАСЧЕТА ПРЕМИАЛЬНЫХ ВЫПЛАТ ДЛЯ ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ НА ПРИМЕРЕ ГК КИК.....962

Смушкин В. А., Сивухина А. А., Сябренко А. П., АВТОМАТИЗАЦИЯ РАСЧЕТА ПРЕМИАЛЬНЫХ ВЫПЛАТ ДЛЯ РАБОЧИХ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 966

Соломина Н.В., Владимирова Н.В., Никонова М. Н., СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СПОСОБ КОММУНИКАЦИИ 968