АЭТЕРНА
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК

Сборник статей
Международной научно - практической конференции
15 января 2017 г.

Часть 1

Екатеринбург
НИЦ АЭТЕРНА
2017

УДК 001.1
ББК 60

П 57
ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК: сборник статей Международной научно - практической конференции (15 января 2017 г., г. Екатеринбург). В 3 ч. Ч.1/ - Уфа: АЭТЕРНА, 2017. – 233 с.

ISBN 978-5-906925-78-7 ч.1
ISBN 978-5-906925-81-7

Настоящий сборник составлен по итогам Международной научно - практической конференции «ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК», состоявшейся 15 января 2017 г. в г. Екатеринбург. В сборнике статей рассматриваются современные вопросы науки, образования и практики применения результатов научных исследований

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

Все статьи проходят рецензирование (экспертную оценку). **Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.** Статьи представлены в авторской редакции. Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а так же за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

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

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

УДК 001.1
ББК 60

ISBN 978-5-906925-78-7 ч.1
ISBN 978-5-906925-81-7

© ООО «АЭТЕРНА», 2017
© Коллектив авторов, 2017

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

В состав редакционной коллегии и организационного комитета входят:
Агафонов Юрий Алексеевич, доктор медицинских наук,
Уральский государственный медицинский университет»

Баишева Зиля Вагизовна, доктор филологических наук
Башкирский государственный университет

Байгузина Люза Закиевна, кандидат экономических наук
Башкирский государственный университет

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

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

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

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

Галимова Гузалия Абкадировна, кандидат экономических наук,
Башкирский государственный университет

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

Грузинская Екатерина Игоревна, кандидат юридических наук
Кубанский государственный университет

Гулиев Игбал Адилевич, кандидат экономических наук
МГИМО МИД России

Долгов Дмитрий Иванович, кандидат экономических наук
Мордовский государственный педагогический институт им. М. Е. Евсевьева,

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

Иванова Нионила Ивановна, доктор сельскохозяйственныхнаук,
Технологический центр по животноводству

Калужина Светлана Анатольевна, доктор химических наук
Воронежский государственный университет

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

Киракосян Сусана Арсеновна, кандидат юридических наук
Кубанский Государственный Университет.

Киркимбаева Жумагуль Слямбековна, доктор ветеринарных наук
Казахский Национальный Аграрный Университет

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

Конопацкова Ольга Михайловна, доктор медицинских наук
Саратовский государственный медицинский университет

Маркова Надежда Григорьевна, доктор педагогических наук
Казанский государственный технический университет

Мухамадеева Зинфира Фанисовна, кандидат социологических наук
РЭУ им. Г.В. Плеханова, Башкирский государственный университет

Пономарева Лариса Николаевна, кандидат экономических наук
РЭУ им. Г.В. Плеханова, Башкирский государственный университет

Почивалов Александр Владимирович, доктор медицинских наук
Воронежская государственная медицинская академия им. Н.Н. Бурденко

Прошин Иван Александрович, доктор технических наук
Пензенский государственный технологический университет

Симонович Надежда Николаевна, кандидат психологических наук
Московский городской университет управления Правительства Москвы

Симонович Николай Евгеньевич, доктор психологических наук
Института психологии им. Л.С. Выготского РГГУ, академик РАЕН

Смирнов Павел Геннадьевич, кандидат педагогических наук
Тюменский государственный архитектурно - строительный университет

Старцев Андрей Васильевич, доктор технических наук
Государственный аграрный университет Северного Зауралья

Танаева Замфира Рафисовна, доктор педагогических наук
Южно - уральский государственный университет

Professor Dipl. Eng Venelin Terziev, DSc.,PhD, D.Sc. (National Security), D.Sc. (Ec.)
University of Rousse, Bulgaria

Хромина Светлана Ивановна, кандидат биологических наук, доцент,
Тюменский государственный архитектурно - строительный университет

Шилкина Елена Леонидовна, доктор социологических наук
Институт сферы обслуживания и предпринимательства

Шляхов Станислав Михайлович, доктор физико - математических наук
Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.

Юрова Ксения Игоревна, кандидат исторических наук, доцент
Международный инновационный университет, Сочи.

Юсупов Рахимьян Галимьянович, доктор исторических наук
Башкирский государственный университет

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 336

Тухтамуродов.И.Б.
Абдуллаев. С. А.
студент
научный руководитель д.э.н., проф. Лаптев С.В.
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова»

«ОСОБЕННОСТИ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ»

Актуальность выбранной темы статьи обусловлена тем фактом, что именно за счет инвестиций становится возможной реализация перспективных бизнес идей, обновление производства, развитие его материальной и технической базы.

При этом сам процесс привлечения инвестиций связан с длительной подготовительной работой - поиском инвесторов, формированием инвестиционного предложения, изучением рынка, проведением необходимых расчетов. В результате всей этой работы рождается основной документ для привлечения инвестиций - инвестиционный проект.

Инвестиции, осуществляемые при основании или покупке предприятия, принято называть начальными инвестициями или нетто - инвестициями. В свою очередь брутто - инвестиции состоят из нетто - инвестиций и реинвестиций, причем последние представляют собой связывание вновь свободных инвестиционных средств посредством направления их на приобретение или изготовление новых средств производства с целью поддержания состава основных средств предприятия (инвестиции на замену, рационализацию, диверсификацию и т.д.).

Инвестиционные проекты имеют разнообразные формы и содержание. Инвестиционные решения, рассматриваемые при анализе проектов, могут относиться, например, к приобретению недвижимого имущества, капиталовложениям в оборудование, научным исследованиям, опытно - конструкторским разработкам, освоению нового месторождения, строительству крупного производственного объекта или предприятия.

Однако разработка любого инвестиционного проекта − от первоначальной идеи до эксплуатации − может быть представлена в виде цикла, состоящего из четырех фаз. Суммарная продолжительность трех фаз составляет жизненный цикл (срок жизни) инвестиционного проекта (project lifetime).[2,67]

Жизненный цикл принято делить на 4 фазы, каждая из которых имеет свои цели и задачи:

- прединвестиционную − от предварительного исследования до окончательного решения о принятии инвестиционного проекта;
- инвестиционную − включающую проектирование, заключение договора или контракта, подряда на строительные работы и т.п.;
- операционную (производственную) − стадию хозяйственной деятельности предприятия (объекта);
- ликвидационную − когда происходит ликвидация последствий реализации ИП или выход из состава его участников.

В ходе деятельности по осуществлению задуманного инвестиционного проекта на каждой его фазе возникают денежные потоки. [3,15]

Денежный поток (cash flow) − оборот денег определенного направления или вида деятельности, протекающий непрерывно во времени. Разность между суммами денег, поступающих инвестору во всех видах и формах (притоками денег), и суммами, уходящими от него (оттоки денег), т.е. денежный поток – это совокупность поступлений и выплат денежных средств, связанных исключительно с реализацией этого проекта.

План денежного потока можно составлять двумя способами. Рассмотрим подробнее каждый из них.

Существует два метода построения денежного потока − прямой и косвенный. При использовании плана денежного потока прямым методом суммируются данные о предполагаемой выручке и вычитаются все планируемые денежные затраты. Он позволяет оценить абсолютно все источники притоков и оттоков денежных средств.

Недостаток прямого метода расчета денежного потока заключается в том, что он не раскрывает взаимосвязи полученного финансового результата (прибыли или убытка) и изменения денежных средств на счетах предприятия. Эту взаимосвязь позволяет установить косвенный метод.

При использовании косвенного метода финансовый результат, полученный по данным бухгалтерского учета (чистую прибыль или убыток), нужно преобразовать с помощью ряда корректировочных процедур в величину изменения денежных средств за период. [4,55]

В инвестиционной практике косвенный метод используется гораздо реже, чем прямой, так как показатели, необходимые для построения плана денежного потока этим методом, сложнее спрогнозировать. В международных стандартах финансовой отчетности (IAS 7) для планирования рекомендуется использовать прямой метод. Косвенный метод применяют, когда отсутствуют прогнозные значения выручки и всех денежных расходов, но есть достаточно точный прогноз финансового результата. Каким бы способом ни рассчитывался план денежного потока, на этой стадии всегда существует вероятность серьезных ошибок.

В отличие от показателей эффективности инвестиционного проекта (NPV, IRR, PI и др.), которые рассчитываются по четко определенному алгоритму, денежный поток прогнозируется на основе исходных данных, предоставленных специалистами компании или внешними консультантами. А людям, как известно, свойственно ошибаться. Впрочем, если при оценке денежного потока соблюдать ряд несложных правил, количество ошибок можно свести к минимуму.[5, с. 114]

Таким образом, можно сделать следующий вывод, что понятие инвестиции происходит от латинского «investio» – «одеваю» и подразумевает долгосрочное вложение капитала в экономику.

Основной целью осуществления инвестиций является получение в будущем дохода, который с учетом всех факторов (временного, инфляционного и риска), воздействующих на деньги во времени, будет в денежном или другом материальном выражении превышать изначальные вложения или иметь иной положительный эффект.

В зависимости от объекта инвестирования инвестиции подразделяются на: финансовые, нефинансовые, материальные, нематериальные.

Инвестиционный проект − это комплекс взаимосвязанных мероприятий, предназначенных для достижения в течение ограниченного периода времени и при установленном бюджете поставленных целей.

При этом жизненный цикл проекта делится на 4 основные фазы: прединвестиционную, инвестиционную, операционную, ликвидационную. В ходе всех этих фаз проекта образуется денежной поток, который, в свою очередь, разделяется на 3 вида деятельности: инвестиционную, операционную, финансовую.

Список литературы

1. Федеральный закон от 25.02.1999 N 39 - ФЗ (ред. от 28.12.2013) "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений"
2. Белякова М.Ю. Методы оценки и критерии эффективности инвестиционного проекта // Справочник экономиста. – 2015. - №3. – С. 16 - 22
3. Белякова М.Ю. Система управления риском на этапе инвестиционного процесса // Справочник экономиста. – 2015. - №1. – С. 17 - 20
4. Белякова М.Ю. Использование финансовых показателей при оценке инвестиционных проектов // Справочник экономиста. – 2015. - №11. – С 8 - 10
5. Дыбов А.М., Иванов В.А. Практикум по экономической оценке инвестиций: Учебное пособие. – Ижевск: Изд - во Института экономики и Управления УдГУ, 2016. – 228 с.

© Тухтамуродов.И.Б, Абдуллаев. С. А

УДК 336.11

С. А. Абдуллаев, А. В. Шамарин
гр. 2423 4 курс
Финансовый факультет
ФГБОУ ВО Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова
Г. Москва, Российская Федерация

БАНКОВСКИЕ КАРТЫ

Банковская карта — инструмент, дающий возможность доступа к своему личному счету в банке. Такой счет называют специальным карточным счетом (СКС). Он открывается банком для отражения всех совершаемых клиентом операций с использованием банковской карты. Карты не будут иметь своего специального карточного счета только в том случае, если в банке все пластиковые карты одного типа «привязаны» к единому счету, либо если карта является предоплаченной.

Банковские карты используются для безналичных платежей, в том числе и через Интернет, а также для снятия наличных или пополнения счета через банкомат или пункт выдачи наличных (ПВН). Их также иногда называют кредитными картами или кредитками, но это обобщенное название не соответствует действительности, так как карты могут быть как кредитными, так и дебетовыми.

Дебетовая карта – это персонифицированный платежный инструмент международных платежных систем, таких как VISA, MasterCard, предоставляющий ее владельцу возможность безналичной оплаты товаров и услуг, а также получения наличных средств в отделениях банков, банкоматах и пунктах выдачи валюты.

Кредитная карта – это именной платежно - расчетный документ в виде пластиковой карточки, выдаваемый банком своим вкладчикам для безналичной оплаты ими товаров и услуг в розничной торговой сети, снабженной компьютерными устройствами, передающими запрос на оплату товара в банк. Кредитная карта удостоверяет наличие у ее владельца текущего счета в банке. В разных странах используются кредитные карточки кредитно - финансовых групп (Visa MasterCard).

Конституционная основа выпуска и обращения банковских карт, а также проведения расчетов с их использованием являются положения ст.8 и 34 Конституции РФ, Гражданский кодекс РФ (гл.46ст.862 - 885) допускает осуществление безналичных расчетов в «любых формах, установленных в соответствии с законом банковскими правилами и применяемыми в банковской практике обычаями делового оборота».

Единственным нормативным актом в этой области является принятие Центральным Банком России 24.12.2004 № 266 - П «Положения об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием» (ред. от 14.01.2015 года, определение банковской карты получило нормативную регламентацию. Под ней понималось «средство для составления расчетных и иных документов, подлежащих оплате за счет клиента».

Основываясь на информации, предоставленной нашими одногруппниками, мы составили диаграммы по перечню вопросов:

1. Какому банку принадлежит Ваша банковская карта

Какому банку принадлежит Ваша банковская карта?	
Сбербанк	46 %
Альфабанк	8 %
ВТБ24	16 %
Тинькофф	9 %
Другой	21 %

Исходя из графика мы можем сделать вывод, что большинство предпочли выбрать Сбербанк. Скорее всего это связано с доверием, ведь Сбербанк - крупнейший российский универсальный коммерческий банк, который поддерживает Центральный Банк России.

Меньшинство используют банковскую карту Альфабанка.

2. Какую карту Вы используете?

Какую карту Вы используете	
Mastercard	37 %
Visa	32 %
Maestro	30 %
Другое	1 %

Здесь мы можем наблюдать приблизительное равенство. В России не имеет значение какой картой Вы пользуетесь, ведь покупки совершаете в рублях.

3. Остаток на Вашем счете в конце месяца

Остаток на Вашем счете в конце месяца	
До 5	31 %
До 10	27 %
До 50	23 %
До 100	19 %

4. Какого типа Ваша карта?

Какого типа Ваша карта	
Рассчетная	57 %
Рассчетно - кредитная	43 %

5. Какого класса Ваша карта?

Класс карты	
Голд	19 %
Премиум	29 %
Классик	43 %
Электронная	9 %

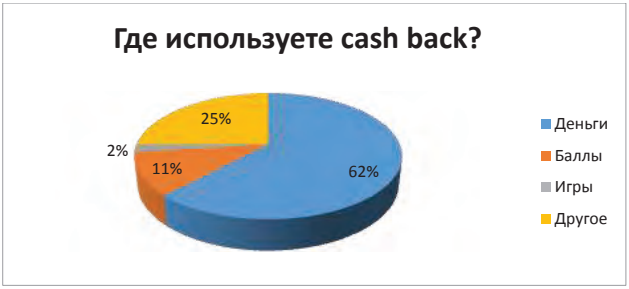
6. Знакомы ли Вы с cash back?

Знакомы ли вы с cash back?	
Да, знаком	15 %
Нет, не знаком	68 %
Слышал	17 %

Кэшбэк (от англ. cashback или амер. cash back — возврат наличных денег) — термин, который используется в сферах интернет - торговли, банковского дела и игорного бизнеса в качестве обозначения разновидности бонусной программы для привлечения клиентов и повышения их лояльности.

Большинство не слышали об этой функции.

7. Где используете cash back?



Где используете cash back?	
Деньги	62 %
Баллы	11 %
Игры	2 %
Другое	25 %

Большинство опрошенных используют cash back в магазинах в качестве возвратных средств, с помощью которых можно совершать покупки.

8. Насколько защищена Ваша карта?

Защита вашей карты	
меняю пин - код раз в месяц	8 %
не меняю пин - код вообще	67 %
защищена отпечатком пальца	9 %
другое	16 %

Подавляющему большинству безразлична то, насколько защищена их карта.

Заключение

В ходе статьи мы дали определение Банковской карте,которая подразделяется на дебетную и кредитную. Главной задачей статьи было показать на примере диаграмм статистику, которую предоставили одногруппники, отвечая на наши вопросы.

Также, мы ознакомились с понятием «cash back»

Список использованной литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51 - ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.10.2016)
2. Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6 - ФКЗ, от 30.12.2008 N 7 - ФКЗ, от 05.02.2014 N 2 - ФКЗ, от 21.07.2014 N 11 - ФКЗ
3. Качанова Н.Н. Об экономической среде рынка платежных карт // Вопросы статистики. – 2014. – № 7. – С. 63–69.
4. http: // www.banki.ru / wikibank / bankovskaya _ karta /

© С. А. Абдуллаев, А. В. Шамарин, 2016

УДК 336.7

Абросимова А.А.
Научный руководитель: к.э.н., доц. кафедры ЭиМ Полюшко Ю.Н.
Лениногорский филиал ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева - КАИ»,
г. Лениногорск, Республика Татарстан, Российская Федерация
e - mail: abrosimovaanastasia2@gmail.com

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В РОССИИ

Актуальность этой темы заключается в том, что экономическое развитие является ключевым фактором повышения уровня благосостояния. Именно он позволяет увеличивать потребление благ, сокращать рабочую неделю и т.п.

Развитие российской экономики в 2014 г. приобрел переходный характер, связанный с завершением посткризисного восстановления и переходом к реализации задач

стратегического характера, зафиксированных в Концепции долгосрочного социально - экономического развития России на период до 2020 года. В среднесрочной перспективе наряду с решением задач бюджетной консолидации предстоит сделать задел для реализации долгосрочных интересов России - создания современной экономики инновационного типа, интегрированной в мировое экономическое пространство.

В этот период существенно повышается значение и роль внутренних факторов экономического роста: эффективность и конкурентоспособность экономики, интенсивность и устойчивость внутреннего спроса.

Рост ВВП на 2014 гг. прогнозировался на уровне 3,7 - 4,6 % . В 2014 году ВВП стало превышать предкризисный уровень на 13 % . Внутренний спрос начал расти опережающими темпам. Рост потребления определялся в первую очередь устойчивым ростом потребления домашних хозяйств, который составил в 2014 г. в среднем около 6 % в год. Основным фактором экономического роста в среднесрочной перспективе становится рост инвестиционной активности. Ежегодный рост инвестиций ожидается на уровне 7 - 8 процентов.

В целом инвестиции должны стать наиболее динамичной компонентой спроса. Норма накопления основного капитала повысилась до 23,4 % в 2014 г., что превысило докризисный уровень, но еще недостаточно для масштабной модернизации экономики [11].

Основные риски для российской экономики в этот период были связаны с мировой экономической нестабильностью, вызывающей замедление темпов роста мировой экономики, повышение рисков негативной динамики цен на нефть и усиление оттока капитала, что в свою очередь привело к снижению инвестиционного спроса, сжатию кредитования, ухудшению бюджетных позиций.

В 2014 гг. инфляция постепенно замедлялась на фоне стабилизации мировых цен на нефть и другие сырьевые товары, что, в конечном счете, как минимум, затормозило рост цен на сельскохозяйственные товары.

В 2014 - 2020 гг. реальные доходы населения будут ежегодно увеличиваться приблизительно на 5 % , в основном за счет роста заработной платы, в первую очередь бюджетников, и пенсий.

Величина прожиточного минимума в среднем на душу населения к 2014 году составляла 8426 рублей.

Потенциальный рост российской экономики в 2014 г. оценивается в 5 - 6 % . Достижение этих показателей предполагает значительное улучшение экономических институтов и инвестиционного климата, повышение эффективности государственного программирования развития экономики и конкурентоспособности корпоративного менеджмента, мер по становлению системы стратегического управления [12].

С точки зрения формирования доходов экономики и, соответственно, расходов, то есть с точки зрения формирования конечного спроса снижение цен на нефть самым негативным образом сказалось на динамике ВВП. В то же время с точки зрения формирования промежуточного спроса стабильные объемы добычи нефти в течение всего кризисного периода, безусловно, поддержали российскую экономику [3].

Как известно, что тенденция спада преодолена в большинстве экономик мира, затронутых кризисом. Многочисленные индикаторы динамики производства, конечного спроса, потребительских ожиданий и ценовой динамики сигнализируют об ускоряющемся

движении вверх. Тенденции восстановления в самых различных сферах экономической жизни формируются и усиливаются на протяжении уже нескольких кварталов. Об этом свидетельствует и формальный выход из рецессии большинства ведущих стран, и рост на фондовых рынках, и увеличение спроса на промежуточную продукцию (металлы, химию, энергоносители), и стабилизация на рынке труда [1].

Необходимо констатировать, что, несмотря на наличие все еще достаточно большого количества кризисных явлений, логика кризиса себя исчерпала. Доминирующим процессом становится восстановление экономических связей, производства и инвестиций.

О России так же можно сказать, что начался процесс восстановления и наращивания производственных запасов. Это совершенно определенный сигнал, свидетельствующий о том, что экономика видит и начинает использовать возможности роста [4].

Экономический рост определяется следующими факторами: природные ресурсы, трудовые ресурсы, капитал, технологии. Ускорение экономического роста может быть достигнуто, прежде всего, за счет увеличения масштабов использования ресурсов производства. Это называется экстенсивным ростом.

При экстенсивном экономическом росте достигается сокращение уровня безработицы, достижения полной занятости, которая позволяет увеличить темпы роста. Но это явление временно, т.к. состояние полной занятости не может восполняться ежегодно и на следующий год темп роста будет такой же.

Проблема экономического роста заключается в невнимание к человеку как к ресурсу приносящему доход.

Цель долговременного развития России войти в состав самых развитых стран мира [6].

Список используемой литературы

1. Экономическая теория: Учебник / под ред. А.Г. Грязновой, Т.В. Чечеловой - М.: изд. « Экзамен» 2008г - 592с.

2. Океанова З.К. Основы экономической теории. - М.: ИНФРА - М. - 2007. - 272 с.

3. .Нуреев Р.М. Экономика развития: модели становления рыночной экономики: Учебное пособие. М.: Инфра - М, 2008г - 420с.

4. Четвертакова, В. Экономический рост и развитие / В. Четвертакова, И. Четвертаков // Экономист, 2008. - N 11. - С. 35 - 38.

5. Ивантер, В. В. Актуальные проблемы развития России / В. В. Ивантер // Проблемы прогнозирования, 2008. - N 3. - С. 3 - 10.

6. Баранов С.В. Диагностика межрегиональной дифференциации // Региональная экономика: теория и практика. - 2007. - №6.

7. Комплексная оценка уровня развития субъектов РФ в 2002 г. // Экономика и жизнь. - 2004. - № 2.

8. М.Н. Узяков «Экономический рост в России: количественная и качественная составляющие» Проблемы прогнозирования. - 2006. - N 3

9. «Долгосрочный прогноз развития экономики России на 2007 - 2030 гг. (по вариантам)» Проблемы прогнозирования. - 2007. - N6

10. Курдюков Сергей Иванович. Региональная экономика | (28) УЭкС, 4 / 2011. Журнал ВАК

11. Интернет ресурс: http: // privetstudent.com / kursovyye / ekonomika - kursovyye / 675 - ekonomicheskiy - rost - i - ekonomicheskoe - razvitie - suschnost - faktory - i - vzaimosvyaz - kursovaya - rabota.html

12. Интернет ресурс: http: // bibliofond.ru / view.aspx?id=486976

© Абросимова А. А.

УДК 334

К.Р.Алиева
студентка 4 курса
экономического факультета
Северо - Кавказский федеральный университет
Г. Ставрополь, Российская Федерация
Ю.А.Коноплева
к.э.н., доцент
кафедры «Финансы и кредит»
Северо - Кавказский федеральный университет

ЛИЗИНГ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Лизинг следует рассматривать как финансовый продукт, являющийся сравнительно новым в условиях российской экономической действительности. Экономические преобразования, происходящие в нашей стране, влекут за собой изменения в экономических условиях хозяйствования, что вызывает необходимость изыскания и внедрения нетрадиционных, для сложившейся практики хозяйствования, методов обновления материально - технической базы и модификации основных фондов для хозяйствующих субъектов с различными формами собственности. В текущем периоде для большинства российских предприятий затруднительно проводить обновление своих основных фондов, внедрение достижений научно - технического прогресса на основе собственных средств, что вынуждает их обращаться к практике кредитования.

Таким образом, актуальность развития лизингового финансирования в России, включая формирование лизингового рынка, обусловлена неблагополучным состоянием основных средств, а именно то, что степень износа находится на очень высоком уровне и приближается к 50 % (рисунок 1),что может, препятствовать экономическому росту[1].

В настоящее время не у всех предприятий, есть возможность формировать основные фонды, приобретая их в собственность. Именно в таких случаях аренда является оправданным решением, лизинговое финансирование способно, если не полностью решить данные проблемы, то, по крайней мере, значительно уменьшить их остроту. На помощь таким организациям приходит финансовая аренда, позволяющая обеспечить более высокий уровень безопасности рассматриваемой сделки, застраховаться от непредвиденных рисков и потерь.

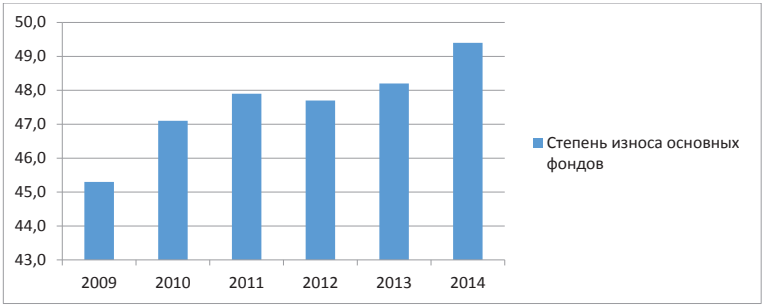


Рисунок 1 – Степень износа основных фондов коммерческих организаций в РФ.

Однако, на данный момент становление лизинга затрудняет ряд факторов, таких как[4]:

1.Необходимость большого стартового капитала для основания лизинговой компании, так как она приобретает оборудование у производителя за полную стоимость. По этой причине наиболее удобно заниматься лизинговыми операциями коммерческим банкам, потому что они обладают значительными денежными ресурсами.

2.Неразвитость инфраструктуры лизингового рынка, охватывающей сеть лизинговых компаний, специализированных консалтинговых фирм и соответствующую систему информационного обеспечения о предложениях лизинговых услуг.

3.Нехватка квалифицированных кадров для проведения лизинговых операций.

В связи с этими обстоятельствами, можно утверждать, что объем лизинговой деятельности в России невелик, а темпы роста не очень быстры. На долю РФ приходится всего лишь 0,28 % общего объема лизинговых операций 50 ведущих стран мира. У Германии этот показатель равен 4,7 % , у Японии - 18 % , на США приходится 47 % .

Рассмотрим и сравнимым географическое распределение использования лизинга в России в 1 полугодии 2016 и 2015 годов (рисунок 2).

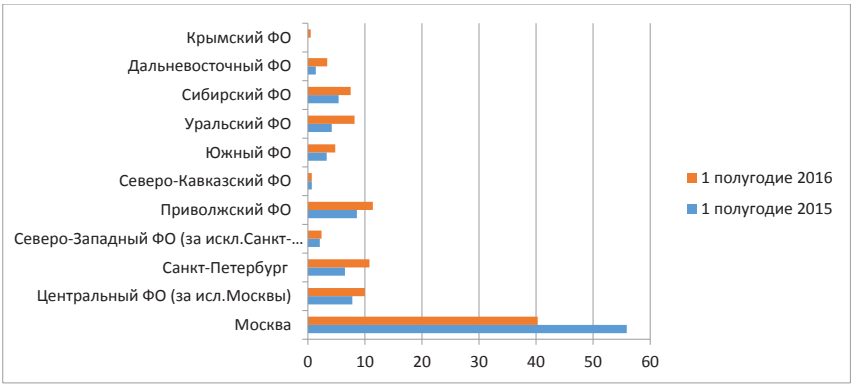


Рисунок 2 – Географическое распределение нового бизнеса в 1 полугодие 2016 года (%).

В территориальном распределении нового бизнеса за 1 полугодие 2016 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года доля Москвы сократилась на 16

процентов и составила около 40 % . Одной из причин снижения концентрации нового бизнеса в столице является то, что в первой половине текущего года крупные игроки активизировали региональные продажи, которые существенно упали в прошлом году. За январь–июнь 2016 года доли Санкт - Петербурга и Приволжского ФО увеличились на 4,2 % и 2,7 % , до 10,6 % и 11,2 % соответственно. Существенно возросла доля Уральский ФО с 4,2 % до 8,1 % . По другим административно - территориальным единицам распределение не претерпело значительных изменений [2].

Причинам такого неравномерного распределения лизингового рынка среди регионов являются:

— разный уровень развития экономики региона;

— отсутствие или недостаточность государственной поддержки;

— наличие административных барьеров;

— недостаточная информированность потенциальных клиентов и др.

Выделяют 3 базовых прогноза развития лизингового рынка,исходя из преобразований и макроэкономической ситуации в лизинговом секторе [2]:

1.Оптимистический сценарий подразумевает быстрый рост качественных и количественных показателей до уровня, приемлемого экономическим потребностям.

2. При реализации умеренного прогноза развития на рынке сохранится экономический цикл длительностью около 5 лет со средними темпами прироста рынка 15 - 25 % .

3. Кризисный - предполагает, что не будут реализованы меры по совершенствованию нормативного и фискального регулирования лизинговой деятельности, а также произойдет ухудшение конъюнктурных факторов.

Основываясь на прогнозе Министерства экономического развития Российской Федерации объема ВВП страны на 2020 год в размере 153,6 трлн. руб., можно оценить предполагаемый вес лизингового сектора в российской экономике при реализации различных прогнозов развития. Таким образом, доля лизинга в ВВП в 2020 году:

— при оптимистическом сценарии составит – 16,6 % ;

— при умеренном – 9 % ;

— при кризисном – 4,6 % .

Таким образом, лизинговый рынок в Российской Федерации не насыщен и, при стабилизации макроэкономической ситуации, обладает большим потенциалом роста. В данный момент доступность и уровень лизинговых услуг значительно лучше, чем 3 года назад. Следовательно, урегулирование нормативных вопросов и установление экономически выгодных условий для реализации лизинговых операций будет содействовать дальнейшему росту лизинга в России [3].

Список использованной литературы:

1. Федеральная служба государственной статистики — Инвестиционная деятельность в России: условия, факторы, тенденции — 2014 г. URL: http: // www.gks.ru / bgd / .

2.Рейтинговое агентство «Эксперт РА» / [Электронный ресурс]—Режим доступа: URL: http: // raexpert.ru

3.Обзор рынка лизинга [Электронный ресурс] - Режим достпа:http: // marketing.rbc.ru / reviews / leasing2014 / chapter _ 3 _ 2.shtml

4.Л.Н.Юдкина - Лизинговые операции коммерческих банков [Электронный ресурс]– Режим доступа https: // www.inventech.ru / lib / lising / lising 0027 /

© К.Р.Алиева , 2017

УДК 657.92:332.14 (470.46)

Алиева М.З.
К.э.н., доцент кафедры «Экономическая теория»
Астраханский государственный технический университет
г. Астрахань, Российская Федерация
Ильясова Р.З.
студентка 3 курса
Астраханский государственный технический университет
г. Астрахань, Российская Федерация
Тулегенова А.Р.
студентка 3 курса
Астраханский государственный технический университет
г. Астрахань, Российская Федерация

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Долгосрочная стратегия развития страны на современном этапе основывается на базовых принципах обеспечения интересов страны. На основе этого направления в условиях нестабильной экономической ситуации повышается роль эффективного обеспечения экономической безопасности региона для нашей страны в целом. Проблема обеспечения экономической безопасности региона России в экономической литературе изучена недостаточно, отсутствуют эффективные меры повышения уровня безопасности в связи с масштабами нашей страны, спецификой каждого региона, его природно - климатическими условиями, ресурсным потенциалом, территорией, взаимодействия с другими регионами.

Введение в 2014 г. внешнеэкономических санкций западных стран против России, увеличение теневого сектора, дифференциация населения, рост цен, падение курса национальной валюты, отток капитала, снижение объема прибыли хозяйствующих субъектов, зависимость от цен на энергоресурсы повлияло на экономическую ситуацию в регионах России, поэтому защищенность и экономическая независимость отдельного региона является актуальной проблемой.

Все вышеизложенное свидетельствует о необходимости формирования эффективной системы экономически безопасности региона в целях обеспечения национальной безопасности страны.

Для углубленной оценки экономической безопасности региона авторами исследования проведена оценка экономической безопасности Астраханской области за 2011 - 2015 гг. на основе социально - экономических показателей, анализ которых необходим для повышения

уровня экономической безопасности исследуемого региона и ее составляющих в условиях кризисной экономической ситуации.

Достижение высокого уровня экономической безопасности, стабильности, оптимального функционирования всех звеньев региональной экономики приведет к повышению благосостояния населения, снижению безработицы и социальной напряженности, укреплению торговых связей между регионами, выходу на новые рынки сбыта товаров, продукции астраханского производства.

Основные показатели социально - экономического развития Астраханской области за исследуемый период представлены на рисунках 1, 2.

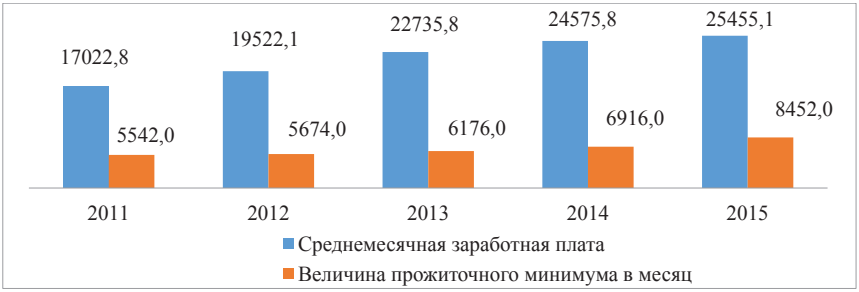


Рис. 1. Динамика среднемесячной заработной платы и величины прожиточного минимума в Астраханской области за 2011 - 2015 гг. (руб.),[4]

За анализируемый период в Астраханской области наблюдается положительная тенденция - объем среднемесячной заработной платы к 2015 г. увеличивается на 8432,3 руб. и принимает свое максимальное значение за весь исследуемый период (25455,1 руб.).

Величина прожиточного минимума за период 2011 - 2015 гг. аналогично увеличивается на 2910 руб. В условиях повышения инфляции в России после введения экономических санкций населения в реальном выражении купит намного меньше товаров, работ и услуг, чем в предыдущий год анализируемого периода на 25455,1 руб. Цены на продовольственные товары и услуги за последние годы анализируемого периода увеличились на 20 - 25 % , ухудшилось их качество. В связи с этим благосостояние населения в Астраханской области ухудшаются, потребительская корзина сокращается к 2015 г., что негативно отражается на экономике региона.

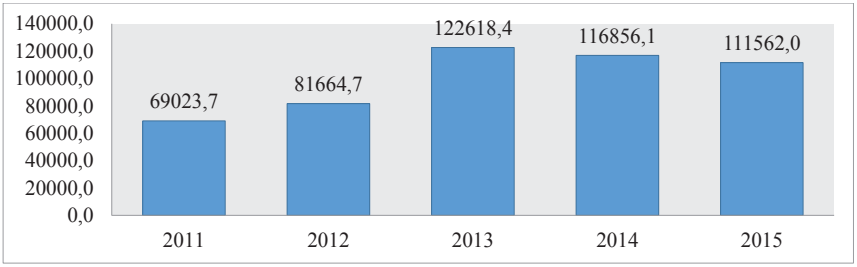


Рис. 2. Инвестиции в основной капитал в Астраханской области (млн. руб.), [4]

Уменьшение объема инвестиций в основной капитал является еще одной проблемой региона за последние годы. Нехватка средств исключает улучшение инфраструктуры, постройки новых больниц и улучшения условий в больницах, поликлиник, детских садов. Именно в 2013 г. отмечен максимальный объем инвестиций (122618, 4 млн. руб.), который в последующие годы постепенно сокращается в 2014 г. на 5762,3 млн. руб. и в 2015 г. на 11056,4 млн. руб. Сокращение объема инвестиций связано с прекращением различных проектов строительства, ремонта и монтажа оборудования.

Снижение объема инвестиций в ОФ в 2014 году привело к сокращению средств, предназначенных для воспроизводства и приобретения основных фондов, а именно технического перевооружения, приобретения и монтажа оборудования, нового строительства. Большое влияние на объем инвестиций оказало введение санкций западных стран против РФ в 2014 году. Во время строительства привлекались иностранные инвестиции, а также государственная поддержка.

Рис. 3. Доходы и расходы консолидированного бюджета Астраханской области, 2011 – 2015 гг. (млн. руб.), [4]

На основе представленных данных о доходах и расходах консолидированного бюджета Астраханской области, можно говорить в целом о положительной динамике в обоих случаях. Доходы за представленный период увеличились на 5449,2 млн. руб., тогда как расходы на 7018,8 млн. руб. Поскольку расходы превышают доходы в каждом году из рассматриваемого периода, можно сделать вывод о дефицитном бюджете Астраханской области. Это может быть связано с множеством причин: нестабильная финансовая ситуация, существенно снизившиеся налоговые поступления в бюджет, уменьшение размера дотаций из федерального бюджета. С 2011 года возросли расходы на образование, дорожный фонд, здравоохранение. Однако в связи с этим растет и доля теневого сектора в этих сферах, что не может не сказаться на состоянии экономики региона.

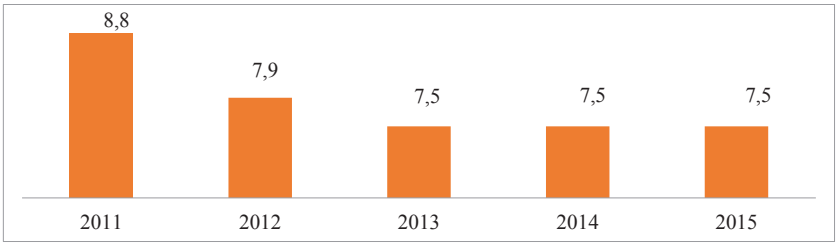


Рис. 4. Уровень безработицы в Астраханской области, 2011 – 2015 гг. (тыс. чел.), [4]

На основе представленных данных можно наблюдать отрицательную динамику уровня безработицы в Астраханской области за период 2011 – 2015 года, что положительно влияет на уровень и качество жизни населения. Однако с 2013 по 2015 год в регионе не происходят изменения данного показателя, а даже, наоборот, увеличилось количество неработающих граждан. Прирост официальной регистрируемой безработицы в декабре 2015 года составил 1,2 тысячи человек, что практически соответствует приросту численности безработных в декабре 2014 года (1,1 тысячи человек). Это явление можно объяснить сезонными факторами: завершением туристического сезона, сельскохозяйственных работ и рыбодобычи. Для предотвращения возможных и существующих угроз, необходимо следовать механизму обеспечения экономической безопасности региона. Под ним понимается устойчивая, взаимосвязанная и согласованная деятельность соответствующих структур, при которой реализуется комплекс мер по выявлению, предотвращению и противодействию угрозам безопасности региона.

Авторами данного исследования систематизированы первостепенные угрозы экономической безопасности в Астраханской области и предложены мероприятия по повышению экономической безопасности региона в таблице 1.

Таблица 1

Основные угрозы экономической безопасности региона и пути их минимизации

Угроза	**Возможные последствия**	**Способ решение проблемы**
отсутствие конкурентных преимуществ некоторых астраханских товаров по сравнению с другими регионами	потеря рынка сбыта и возможных поставщиков, снижение прибыли	улучшение качества продукции, поиск новых поставщиков, выход на новые рынки
низкий уровень высококвалифицированны х специалистов	низкое качество оказываемых услуг	переквалификация кадров, повышение МРОТ, гарантия предоставления рабочих мест после окончания университета, отсутствие «случайных людей»
криминализация экономики	сокращение поступление в бюджет, рост преступности	сокращение налоговых ставок, усиленный контроль местных властей над деятельностью предприятий
ухудшение благосостояния населения	увеличение безработицы, социальная напряженность	увеличение прожиточного минимума, пособий, пенсий, разработка эффективных социальных программ, поддержка молодых семей
увеличение налоговых платежей стратегически важных предприятий в федеральный бюджет вместо регионального бюджета	сокращение денежных средств на проведение социальной политики в Астраханской области	возвращение налоговых платежей в региональный бюджета на примере ООО «Газпром добыча Астрахань»
отсутствие качественного оборудования и его	производственные травмы, увеличение бракованных	финансовая поддержка центра Астраханской

составляющих, зависимость от импорта	изделий, сокращение иностранных инвестиций в развитие отечественной промышленности	области на развитие промышленности, малого и среднего бизнеса

Анализ основных показателей социально - экономического развития за 2011 - 2015 гг. показал, что социально - экономическая ситуация в Астраханской области на сегодняшний день ухудшается. Данная тенденция подрывает экономическую безопасность нашего региона, делает его более уязвимым влиянию внешних факторов. Снижение уровня и качества жизни населения в дальнейшем приведет к криминализации общества, развитию теневого сектора, потери значительной части средств бюджета, необходимые для проведения социальной политики в рассматриваемом регионе.

Список использованной литературы

1. Алиева М.З., Ильясова Р.З. Современные проблемы повышения эффективности антимонопольного регулирования экономики // Россия и Европа: связь культуры и экономики: Материалы XVI Международной научно - практической конференции. - Прага, Чешская Республика: Изд - во WORLD PRESS s.r.o., 2016. С. 310 - 313.
2. Дмитриев, Ю. А. Региональная экономика : учебник / Ю. А. Дмитриев, Л. П. Васильева. – М. : КНОРУС, 2015. – 264 с.
3. Новикова, И. В. Индикаторы экономической безопасности региона / И. В. Новикова, Н. И. Красников // Вестник Томского государственного университета. – 2014. – № 1 (378). – с. 132–138.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики по Астраханской области и Республике Калмыкия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // astrastat.gks.ru

© М.З. Алиева, Р.З. Ильясова, А.Р. Тулегенова, 2017

УДК 336.025

В.Э. Балтин, К.э.н, доцент
Кафедра финансов, ОГУ, Г. Оренбург, Российская Федерация
Д.А. Буренина
Студент 3 - го курса бакалавриата, ОГУ, Г. Оренбург, Российская Федерация

ФИНАНСОВЫЕ ИНСТИТУТЫ КАК ИНВЕСТИЦИОННЫЕ И ИННОВАЦИОННЫЕ ДРАЙВЕРЫ ЭКОНОМИКИ

Без производства улучшенной или новой конкурентной продукции, основанной на применении прогрессивных технологий, недостижим стабильный темп развития экономики. Исходя из этого, государство обязано совершенствовать свои потенциалы – научный и инновационный, если оно стремится к лидерству на международной арене.

Наша страна тратит на научно - исследовательские и опытно - конструкторские работы (НИОКР) около 18 млрд. долларов США и находится на шестнадцатом месте в мире по этому показателю. Несмотря на это, рыночные инновационные механизмы в Российской Федерации до сих пор в полном объеме не работают. Это, отчасти, обусловлено противоречием между положением России в мировом рейтинге по количеству научных

работников с кандидатской и докторской степенью на душу населения (третье место) [2. С. 25] и небольшим числом патентов и опубликованных работ в мировых научных изданиях, невысокой инициативности в инновационной области. Одним из факторов представляется пониженный уровень частного венчурного капитала, а фундамент в виде государственного субсидирования создает в таком случае риск игнорирования требований рынка, поощряя инвестициями области и районы, где частного интереса нет совсем. Наша страна в 2012 году занимала 112 - й позицию из 185 стран в сообщении Всемирного банка об условиях ведения бизнеса в странах мира « Ease of Doing Business report» [3]. Из текста этого доклада следует, что у нас в стране главные трудности – это отстаивание прав вкладчиков, затрудненность в кредитовании, подключение электрокоммуникаций и лицензирование внешнеторговых операций [2. С. 53]. Согласно данным ВВС, частные инвестиции в венчурные бизнес - проекты у нас в стране на порядок меньше по сравнению с Европой, и в семьдесят раз меньше по сравнению с США [1].

Картина с малым количеством частных инвестиций и малой активностью в сфере инвестиций на посевной и начальных стадиях инновационных компаний в принципе оказывается типичной для страны с совсем еще юной областью венчурного капитала. Чтобы минимизировать рискованность вложений в инновации, нужно содействие государства. Государственные финансовые институты развития инноваций выступают в роли подобного механизма.

Государственные финансовые институты развития инноваций – это специальные организации с участием государства, которые содействуют производству и внедрению нововведений посредством длительного финансирования инновационных программ на всех этапах жизненного процесса, и также выступая в роли ускорителя частных инвестиций.

Основные задачи этих институтов – уменьшение рискованности нововведений частных вкладчиков, содействие малому и среднему инновационному предпринимательству, содействие инновациям на начальных этапах исследований, обеспечение сотрудничества между научными организациями, инновационными фирмами и бизнесом.

В процессе создания российской инновационной и инвестиционной систем важное место занимают финансовые институты развития инноваций, а именно: Российская венчурная компания (РВК); Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно - технической сфере (Фонд Бортника); ОАО «Роснано»; Фонд «Сколково»; Внешэкономбанк (ВЭБ); ОАО «МСП Банк». Эти институты существенно отличаются по возрасту, устройству, задачам и подходам. Однако помощь в процессе формирования инновационной экономики – их общая цель. В таблице 1 представлена обобщенная характеристика используемых институтами форм поддержки инновационных процессов.

Таблица 1 - Характеристика форм поддержки инновационных проектов финансовыми институтами развития инноваций

Наименование института	Стадии поддержки проекта	Стадии развития бизнеса	Объемы поддержки, млн руб.	Основная форма поддержки	Приоритеты поддержки
Фонд содействию инновации	предпосевная и посевная	создание	до 10	гранты	5 технологичес - ких областей

Наименование института	Стадии поддержки и проекта	Стадии развития бизнеса	Объемы поддержки, млн руб.	Основная форма поддержки	Приоритеты поддержки
Фонд «Сколково»	посевная		1,5 – 300	гранты	не заданы
Фонд посевных инвестиций РВК	посевная	старт и становле - ние	10 – 30	инвестиции	8 приоритетных направлений развития науки, тех - нологий и техники, 27 критических технологий
Венчурные фонды РВК	венчурная	становле - ние	100 – 300	инвестиции	
Региональные венчурные фонды	венчурная	Становле - ние	10 – 100	инвестиции	
«Роснано»	венчурная	рост и расшире - ние	от 500 и выше	инвестиции, кредитные гарантии	нанотехноло - гии
«МСП Банк»	венчурная и поздняя	рост и расшире - ние	10 – 30	инвестиции и кредит	не заданы
Внешэкономбанк	поздняя	рост и расшире - ние	от 1000	кредит	10 отраслей, 2 технологических направления

Фонд Бортника учрежден в 1994 г и представляет собой один из самых старых российских финансовых институтов развития нововведений. Он занимается предоставлением грантов малому бизнесу, использующему нововведения, и бизнесменам с коммерциализуемыми инновационными замыслами.

Фонд «Сколково» - один из наиболее юных институтов развития нововведений, находится на окраине Москвы. Его первостепенная цель – организация пяти научных и исследовательских кластеров (в областях информационно - коммуникационных технологий, медико - биологической, электроэнергетической, авиакосмической и атомной технологий), возведение города, где могли бы жить около двадцати пяти тысяч человек, технического университета и технополиса. Было предоставлено более восьмидесяти миллиардов рублей на проект «Сколково» в течение трех лет, с 2012г. по 2015г.

Российская венчурная компания была учреждена в 2006 г. Российским Правительством, и это преимущественно национальный «фонд фондов». РВК занимается организацией

венчурной области, оказывает поддержку формированию частных венчурных инвестиций и увеличению предпринимательства нововведений.

В 2007 г. исполнительной властью РФ учреждается компания Роснано, в 2011 г. она реорганизуется в ОАО. Цель Роснано – создание в нашем государстве наноиндустрии. Корпорация вкладывает финансы в организации из различных областей экономики, но обязательно с компонентом нанотехнологий.

Главная задача Внешэкономбанка – поддержка крупных проектов, которые могут превратить продукты нововведений в изделия широкого применения.

ОАО «МСП Банк» (содействует малому и среднему предпринимательству) вкладывает средства в проекты в сфере нововведений на более поздних этапах, и представляет собой дочернюю компанию Внешэкономбанка.

Рост эффективности российских финансовых институтов сдерживается существующими проблемами в их работе. В их числе, выделим следующие:

- трудность установления рамок деятельности института и целенаправленное функционирование в области с маленькой рискованностью;
- низкая степень участия в совместных проектах частного капитала;
- часто фонды направляют свои усилия на приобретение дополнительных средств от государства, а не на конечный результат;
- цель работы института состоит в большей части в уменьшении имеющих место быть «провалов», чем в предоставлении средств на развития инновационных проектов.

В зарубежной практике деятельности финансовых институтов развития инноваций особую роль играют эффективные формы наглядного демонстрирования успехов политики поддержки венчурной системы в сфере инноваций. Критериями выбора указанных форм являются: интерес к рыночным потребностям в инновациях деталей и формирование благоприятных условий для инноваций.

Можно выделить свойственные для нашей страны отличительные черты: инвестирование в рамках инновационных программ фондов осуществляется с помощью сторонних организаций, большое использование добавочных стимулов для частных вкладчиков, создание проектов с учетом требований рынка, централизованное руководство программами (это помогает эффективному расходованию ресурсов), применение соответствующей системы показателей для анализа фактической работы каждой из программ, ориентирование на международные правила для привлечения внешних венчурных инвесторов.

Исходя из вышесказанного, можно сформулировать важнейшие принципы работы государственных финансовых институтов развития инноваций и предложения по повышению ее эффективности. При этом под главной целью будем понимать образование эффективных инновационных и инвестиционных систем. Для этого нужно в первую очередь организовать благоприятную инвестиционную ситуацию в государстве. Характеристиками такой ситуации являются специализированная законодательная база, обоснованные налоговые преференции, гарантии публичности работы компании и институтов развития инноваций, гарантии выполнения условий заключенных договоров и т. п. Состав принципов может быть следующим:

1. Стратегия рыночной ориентации. Часть институтов выступает за границы рыночных «провалов», и это, в конечном счете, вызывает применение средств не по своему

назначению. В то же самое время происходит ограничение частной деятельности в данной сфере. Очень важно гарантировать своевременно выход из сфер, в которых происходит увеличение частной инициативы.

2. Гарантия анализа необходимых показателей. Финансовыми институтами развития инноваций применяется большое число показателей «на входе» в проект, то есть просчитывают подлежащие инвестированию средства. В то же время отсутствуют показатели, которые следует достичь и их фактическое значение «на выходе», то есть число новых инновационных предприятий, увеличение количества их сотрудников, число созданных ими патентов и т. д.

3. Конкретизация целей и задач. В нашей стране из - за ситуации с дублированием работы инновационных фондов наблюдается нерезультативное расходование выделенных средств.

Показатели результатов работы российских финансовых институтов инновационного развития являются недостаточными для того, чтобы проанализировать и расставить акценты в виду того, что эти финансовые институты основаны не так давно. Однако можно сделать некоторые предварительные выводы и ряд предложений по улучшению работы институтов.

Во - первых, обеспечить прозрачность информации о целях и отчетности по результатам работы государственных финансовых институтов развития инноваций. Это не только будет способствовать повышению финансовой дисциплины финансовых институтов, но и позволит расширить круг потенциальных инвесторов за счет публичной инвестиционной оферты.

Во - вторых, увеличение софинансирования инновационных программ государственных финансовых институтов частным бизнесом должно сопровождаться его активным участием в руководстве реализуемыми проектами.

В - третьих, направленность работы финансовых институтов на демонстрацию частному бизнесу прогрессивной практики инновационного развития является важным фактором реализации их целей деятельности. Для этого нужно шире привлекать независимых экспертов для оценки портфеля инновационных проектов.

Список использованной литературы:

1. Дробинина Е. Бизнес - ангелы: рискнуть всем, чтобы получить миллиард / Русская служба BBC (24.04.2012г.). URL: http: // www.bbc.co.uk / russian / business / 2012 / 04 / 120423 _ business _ angels _ russia.shtm (дата обращения: 15.12.2016)

2. Рекомендации по совершенствованию российских институтов инновационного развития // Отчет негосударственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская экономическая школа» (институт). М.: 2012.

3. World Bank and IFC, Doing Business 2013: Smarter Regulations for Small and Medium - Sizes Enterprises. (Washington DC: Wolds Bank, October 30, 2012). URL: http: // www.doingbusiness.org / reports / global - reports / doing - business (дата обращения: 15.12.2016)

© В.Э. Балтин, Д.А. Буренина , 2017

УДК 332

К.О.Безушенко
студентка 2 курса магистратуры
Сибирского федерального университета
Института инженерной физики и радиоэлектроники, г.Красноярск.

ТЕРРИТОРИАЛЬНО - ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ КОМПЛЕКСЫ (ТПК)

В советской плановой экономике важное место отводилось вопросам размещения и территориальной организации производственных сил. Главное роль в освоении и изучении новых регионов страны отводилась территориально - производственным комплексам, как одному из способов формирования народного хозяйства, способной создать условия для увеличения производительности общественного производства.

В географии промышленности под ТПК, подразумевается объединение расположенных вблизи друг с другом технологически смежных производств.

Для того чтобы дать более расширенное определение понятия ТПК, проанализируем некоторые научное статьи в которых дается это определение.

В статье «Особенности стратегических подходов к повышению устойчивости деятельности территориальных производственных комплексов» автора Борисовой И.С, даётся понятие ТПК – это многосубъектная система, сформированная в ходе социально - экономической эволюции развития региона под воздействием искусственного и естественного меж - и внутрирегионального разделения труда, объединенная устойчивыми хозяйственными связями и отношениями на территориальном уровне[1].

В статье «ТПК и кластеры: новые подходы и проблемы» автора Цыкунова Г.А даётся следующие определение ТПК – представляет собой эффективное сочетание предприятий одной или нескольких отраслей специализации, размещаемых в пределах экономического района, союзной республики, области, края и использующих, в основном, их производственную и социальную инфраструктуру [2].

В статье «Территориально - производственные комплексы (ТПК): из прошлого в будущее» автора Лаженцева В.Н, производственным комплексом называется такое экономическое сочетание предприятий в одной промышленной точке или в целом районе, при котором достигается определенный экономический эффект за счет удачного подбора предприятий в соответствии с природными и экономическими условиями района, с его транспортным и экономико - географическим положением[3].

Таким образом ТПК - это экономически обусловленное определенное сочетание предприятий в одной точке или целом районе, при котором достигается определенный экономический эффект за счет успешного подбора предприятий которые соответствуют экономическим и природными условиями района, его транспортным и экономико - географическим расположением [4]. ТПК можно отнести к узловым территориальным образованиям, которые выделяются в зависимости от тесноты имеющихся в комплексе взаимосвязей, по этой причине пределы ТПК не обязательно будут соответствовать с административными границами края (области или района).

Формирование ТПК позволяло с минимальными материальными и финансовыми затратами привлекать в народно - хозяйственный оборот самые значимые природные

ресурсы районов. Главным преимуществом создания ТПК явилось создание единой инфраструктуры. При соблюдении комплексного подхода в организации ТПК получалось значительно уменьшить количество объектов и сроки их строительства, сократить площади промышленных зон, что в итоге на 10 - 20 % снижало общий объем капиталовложений и эксплуатационные затраты по сравнению с разрозненным сооружением предприятий [2].

К свойственным признакам ТПК относится:

- экономическое взаимодействие и зависимость предприятий, вступивших в структуру ТПК;
- взаимосоответствие набора предприятий природным и транспортным условиям региона;
- целостность и компактность ТПК;
- единая инфраструктура;
- разрешение региональных вопросов.

Развитие ТПК обязано обеспечивать приобретение экономического эффекта за счет рационального состава и развития во времени и в пространстве абсолютно всех компонентов ТПК [5].

Экономический эффект в ТПК обеспечивается за счет:

- разумного и оптимального применения местных ресурсов;
- сокращения транспортных расходов;
- употребления единой инфраструктуры;
- сочетания и кооперирования производственных связей.

Обобщая все вышеизложенное можно сделать вывод, о том, что ТПК считается одним из методов группового размещения разных производств, учитывающий экономический эффект как итог взаимодействия различных предприятий, которые реализуются вследствие складывающихся взаимодействий внутри ТПК. Образование ТПК реализуется на протяжении продолжительного периода при содействии государства. Результативное образование ТПК подразумевает координацию сроков и масштабов вводимых мощностей, согласование характеристик технологий, оптимальной финансовой, технологической организационной, правовой поддержке. ТПК реализовывались в логике формирования компактно размещенных производственных цепочек.

Список использованной литературы:

1. Борисова, И.С. Особенности стратегических подходов к повышению устойчивости деятельности территориальных производственных комплексов / И.С. Борисова // Теория и практика общественного развития. – 2014. №16. – С. 87 - 90.
2. Цыкунов, Г.А. ТПК и кластеры: новые подходы и проблемы / Г.А. Цыкунов // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2011. №4. – С. 39 - 42.
3. Лаженцев, В.Н. Территориально - производственные комплексы (тпк): из прошлого в будущее / В.Н. Лаженцев // Известия Коми научного центра УрО РАН. – 2014. №3. – С.136 - 143.
4. Дроздова, Н.В. Территориально - производственные комплексы и региональные кластеры: преемственность и перспективы развития / Дроздова Н.В // Ярославский педагогический вестник. – 2011. №3. – С.125 - 129.

5. Фарков, А.Г. Территориально - производственная агломерация как основа суверенитета регионов России / А.Г. Фарков, В.В.Котилко // Государственный советник. – 2014. №2(6). – С. 39 - 42.

© К.О.Безушенко, 2017

УДК 659.4

Ю.М. Боровикова
студентка 4 курса
Уфимского филиала
Финуниверситета при Правительстве РФ
Научный руководитель:
Л.С. Брусенцова, к.с.н., доцент
г. Уфа, Российская Федерация

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ОАО «РЖД»

Тема корпоративной социальной ответственности (КСО) является одной из важных и обсуждаемых в деловом мире. Объясняется это тем, что возросла роль бизнеса в общественном развитии, повысились требования к его открытости и прозрачности. Поэтому, введение принципа корпоративной социальной ответственности становится характерной чертой в стратегии развития бизнеса у ведущих отечественных компаний.

Одной из ведущих отечественных компаний в дорожно – транспортной сфере РФ является Открытое акционерное общество «Российские железные дороги» (ОАО «РЖД»). ОАО «РЖД» - российская государственная вертикально интегрированная компания, владелец инфраструктуры общего пользования, значительной части подвижного состава и важнейший оператор российской сети железных дорог. Образована в 2003 году на базе Министерства путей сообщения РФ [1].

Анализ составляемого рейтинга отечественных компаний, реализующих социальную ответственность, показывает, что ОАО «РЖД» ежегодно входит в первую двадцатку [2].

Корпоративная социальная ответственность на всех этапах подготовки и принятия управленческих решений является одним из важных факторов развития компании. Все основные и ключевые решения в структуре ОАО «РЖД» принимаются с учетом интересов государства, клиентов, инвесторов, персонала.

Компания выполняет ряд общегосударственных и социальных функций:

- содержание сезонных и географических резервов пропускных способностей подвижного состава;
- осуществление специальных и воинских перевозок;
- межотраслевое регулирование и субсидирование отдельных отраслей экономики;
- обеспечение для граждан равных возможностей в перевозках.

ОАО «РЖД» рассматривает персонал в качестве главного актива и ценностного ресурса компании. Повышение конкурентоспособности компании как работодателя, привлечение и

закрепление в холдинге «РЖД» персонала необходимой квалификации, его непрерывное развитие и социальная поддержка являются главными задачами в данном направлении [3].

Компания охватывает различные направления при развитии области социальной ответственности:

1) подготовка, переподготовка и повышение квалификации рабочих кадров. В целях пополнения компании высококвалифицированным персоналом (с высшим и средним профессиональным образованием) реализуются различные программы: предъявление целевого направления на обучение; проведение производственной практики, с предоставлением студентам оплачиваемых рабочих мест; присуждение грантов и стипендий; предоставление дистанционного обучения; реализация программы зарубежных стажировок. В компании сформирована система непрерывного образования для всех категорий и уровней персонала;

2) медицинское обеспечение. Для обеспечения безопасности перевозочного процесса в структуре «РЖД» функционируют врачебно – экспертные комиссии, а на сети дорог работают кабинеты предрейсовых медицинских осмотров. В компании проводится система единой медицинской реабилитации. Продолжают функционировать передвижные консультативно – диагностические центры. В 2015 году состоялось открытие Центра ядерной медицины;

3) жилищная политика. Компания субсидирует работникам, нуждающимся в улучшении жилищных условий, большую часть затрат на уплату начисленных процентов по ипотечным кредитам. Для молодых и многодетных семей, а также одиноких родителей предусмотрены безвозмездные субсидии, составляющие до 70 % стоимости жилого помещения;

4) молодежная политика. С целью стимулирования молодежи к выбору железнодорожных профессий реализуется ряд проектов: создана система непрерывного образования (детсад – школа – вуз – подразделение компании), развивается движение студенческих отрядов, проводятся дни адаптаций для молодых специалистов и т.д.;

5) корпоративная пенсионная система. Цель – обеспечение коэффициента замещения на уровне не ниже 40 % утраченного заработка работника. Также «РЖД» заботится о неработающих пенсионерах и пенсионерах, не имеющих права на корпоративную негосударственную пенсию.

Анализ мероприятий, реализуемых в рамках данных направлений, позволяет сделать вывод, что ОАО «РЖД» - это организация, которая проводит активную социальную работу с персоналом и другими группами общественности, совместно с которыми идет осуществление той или иной деятельности. Не многие российские компании достигли такого уровня развития в области корпоративной социальной ответственности. Предприниматели не должны уходить в сторону от решения социальных проблем. Ведь требования общества к организации становятся все более персонифицированными. С целью реализации социальной ответственности, наиболее полно удовлетворяющей персонал компании, как одного из важных стейкхолдеров организации, целесообразно проводить исследования потребностей персонала [4].

Реализация программы КСО, основанной на результатах исследования, становится наиболее актуальной в условиях кризиса. В условиях финансового кризиса КСО, являясь непроизводственной составляющей любого бизнеса, становится статьей расходов

организации, одной из первых попадающих под сокращение. При этом, дальнейшее развитие организации без социальной активности, не приведет к повышению лояльности персонала. Следовательно, программа КСО, спланированная с учетом результатов исследования, в долгосрочной перспективе будет способствовать росту результативности работы компании.

Список использованной литературы

1. www.rzd.ru

2. Брусенцова Л.С., Брусенцов Д.В. Социальная ответственность малого бизнеса: актуальность, ограничения, формы взаимодействия со стейкхолдерами // Управление экономикой: методы, модели, технологии четырнадцатая международная научная конференция: сборник научных трудов. Уфа, 2014. – с.84 – 87.

3. Отчет о деятельности ОАО «РЖД» в области устойчивого развития за 2015 год: www.rzd.ru.

4. Брусенцова Л.С. Стейкхолдерский менеджмент в социальной ответственности бизнеса // Актуальные вопросы социально - экономического и инновационного развития современного общества: Сборник научных трудов. Выпуск XVI: - Уфа: Аэтерна, 2014. – с. 56 – 58.

© Ю.М. Боровикова

УДК 65.658

Будников А.А.
студент кафедры информационных технологий, экологии и экологического права
Руденко В. В.
старший преподаватель кафедры информационных технологий,
экологии и экологического права
Курский институт социального образования (филиал) РСГУ
г. Курск, Российская Федерация

БАНКОВСКИЕ ПРОДУКТЫ И МЕТОДЫ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ

Аннотация

В докладе обосновывается, что для успешной реализации банковских продуктов ведется их безостановочное совершенствование согласно веяниям времени и запросам клиентов. Философия маркетинга всегда следует за прибылью, а прибыль в желаниях покупателей.

Annotation

The report demonstrated that for the successful implementation of banking products is their continuous improvement according to changing times and needs of clients. Marketing strategy should always be for profit, and profit desires of the buyers.

Главенствующую позицию в активных взаимодействиях коммерческих банков, далее КБ, с их клиентами, является продажа банковских продуктов и услуг. Первоочередной

целью банка и всех его служб, заданной стратегическим планированием, является увеличение прибыли и приумножение активов посредством привлечения максимально возможного числа клиентов, расширения рынка сбыта своих продуктов и услуг, увеличения продаж относительно общей доли рынка банковской деятельности, а также внедрение и расширении своего влияния в бизнес сфере различного направления, в зависимости от направленности банка.

На сегодняшний день коммерческий банк способен предложить клиенту более двухсот видов всевозможных банковских продуктов. Расширение ассортимента операций позволяет банкам, как сохранять старых клиентов, так и увеличивать клиентскую базу за счет увеличения числа новоприбывших клиентов, как среди физ. так и юр. лиц, и расширения пакетов для уже действующих держателей. Деятельность современных КБ подвержена постоянным эволюционным изменениям. Меняются формы банковской деятельности, методы конкуренции, взаимодействия и управления, расширяется вариативность предложения банковских операций и услуг.

Банк - финансово - кредитная организация, предлагающий широкий спектр продуктов, прежде всего относящихся к кредитам, депозитам, картам и платежам, выполняющий многообразные функции по отношению к физическим и юридическим лицам.

Банковские продукты:

Валютные операции. Услуги по купле – продаже иностранных денежных средств. Доход банка состоит из курсовой разницы и положительной динамики валютных котировок. Из - за сложной специфики международного валютного рынка, от финансового учреждения требуется владение обширными предметными знаниями, поэтому чаще всего этим занимаются крупные банки.

Коммерческие векселя и кредиты предприятиям. Принимая к учету векселя, банки кредитуют предприятия, покупая у них обязательства.

Сберегательные депозиты - один из основных предложений банков, которые обеспечивают организациям достаточный объем оборотных средств.

Хранение ценностей, подразумевает предоставление клиенту возможности хранения его ценностей в ячейке (сейфе - хранилище) банка

Правительственные кредиты. Предоставление займа правительству через приобретение у них облигаций.

Чековые книги. Держателям данного продукта предоставляется возможность осуществлять оплату путем подписания переводных векселей.

Потребительский кредит. Основной вид деятельности, за счет которого формируется прибыль банка. Сегодня наблюдается повышенный спрос на этот вид и именно в этом направлении наблюдается постоянное развитие спроса и предложения.

Банковская карта. Пластиковая или виртуальная карта (ключ), привязанная к одному или нескольким расчётным счетам в банке. Используется для оплаты товаров и услуг, а также снятия наличных через АТМ или кассу банка. Карты бывают дебетовые и кредитные. Дебетовые карты используются для распоряжения собственными средствами, находящимися на расчетном счете в банке. Кредитные карты используются для распоряжения средствами предоставляемыми банком, которые при совершении платежа автоматически берутся у банка в кредит.

Сегодня маркетинговая стратегия банка ориентирована на координацию банка не на свой продукт как таковой, а на потребности клиента. Философия маркетинга качественно меняет отношения между банком и клиентом.

Маркетинговая стратегия нового времени ориентирована на координацию банка не на свой продукт как таковой, а на потребности и пожелания клиентов. Философия маркетинга

значительно меняет отношения между банком и клиентом. Разработка и внедрение новых банковских продуктов - одно из направлений банковского маркетинга. Процесс разработки начинается с поиска идей новых продуктов, зачастую методом опросов в офисах ли же на горячей линии, а так же методом анализа книги жалоб и предложений, и отзывов на официальном сайте банка, а так же специализированных форумах, после чего из некоторого множества предложенных вариантов, банк определяет для себя подходящие и разрабатывает замысел выбранной идеи, мероприятия по предоставлению данной услуги гражданам - потенциальным клиентам.

Одной из задач банка является оптимизация и совершенствование структуры существующих банковских продуктов, которая должна быть сбалансирована в отношении, как их рентабельности, так и их разнообразия. Оптимальность данного соотношения позволяет банкам быстро реагировать на изменение рыночной конъюнктуры.

Еще задача состоит в поддержании оптимального сочетания банковских продуктов выпущенных в свет в различные промежутки времени, другими словами, баланса между уже существующими и только что разработанными банковскими продуктами, во избежание конфликта между ними, следствием чего может стать снижение продаж. Планируя комплексы продуктов банк учитывает не только потребности клиента, но и жизненный цикл банковского продукта, которые в своем развитии, проходят стадии жизненного цикла, которых четыре. Стадии внедрения, роста, зрелости, спада "смерти" продукта.

Список использованной литературы:

1. Кэмпбелл Д., Сшоунхаус Дж., Хьюстон Г. Стратегический менеджмент // Учебник. - М.: Проспект, 2003.
2. Ильясов С. Банковские услуги и их сущность и перспективы развития // Банковское дело в Москве. – 2010. - № 8. [с.12]
3. Герчжова И.Н. Менеджмент. // М: ЮНИТИ - ДАНА, 2002.
4. Воронин Д. В. Тенденции развития банковского сектора в России в 2007 году // Банковское дело. – 2010. - №8. – [С. 16 - 17].

© Будников А.А. Руденко В. В. 2016г

УДК 65.658

Будников А.А.
студент кафедры информационных технологий, экологии и экологического права
Руденко В. В.
старший преподаватель кафедры информационных технологий,
экологии и экологического права
Курский институт социального образования (филиал) РСГУ
г. Курск, Российская Федерация

ВОЗМОЖНА ЛИ ЭВОЛЮЦИЯ АВТОМАТИЧЕСКИХ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ

Для начала, рассмотрим что же из себя представляют банкоматы и банковские терминалы и в сем их различия. Всем держателям банковских карт известно, что банкомат может выдать вам наличные средства, а платежные терминалы работают только на прием наличных денег.

Банкомат — программно - технический комплекс, предназначенный для автоматизированной выдачи и приёма наличных денежных средств как с использованием платежных карт, так и без, а также выполнения других операций, в том числе оплаты товаров и услуг, составления документов, подтверждающих соответствующие операции.

Платёжный терминал — аппаратно - программный комплекс, обеспечивающий приём платежей от физ. лиц в режиме самообслуживания. Для платёжного терминала характерна высокая степень автономности его работы. Контроль за работой можно производить через Интернет.

Банкоматы и терминалы постоянно претерпевают как аппаратные так и программные изменения, что бы соответствовать потребностям клиентов.

Но что может являться по настоящему эволюционными или даже революционными изменениями? Первое что приходит на ум - расширение возможностей и увеличение скорости операций. К примеру операции требующие письменного заявления клиента (наличие документа) написанного от руки, которое в последствии сканируется отправляется но обработку специалистам back - office. Однако как это можно осуществить в рамках банковского терминала? Ответ - никак. осуществление подобных операций потребует кардинальной переработки конструкции терминала, как минимум наличия сканера для заявлений, хранилища оригиналов и принтера шаблонов, что в свою очередь делает конструкцию все более дорогой, грамосткой и требующей дополнительного обслуживания.

К тому же, если заказчик - Банк, пожелает минимизировал число ошибок, будут необходимые вложения. Более мощные сервера, сложное ПО и значительные траты на переработку интерфейса терминал, что бы Клиенты не заблудились в хитросплетения символов и ярлыков. А с учетом того, что более 90 % ошибок является человеческий фактор: ошибки Клиента и ошибки специалистов back - office, придется потратиться и на исключение этого фактора. Обучение консультантов, для помощи клиентам в обращении с таким терминалом и покупка аналитического ПО для считывания и обработки заявлений Клиентов, что бы обойтись минимумом первоклассных специалистов back - office.

Выходом может сталь внедрение системы электронной подписи.

Электронная подпись (ЭП), **Электронная цифровая подпись** (ЭЦП) — реквизит электронного документа, полученный в результате криптографического преобразования информации с использованием закрытого ключа, подписи и позволяющий проверить отсутствие искажения информации в электронном документе с момента формирования подписи (целостность), принадлежность подписи владельцу сертификата ключа подписи (авторство), а в случае успешной проверки подтвердить факт подписания электронного документа (неотказуемость).

Современные бланки заявлений настолько упрощены, что достаточно только выбрать форму заявления (тематику), а дальше требуется только вписать ФИО клиента, дату и подпись. В таком случае требуется только создать базу форм заявлений в терминале, а система электронной подписи позволит подтвердить подлинность обращения клиента. конечно наличие банковской карты и пин - код только ускорять процедуру и увеличат безопасность. Поскольку данные с карты позволят моментально заполнить форму заявления, а пин - код априори должен знать только клиент. Система ЭЦП позволит не

менять конструкцию терминала, изменения коснутся только ПО и алгоритмов обслуживания. что в свою очередь значительно дешевле варианта описанного выше.

Несомненно все это можно реализовать уже "сегодня", особенно с учетом сверх прибылей современных банков, но имеет ли это смысл, ведь на разработку, тестирование и внедрение подомной концепции уйдет по меньшей мере два года.

Есть более быстрый и дешевый вариант модернизации сферы банковских услуг, ведь весь необходимый программно - аппаратный комплекс есть у каждого из нас в кармане. Современные смартфоны имеют на борту сканер отпечатков пальцев и / или сканер радужки глаза. Такой комплекс позволяет повысить конфиденциальность, а соответственно и конфиденциальность персональных данных клиента Банка.

Список использованной литературы:

1. Алферов А. П., Зубов А. Ю., Кузьмин А. С., Черемушкин А. В. Основы криптографии // — «Гелиос АРВ», 2002. — 480 с..
2. Павел Юржик. Платежные карты // Энциклопедия 1870 - 2006 = Platebni karty: Encyklopedie 1870 - 2006 // — М.: «Альпина Паблишер», 2007. — 296 с
3. Рябко Б. Я., Фионов А. Н. Основы современной криптографии для специалистов в информационных технологиях — Научный мир // 2004. — 173 с.
4. Мао В. Современная криптография: Теория и практика — М.: Вильямс // 2005. — 768 .

© Будников А.А. Руденко В. В. 2016г.

УДК 657.6

Д.В. Бутакова
Студентка 5 курса СПБГЭУ

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА И КОНТРОЛЯ ЭКСПОРТНЫХ И ИМПОРТНЫХ ТОВАРОВ

Весьма активно развиваются внешнеторговые связи иностранных партнеров с Россией. Наша страна довольно успешно интегрирует в мировую экономику, уверенно осуществляется либерализация законодательства в сегменте государственного регулирования внешнеторговой деятельности. Все эти действия правительства позволили большинству компаний полноценно участвовать в международных процессах, обеспечивая устойчивое развитие[4,5] и товаропродвижение [6]. На плечи бухгалтеров таких фирм и аудиторов в итоге, анализирующих надёжность и состоятельность учетных операций [2], ложатся решение важных вопросов бухгалтерского учета внешнеторговых операций, а также документальная регистрация, связанная с оформлением экспорта и импорта операций.

Товары являются частью материальных и производственных запасов компании, и их стоимость формируется определенным образом. Товары перемещаются в обе стороны границы, и особенностью учета и аудиторского контроля являются наличие таможенных

платежей и базисные условия поставки ИНКОТЕРМС, учитывающих и общепринятые принципы в условиях глобализации [7] и нормы международного права, международных договоров РФ, международного учета и аудита [1]. Отдельные учетные вопросы необходимо закрепить в учетной политике с позиции компетентного и профессионального суждения [3] бухгалтера.

Экспорт товара - вывоз с таможни территории России без обязательства об обратном ввозе. Экспортировать можно и услуги [9,10], и работы. Учет экспортных операций методически разработан и автоматизирован. Проблемными вопросами остаются применение 45 счета и учет расходов на продажу (накладных расходов), а также документальное подтверждение совершенной операции и факта пересечения границы.

Одним из важных моментов при организации экспортных операций для учета и контроля является вопрос их налогообложения. Экспортеру следует обратить особое внимание при осуществлении экспортных операций на порядок исчисления, возмещения и уплаты НДС , который регулируется гл. 21 НК РФ. При подтверждении факта экспорта применяется ставка НДС, равная 0 % . Суммы НДС, уплаченные при приобретении товаров, используемых для осуществления экспортных операций, подлежат вычету в порядке, предусмотренном гл. 21 НК РФ. Все эти наиболее сложные налоговые вопросы учета и аудиторского контроля требуют определенных знаний [8].

Ввоз соответствующих позиций на территорию РФ из зарубежных стран и без обязательства на обратный вывоз называется импортом товаров. Обычно в договорах цена товара указывается в иностранной валюте, и стоимость товаров для целей учета пересчитывается в рубли по курсу Банка России. Датой совершения торговой операции считается дата перехода прав собственности на импорт к импортеру от продавца.

Стоимостью приобретенных за обозначенную плату импортных товаров признается сумма фактических расходов организации на их покупку.

Фактические затраты на покупку товаров с учетом ряда поправок определяются исходя из суммовых разниц, т.е. торговая организация должна в рамках ведения учетной политики компании формировать покупную стоимость товаров и учитывать затраты по доставке либо в стоимости товаров, или включать данные расходы в состав цены на продажу.

В соответствии с положениями НК РФ, выраженная в иностранной валюте цена имущества, подлежит пересчету по официальному курсу ЦБР в рубли на дату перехода прав собственности на данное имущество. В связи с этими причинами в налоговом учете импортера изначальная стоимость импортного товара формируется тогда же, когда и в бухгалтерском учете.

К тому же стоит обратить отдельное внимание на тот момент, что у плательщиков налогов, которые ведут торговую деятельность, необходим раздельный учет.

В целом можно выделить следующие особенности учета экспортных и импортных операций и связанные с ними сложности:

– требуется определить способ выхода на внешние рынки;

– экспортные и импортные операции должны параллельно отражаться как минимум в 2 валютах – национальной и иностранной, что влечет за собой возникновение курсовых разниц (отрицательных и положительных);

– непременно соблюдать валютное законодательство РФ;

– могут использоваться разнообразные формы расчетов в зависимости от соглашений с иностранными контрагентами, условиями поставки товаров;

– экспортеру / импортеру необходимо вести поэтапный мониторинг движения товаров, в т.ч. и вне границ таможенной территории страны;

– необходимость ведения раздельного учёта НДС.

Упомянутые выше особенности изрядно усложняют процесс отражения экспортных и импортных операций в бухгалтерском учете и выдвигают высокие требования к методике его организации, однако в условиях дальнейшей интеграции России в мировое сообщество они должны быть решены.

В России огромное количество компаний приобретают и продают товары за рубежом. В связи с этим учет операций экспорта и импорта товаров имеет большую своевременность, значительность и важность.

Согласно п. 5 ПБУ 5 / 01 к учеты на предприятии все товары принимаются по фактической себестоимости.

Все расходы по перевозке и оформлении товара необходимо включать в себестоимость. Данное утверждение следует из п. ПБУ 5 / 01. То есть при импорте товаров необходимо учитывать дополнительные затраты, к ним можно отнести платежи при таможенном оформлении товаров, таможенные сборы, пошлины.

В бухгалтерском учёте отражение экспортной выручки опирается на ПБУ 3 / 2006. Согласно этому представленному положению, дата признания дохода устанавливается организацией самостоятельно.

Порядок признания даты экспортной выручки на предприятии заключается в установлении даты перехода права собственности на отгруженную продукцию. В таком случае на дату отгрузки и перехода права собственности на отгружаемый товар к иностранному покупателю в бухгалтерском учете отражается проводка (Д - т счета 62 К - т счета 90 «Продажи»).

В налоговом учете на дату отгрузки экспортная выручка вносится в регистр налогового учета выручки.

Допустим, если не был получен аванс, то на эту дату производится в бухгалтерском и налоговом учете пересчет валютной выручки в рубли по курсу, установленному Банком России.

В дальнейшем на дату получения экспортной выручки на транзитный счет в бухгалтерском учете будут отражены следующие проводки: (Д - т счета 52, субсчет «Транзитный валютный счет»; К - т счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» в аналитике по конкретному покупателю.

Вместе с этим одновременно определяется курсовая разница:

Положительная отражается проводкой (Д - т счета 62, К - т счета 91)

Приведем пример учета экспорта товаров:

05.05.2016 реализовали товаров стоимостью по договору 10 000 долл. США. Фактическая себестоимость составила 200 000 руб. Таможенная пошлина – 6,5 % , таможенные сборы в валюте 0,05 % от контрактной стоимости. Курс долл. США на 05.05.2016 – 66,5.

Таблица 1

Операция	Дебет счета	Кредит счета	Сумма, руб.
05.05.2016 признана выручка от продажи (10 000× 66,5)	62	90	665 000 - 00
Списана себестоимость товаров	90	41	200 000 - 00
Экспортная пошлина 43 225 (10 000×6,5 % ×66,5)	90	68	43 225 - 00
Таможенные сборы 332,5 (10 000×0,05 % ×66,5)	44	76	332 - 50
Списаны таможенные сборы	90	44	332 - 50
Уплачена экспортная пошлина	68	51	43 225 - 00
Уплачены таможенные сборы	76	51	332 - 50
Получена экспортная выручка	52	62	665 000 - 00

Отрицательная курсовая разница в налоговом учете признается внереализационным расходом и включается в соответствующий регистр налогового учета.

Большое значение имеет правильное определение учетной стоимости товара по договору с иностранным поставщиком, т. е. пересчет в рубли стоимости товаров, выраженной в иностранной валюте. Стоимость товаров отражается в рублях по курсу, действующему на дату их принятия к учету (п. 6, п. 9 ПБУ 3 / 2006).

Порядок формирования фактической себестоимости импортных товаров в налоговом учете закрепляется в учетной политике для целей налогообложения (пп. 3 п. 1 ст. 268 НК РФ).

Приведем пример учета импорта товаров:

05.05.2016 организация приобрела партию товаров стоимостью по договору 10 000 долл. США. Право собственности на товары перешло в этот же день. Таможенный сбор составляет 15 000 руб. Таможенная пошлина – 15 % . Исчисленный НДС на таможне составил 132 812 руб. Услуги посредника за таможенное оформление 141 600,00 руб. в т.ч. НДС 18 % . Оплата за товар произведена в полном размере 17.05.2016. Курс долл. США на 05.05.2016 – 66,1718, на 17.05.2016 – 64,9306.

Таблица 2

Операция	Дебет счета	Кредит счета	Сумма, руб.
05.05.2016 оприходованы импортные товары (10 000 * 66,1718)	41	60	661 718 - 00
Исчислен таможенный НДС	19	76	132 812 - 00
Отражен таможенный сбор по импортным товарам	41	76	15 000 - 00
Отражена таможенная пошлина по импортным товарам	41	76	97 624 - 00
Отражены услуги посредника по	41	60	120 000 - 00

таможенному оформлению импортного товара			
Учтен НДС по услугам посредника	19	60	21 600 - 00
НДС принят к вычету (132 812 + 21 600)	68	19	154 412 - 00
17.05.2016 оплачена задолженность за импортный товар (10 000 * 64,9306)	60	52	649 306 - 00
Отражена курсовая разница по расчетам с иностранным поставщиком (10 000 * (64,9306 — 66,1718))	60	91	12 412 - 00

НДС, уплаченный на таможне, принимается к вычету после принятия на учет импортных товаров (п. 1 ст. 172 НК РФ).

Аудит импортных операций можно считать одним из наиболее сложных участков аудиторской проверки. Здесь используются следующие методы: документальная, специальная и встречная проверки.

Список литературы:

1.Коноплянник Т.М., Мухарева Н.А. Основы аудита. - М.: Дом печати - Вятка, 2012. - 277 с.

2.Коноплянник Т.М. Анализ как основа выводов аудиторов // В сборнике: Россия и Санкт - Петербург: экономика и образование в XXI веке. Учетно - экономическое отделение: сборник докладов. 2015. С.84 - 86.

3..Коноплянник Т.М. Компетентность как основа профессиональных суждений в аудите // В сборнике: Бухгалтерский учет, анализ и аудит: история, современность и перспективы развития, материалы X межд.науч. конф. студ., асп., преп. 2015. С.146 - 147.

4. Коноплянник Т.М., Контроллинг // учебное пособие / Т. М. Коноплянник ; М - во образования и науки Российской Федерации, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Санкт - Петербургский гос. инженерно - экономический ун - т". Санкт - Петербург, 2011.

5.Проскура Д.В., Коноплянник Т.М. Устойчивое развитие как основа региональной конкурентоспособности // В сборнике: Современное экономическое и социальное развитие проблемы и перспективы. Ученые и специалисты Санкт - Петербурга и Ленинградской области – Петербургскому экономическому форуму 2007 года; сборник научных статей. / Санкт - Петербург, 2007.

6.Коноплянник Т.М., Леонов Ю.Е.Управление налогами как элемент системы ограничений политики продвижения товаров корпораций // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2011. № 5. С. 248 - 258

7.Коноплянник Т.М., Николаенко А.В. Системный, междисциплинарный подход к устойчивому развитию в условиях глобализации // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономика. Право. Управление. 2015. № 2. С. 107 - 114.

8. Николаенко А.В. Некоторые аспекты применения знаний // В сборнике Теоретические и прикладные проблемы социальных наук. Сборник научных трудов. Балтийская педагогическая академия. Санкт - Петербург,2014.С.47 - 48.

9.Николаенко А.В. Некоторые аспекты энергетического сотрудничества в странах центрально – азиатского региона. // Вестник Санкт - Петербургского государственного экономического университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 4 (71). С. 36 - 41.

10. Nikolaenko A.V. Methological Aspects of the Ecological Accounting // Государство и бизнес: социально - экономическая ответственность в условиях глобализации. Материалы III Международной межвузовской научно - практической конференции студентов магистратуры / Максимцев И.А., и др. - СПб, 2014. - С. 269 - 273.

© Д.В. Бутакова

УДК 379.8.09

С.А. Ваградян
Магистрант 2 курса
Е.В. Воронина
Магистрант 2 курса
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ в г. Шахты

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ С ТУРИЗМОМ

Вот уже несколько десятилетий компьютерные технологии стали ресурсом развития практически для любой отрасли человеческой деятельности. Развитие информационных технологий открывает все больше возможностей для их использования и в сфере туризма и отдыха.

Во многих странах инновационную активность используют как глобальный фактор экономического роста. Поэтому все секторы чаще обращается к информационным технологиям и интернету как средству продвижения своего продукта туристского направления.

Повышение доступности интернета, повышение его надежности способствуют проникновению во все сферы общества новых информационных технологий. Эти технологии являются, возможно, первыми в истории человечества, обеспечивающими рост производительности в сфере услуг [1, С. 78]

Это наблюдается сегодня и в туризме. Ведь туризм и информация неразделимы: решение о поездке принимается на основе информации; сам тур в момент покупки — тоже только информация; информацией обмениваются сотни раз в день все участники туристского рынка, а это значит, что нужно уметь работать с информацией, собирать, обрабатывать и принимать на ее основе единственно верное решение.

Однако использование информационных технологий это не только возможности для расширения бизнеса. Информационные технологии могут быть использованы и как одна из методик ресурсосбережения туристских рекреаций.

Например, развитие такой возможности, широко используемой многими крупными музеями в разных странах мира, как электронные экскурсии совершенно не используется заповедниками, заказниками и другими особо охраняемыми территориями. Использование интернет технологий может способствовать популяризации природоохранной деятельности, осуществляемой на особо охраняемых природных территориях.

Деятельность по популяризации информации об особо охраняемых территориях, должна занять важное место в заповедниках, заказниках и т.д. как социальном партнёре туристских организаций, образовательных и общественных учреждений. Проводя краеведческую работу, заповедник осуществляет информационную поддержку образования и одновременно выполняет воспитательно - просветительскую и досуговую функции. Это создаёт положительный имидж заповедника в глазах населения, укрепляет связи с общественностью и позволяет получать доход без увеличения туристской нагрузки на рекреационные ресурсы.

Использовать сайт рекреационного ресурса не только формально - информационно можно с большей пользой, если расширить его функции введя новые разделы, например, виртуальная экскурсия «нехожеными тропами» в которой можно показать не только закрытые для посещения территории, но и редко посещаемые, и интересные с точки зрения познавательного туризма открытые территории.

Не секрет, что при богатстве рекреационного потенциала нашей страны многие ее районы недоступны из - за плохого развития туристской инфраструктуры. А ее развитие в свою очередь тормозит нежелание предпринимателей и государства инвестировать в развитие рекреаций, которые не дадут быстрой отдачи. В такие «раскрученные» с туристской точки зрения рекреации как Москва, Санкт - Петербург, Сочи и т.п. готовы направлять инвестиции, понимая, что проекты дадут быструю прибыль. А красивейшие места Сибири, Дальнего востока, Урала и т.п. не получают должного развития из - за опасений в их прибыльности [2, с.103]. То есть первым подготовительным этапом развития данных рекреаций должна стать информационно - популяризационная стадия. Именно интернет технологии могут позволить повысить спрос на внутренний туризм в регионах России.

Таким образом, создавая электронные ресурсы определенной рекреации возможно решить несколько проблем. Во - первых, компенсировать недостаток информации о данной территории или ресурсе; во - вторых, обеспечить доступ к информации для удалённых пользователей и тем самым расширить границы рекреации; в - третьих, освоить пространство интернета, наполнить его полезным и интересным контентом, в - четвертых повысить инвестиционную привлекательность рекреации.

Список использованной литературы:

1. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме. - М.: ПРИОР, 1999. - 144 с.

2. Папирян Г. А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 160 с.

3. Янковский К.П. Введение в инновационное предпринимательство. — СПб.: Питер, 2004.

© С.А. Ваградян, Е.В. Воронина, 2017

УДК 338.432

М.А. Вартанова
студентка 2 курса экономического факультета
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Российская Федерация

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДРОНОВ В УПРАВЛЕНИЕ ФЕРМЕРСКИМИ ХОЗЯЙСТВАМИ

Мировое сельское хозяйство движется в направлении усиления наукоемкости производимой продукции. Это особенно наглядно на примере экономически развитых стран. Именно это позволяет им поддерживать баланс внутреннего рынка продовольствия по спросу и предложению, легко проникать на ведущие мировые рынки, вытеснять и разорять национальных товаропроизводителей. Поэтому РФ необходимо ставить и последовательно решать задачу инновационного развития АПК. Применительно к аграрному производству инновационная деятельность - это совокупность действий по созданию новой или усовершенствованной аграрной продукции и способов ее производства и переработки на основе научных, маркетинговых исследований и передового производственного опыта. Приоритетными направлениями совершенствования государственного регулирования АПК являются совершенствование нормативно - правовой законодательной базы, налоговой, инновационной и инвестиционной политики, развития инфраструктуры АПК и сельских территорий. Долгое время сельское хозяйство считалось наиболее традиционным сектором экономики. Изменения здесь происходили медленно, технологические циклы были слишком длинными, а маржа прибыли, учитывая ресурсоемкость производства, достаточно низкая. Но развитие современных технологий, позволит навсегда изменить наши представления. Например, «дронизация» сельского хозяйства в 21 веке так же неизбежна, как и его механизация в 20 - м.

Основным ресурсом, эффективного управления крупными фермерскими хозяйствами и не только, в мировой практике становятся дроны. Хоть это устройство появилось ещё в начале 20 века, в сельском хозяйстве его стали использовать недавно. Но за столь короткий срок (примерно 6 - 12 месяцев) дроны смогли помочь фермерам в управлении своими хозяйствами и занять рыночную нишу в экономики Китая, Японии, Канады, Дании и других стран [2].

Наличие современных технологий в дронах позволяет минимизировать ручной труд. Во - первых, дроны имеют большой потенциал в мониторинге состояния посевов. Сегодня он в основном осуществляется при помощи небольших пилотируемых самолетов, спутников и даже простого объезда / обхода полей с измерительными приборами. С этим связаны большие временные и ресурсные затраты. К тому же систематизация данных, собранных

таким образом, требует много времени, не давая фермерам возможности быстро решать выявленные проблемы. Дроны же позволяют гораздо быстрее собирать и обрабатывать большее количество информации, что позитивно отображается на урожайности и прибыльности. Во - вторых, оснащение дронов датчиком инфракрасного излучения позволяет определять больные растения от здоровых, так как здоровые растения излучают больше инфракрасного излучения, а также предотвращать небольшие возгорания. Видео - и фотосъемкой в прямом режиме помогают фермерам следить за своими участками, рационально распределять химические вещества и определять плодородность почв. С помощью нормализованного дифференциального вегетационного индекса иностранные фермеры формируют карту продуктивности хозяйства и делают прогнозы урожайности. Ранее для этих целей предлагалось использовать спутниковые данные, но снимкам обычно не хватало разрешения, а цена услуг была высокой. При использовании БЛА разрешение снимков уже не является ограничивающим фактором, сейчас компьютер может посчитать растения даже на крупных фермах, что ранее и вообразить было невозможно. Подобная «роботизация» сельского хозяйства заинтересует в первую очередь владельцев крупных хозяйств, в которых сложно отследить, как выглядит каждый листик, как идет рост растений, как меняется цвет почвы. В AgPixels, занимающейся продажей БЛА и ПО для них, уже создано ПО для рекомендаций фермерам, выращивающим пшеницу и кукурузу, в 2016 году будет готов пакет для бахчеводов [2]. Звуковые сигналы отпугивают птиц и защищают урожай. Система безопасности немедленно информирует о вторжение на территорию и противозаконных действиях на ней. Дроны также захватывают и перетаскивают вещи, например, семена, инструменты и прочие предметы. Средняя грузоподъемность 6 кг [3].

С помощью дронов фермеры вовремя фиксируют распространение заболеваний растений, целенаправленно вносят удобрения или распыляют химикаты от вредителей. Второй причиной использования дронов является их легкость – около 500 грамм, и противостояние ветру до 12 м / с. Преимуществом дронов также является то, что они контролируют большие посевные площади и что точечно опрыскивают растения только в тех местах, где это необходимо. В результате чего продукты более экологичные, а издержки фермеров минимизированы.

Однако иностранные фермеры выявили некоторые недостатки дронов: они быстро разряжаются, их хватает примерно на 40 минут, в ветреную и дождливую погоды дроны нельзя использовать. Управляют дронами специально обученные люди, т.е. появилась новая профессия на рынке труда. Угрозы и риски использования дронов в сельском хозяйстве практически равны нулю. Но не исключены случаи вандализма людьми [1, с.183]. Второй угрозой, на мой взгляд, является не правильное эксплуатирование и регулирование. Так же дроны могут быть использованы в террористических или противозаконных целях.

Аграрная наука России разработала в последнее время достаточно большое число инноваций, реализация которых в АПК позволила бы поднять его на качественно новый уровень. Однако степень реализации инноваций у товаропроизводителей была и остается недопустимо низкой. Это связано с отсутствием надлежащих условий: соответствующей инфраструктуры инновационной деятельности или совокупность материальных, технических, законодательных и иных средств, обеспечивающих информационное,

экспертное, маркетинговое, финансовое, кадровое и другое обслуживание инновационной деятельности.

А такой инновационный проект, как сельскохозяйственные дроны, быстро приживётся в России и будет обладать большим спросом. Дроны имеют большой потенциал с точки зрения оптимизации сельскохозяйственного производства. Основное их преимущество – в упрощении доступа к другим технологиям, которые позволят выращивать больше и тратить меньше не только большим агрохолдингам, но и фермерам.

Список использованной литературы:

1. Издание о бизнесе и технологиях. URL: http: // www.equipnet.ru / org - biz / drugie - biznes - idei / drugie - biznes - idei _ 207.html
2. Интернет - издание The Boston Globe. URL: http: // www.bostonglobe.com / ideas / 2015 / 08 / 22 / agricultural - drones - change - way - farm / WTpOWMV9j4C7kchvbmPr4J / story.html
3. Петров А. М. Применение дронов в сельском хозяйстве // Молодой ученый. — 2014. — №2. — С. 182 - 184

© М.А. Вартанова, 2017

УДК 33

Васильева А. В.
Студентка 3 курса группы УП - 14
Северо - Восточного федерального университета, Финансово - экономического института
г. Якутск, Российская Федерация

ОТБОР И ПОДБОР ПЕРСОНАЛА
(на примере сотрудников администрации МР «Амгинского улуса (района)»)

Актуальность. В любой организации работа кадровых служб и руководящего состава непосредственно связана с необходимостью поиска и отбора персонала. Отбор кадров, т.е. персонала является одной из центральных и основных функций управления, поскольку именно люди обеспечивают эффективное использование любых видов ресурсов, имеющихся в распоряжении организации, и именно от людей в конечном счете зависят ее экономические показатели и конкурентоспособность в целом.

Проблема профессионального отбора является особо актуальной в наши дни. Во время подбора персонала обычно оцениваются результаты работы (достижения), способности, характер работника, его адаптация в данной должности. Характерно при этом, что при решении материального стимулирования приоритет отдается результатам работы, а при решении вопросов продвижения по службе, расстановки кадров и повышения квалификации предпочтение получают способности и характер.

Цель нашего исследования - разработать рекомендации по совершенствованию отбора и подбора персонала.

Цель исследования обусловила постановку следующих **задач**:

1. рассмотреть исследование теоретических аспектов отбора и подбора персонала;

2. рассмотреть методы и общие правила проведения оценки при отборе персонала;

3. анализ системы отбора и подбора персонала на примере администрации МР «Амгинского улуса (района)»

4. Разработать рекомендации по совершенствованию отбора и подбора персонала

Объектом нашего исследования выступает коллектив администрации МР «Амгинский улус (район)».

Предметом исследования - система отбора и подбора персонала.

Метод исследования – анкетирование.

Наем на работу - это ряд действий, направленных на привлечение кандидатов, обладающих качествами, необходимыми для достижения целей, поставленных организацией. С привлечения на работу начинается управление персоналом [4, С. 65 - 71].

Отбор персонала - это процесс изучения психологических и профессиональных качеств работника с целью установления его пригодности для выполнения обязанностей на определенном рабочем месте или должности и выбора из совокупности претендентов наиболее подходящего с учетом соответствия его квалификации, специальности, личных качеств и способностей характеру деятельности, интересам организации и его самого.

Отбор персонала необходимо отличать от подбора персонала. В процессе отбора происходит поиск людей на определенные должности с учетом установленных требований социального института, видов деятельности. При подборе - осуществляется поиск, идентификация требований различных должностей, видов деятельности под известные возможности человека, накопленный им профессиональный опыт, стаж и способности [5, С. 91 - 101].

Исследование проводилось в муниципальном районе «Амгинский улус» в июне 2016 года. Целью данного исследования является анализ системы отбора и подбора персонала. Методикой данного исследования является анонимное анкетирование.

Анкета является анонимной. Имеет 13 вопросов, из которых 4 – для определения половозрастных характеристик, образования и стажа. Исследование является случайно - выборочным. Выборка – 20 человек.

В исследовании приняло участие 40 % женщин, 60 % мужчин соответственно. Из них 20 % имеют возраст от 21 до 30, 40 % - от 31 до 40, 30 % - от 41 – 50, 10 % - от 50 и более. Стаж работы у 20 % сотрудников составляет до 3 - х лет, 30 % - от 4 до 10 лет, 30 % - от 11 до 20 лет, 20 % - от 21 и более лет. Образование 100 % сотрудников является высшим.

В результате исследований были выявлены следующие выводы:

1) Привлечение работников осуществляется с помощью социальных связей и кадрового резерва.
2) Система отбора и подбора удовлетворяет персонал
3) Большинство сотрудников имеют опыт работы в аналогичных организациях
4) Персонал удовлетворен трудом, зарплатой и возможностью продвижения
5) Здоровый морально - психологический климат
6) Высокая лояльность персонала
7) Малая текучесть кадров

Итак, хотелось бы дать несколько рекомендаций по совершенствованию организации системы отбора и подбора персонала в администрации МР «Амгинского улуса (района)»:

Рекомендации:

- обращать внимание на склонность человека к вредным привычкам (употребление алкоголя, наркотиков, увлечение азартными играми);

- в обязательном порядке проверять на наличие судимости, а также на совершение административных правонарушений.

- необходимо разработать профессиональный портрет или портрет идеального сотрудника для каждой вакантной должности.

- Постоянно отслеживать все информационные потоки и деятельность отдельных сотрудников, имеющих расширенный допуск к информации.

- Отслеживать взаимоотношения в коллективе, выявляя недовольных и обиженных сотрудников. Они могут выдать секреты просто «назло» или из принципиальных соображений.

- Проводить мероприятия, повышающие экономическую безопасность и лояльность сотрудников.

Таким образом, в нашей организации отбирают персонал из кадрового резерва и из внутренних источников. Сотрудников удовлетворяет такая система отбора и подбора персонала. Кроме того, выяснили, что в организации текучесть кадров уменьшилась, так как у сотрудников высокая лояльность. Сформировался здоровый морально - психологический климат.

Список использованной литературы

1. Бурцева М.Д., Борисова У.С. Анализ системы подбора, отбора и найма персонала (на примере ЛПУМГ ОАО "Сахатранснефтегаз" // Новое слово в науке: перспективы развития. 2014. №1 (1). С.345 - 346.
2. Егоршин А.П. Управление персоналом. - Н. Новгород: НИМБ, 2012, С. 120 - 125
3. Иванов Г.Е., Борисова У.С. Наем, набор и отбор персонала // Экономика и социум. 2013. № 3(8). С. 979 - 982.
4. Карякин А.М. Управление персоналом: Электронное учеб. пособие. 3 - я редакция / Иван. гос. энер. ун - т. - Иваново, 2011. С. 65 - 71.
5. Магура М.И. Поиск и отбор персонала.: - М.: ИНФРА - М, 2011. С. 91 - 101.

© А.В. Васильева, 2016

УДК - 330

А.С. Власов
Студент 3 курса
САФУ ВШЭНиГ
Г. Архангельск, Российская федерация

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК

Инновации играют большую роль в современном мире. Они помогают развиваться фирме, улучшить качество выпускаемой продукции, получить выгоду, снизить затраты производства за счет использования нововведений. По оценкам различных экспертов инновационная деятельность не находится на должном уровне. Обобщив взгляды разных авторов, можно выделить следующие проблемы внедрения инноваций на предприятии:

- неверное представление об инноваторах;
- слабая подготовленность проектов;
- отсутствие условий внедрения инноваций;

- высокие риски инвестора. За последние годы было много сделано для становления системы по привлечению инвестиций в проекты;

- субъективное представление о значении инновации на предприятии. Оно заключается в недоверии, как со стороны предприятия - производителя, так и со стороны покупателя. Говоря о потребителе, то среди решений можно выделить проведений эффективной маркетинговой политики.

Серьезное отставание России в инновационной сфере обусловлено многим количеством проблем. Стоит отметить административные проблемы. К ним можно отнести проблемы, касающиеся предоставления льгот, коррупционной составляющей, разработанности нормативно - правовой базы.

В Российской Федерации правительство производит недостаточный контроль деятельности государственных заказчиков, не обеспечивает массовой реализации рыночных механизмов для поддержки науки и ее развития, уделяет незначительное внимания практическому применению результатов НИОКР, которые финансируются из федерального бюджета.

Очередным минусом является то, что законодательство предоставляет незначительный набор льгот для предприятий, которые осуществляют инновационную деятельность. Это отрицательно сказывается на темпах и масштабах научно - технического прогресса.

Еще одной очень важной проблемой, которая встает на пути развития инноваций, является изношенность основных средств предприятий в России. Новое оборудование, новая технология, новая производственная система или узел просто не могут быть связаны с остальной цепочкой по различным техническим причинам. Выходит ситуация, когда внедрение отдельной продуктовой инновации приводит к обновлению основной части производственного комплекса. В установившихся экономических условиях страны, большинство предприятий не могут найти на это денежных средств и отказываются от внедрения инноваций, от каких - либо преобразований или откладывают до времен, когда у предприятия появятся денежные средства.

Наличие острой конкуренции между производителями ограничивает рамки их научно - технической кооперации, усложняет процесс более эффективного использования имеющихся финансовых и материально - технических ресурсов, ведёт к дублированию научных исследований и разработок на многих родственных предприятиях отрасли.

В современных условиях каждый отдельный субъект не может обособленно обеспечить высокую динамику развития. В настоящее время в развитии процессов производственной кооперации в регионах России имеется множество проблем: недостаток информации о производственных возможностях промышленных предприятий регионов и степени их участия в производственной кооперации; отсутствие систем стимулирования предприятий и организаций в процессах производственной кооперации, четко выраженных инициатив по формированию межрегиональных промышленных кластеров.

В развитии инновационной деятельности России стоит еще одна острая проблема – проблема кадров. Развитие инновационной сферы сталкивается сегодня с недостатком квалифицированных работников. Это связано с наличием многих факторов, которые оказывают негативное влияние на общую ситуацию российского образования. Проблема, когда студент и вовсе не учится, но при этом умудряется получить диплом. Рост мошенничества при продаже дипломов. Все это привело к тому, что многие студенты

являются «псевдоспециалистами» и не находят себя в труде на благо страны. Способность государства к разработке и реализации программ складывается из деятельности сотен и тысяч должностных лиц. Чтобы мотивировать к развитию экономики страны необходимо переформирование и корректировка структуры государственного, регионального, а также муниципального заказов на подготовку и переподготовку квалифицированных работников.

Рассматриваемые проблемы представляют весьма серьезную угрозу для процесса развития инновационной деятельности и экономики России в целом. В кризисных условиях, сложившиеся в настоящее время в экономике необходим учет этих проблем и применение срочных мер по их ликвидации.

Список использованной литературы

1. Маренков, Н.Л. Инноватика: учеб. пособие / Н.Л. Маренков. – М.: КомКнига, 2005. – 194 с.

2. Пахомов, Ю. Экономический кризис: Украинский вариант / Ю. Пахомов, С. Пахомов // Общество и экономика. 2009. – № 3 – С.63 – 72.

3. Вестник научно - исследовательского института развития профессионального образования. Серия «Экономика и управление» / Н.П. Ветров, М.Е. Зыкова, С.В. Шманев / Вып. 1, 2009. – С. 136 - 144

© А.С. Власов, 2017

УДК 004

М.В. Гагина, студент магистратуры
Уфимского филиала Финансового университета
при Правительстве РФ
направление «Корпоративное управление»

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИТ - ОТРАСЛИ В РОССИИ

По данным Всемирного экономического форума, индекс конкурентоспособности экономики государств имеет высокий уровень корреляции с индексом развития в странах информационно - коммуникационных технологий. Для России, где отечественная отрасль информационных технологий удовлетворяет потребности российского рынка менее чем на 25 процентов, развитие данной отрасли приобретает важнейшее значение. Запрет сотрудничества иностранных компаний с российскими, в области информационных технологий, связанный с введением санкций США и ЕС, становится важнейшим фактором развития отрасли информационных технологий в России.

Первыми санкциями в России было заморожено большое количество совместных проектов с компанией «Red Hat», одной из крупнейших разработчиков операционных систем «Linux» для крупных серверов, а также было прервано сотрудничество с несколькими российскими банками со стороны платежных систем “Visa” и “Master Card”. Последнее же явилось явной угрозой отключения России от системы SWIFT (международная система обмена финансовой информацией).

Следующим этапом стало прекращение сотрудничества с рядом компаний и банков, попадающих под санкции, со стороны таких гигантов как “Microsoft”, “HP”, “Symantec” и “Oracle”. На сегодняшний день неизвестно, будут ли продолжаться в дальнейшем поставки для наших компаний, но поддержку уже купленных продуктов отключать пока не стали. Хотя мы можем смело сказать, что по законодательству США, у них есть на это все основания. Компания “Autodesk” (поставщик “AutoCAD”), которая также попала в список санкций, одним из выходов из сложившейся ситуации видит развитие в России инвестиционных проектов.

Существует большой риск, что санкции принесут огромные проблемы стратегическим предприятиям, которые используют ПО “SAP” в управлении своими ключевыми бизнес - процессами. На сегодняшний день лидером рынка является “1С”, но и долю “SAP” приуменьшать не стоит. Корпорация Microsoft так же приостановила работы по созданию планшета совместно с российским издательством «Просвещение», хотя оно и не попало под санкции США. Планшет разрабатывался специально под российские электронные учебники [2].

К апрелю 2016г. мировой IT - рынок достиг рекордного объема в 3,62 трлн долл. При этом доля программного обеспечения в нем составила 407,3 млрд долл. и возросла за последний год на 5 % . Доля российских разработчиков ПО составляет около 2,7 % , включая услуги заказной разработки.

Согласно прогнозам Минэкономразвития России, к 2020 году российский рынок программных средств достигнет 582,5 млрд рублей, а к 2030 году - 2 трлн рублей (что должно превысить объемы 2011 года примерно в 20 раз). По оптимистичным прогнозам, через 15 лет общий объем российского IT - рынка достигнет внушительного показателя в 5,6 трлн рублей [8].

Еще в апреле 2015 года Минкомсвязи России оценило долю иностранного программного обеспечения на отечественном рынке в более чем 80 % .

Выход здесь может быть только один - разработка и внедрение собственных конкурентоспособных программных продуктов. Так, наши разработчики без преувеличения уже заявили о себе во всех быстрорастущих сегментах мирового рынка ПО, особо отличившись в сфере информационной безопасности. У российских программистов отлично получается разрабатывать и экспортировать приложения для мобильных устройств, что является одним из ведущих направлений развития мировых информационных технологий. Сюда же можно отнести "облачные технологии", социальные сети и системы анализа "больших данных" [8].

Однако на одном энтузиазме разработчиков далеко уехать не получится. Чтобы в конечном счете появилась полная цепочка продуктов и услуг в IT - сфере отечественного производства, требуются целенаправленные действия государства по созданию условий для эффективного импортозамещения (импортовытеснения).

В этих целях в 2015 году были приняты два нормативных документа, напрямую влияющие на ситуацию в отечественной IT - сфере. Сначала Минкомсвязь России издало Приказ № 96 от 01.04.2015 г. "Об утверждении плана импортозамещения программного обеспечения", в развитие которого чуть позже был принят Федеральный закон от 29.06.2015 г. № 188 - ФЗ, предусматривающий создание Реестра российских программ для ЭВМ и баз данных [6].

В документе также были определены критерии программ, которые могут быть включены в Реестр. Во исполнение данного закона уже подготовлен проект постановления Правительства России "О преференциях отечественному программному обеспечению при госзакупках".

Принципиальная новизна всех этих документов состоит в том, что в них впервые подробно определяются критерии российского программного обеспечения, владельцам которого предоставляются различные преференции при проведении государственных закупок.

Кроме того, согласно постановлению правительства России № 1236 от 16.11.2015 г., с 1 января текущего года заказчики обязаны ограничить закупки ПО для государственных и муниципальных нужд программными продуктами, включенными в реестр российского программного обеспечения, за исключением тех случаев, когда в нем отсутствует ПО с необходимыми функциональными, техническими и эксплуатационными характеристиками.

По поручению Владимира Путина начал работу Центр компетенций по импортозамещению в сфере информационно - коммуникационных технологий (ИКТ). В конце июля 2016 г. премьер - министр России Дмитрий Медведев подписал специальное распоряжение правительства, из которого следует, что государственные органы обязуются в ближайшее время начать переход на работу с отечественным программным обеспечением и завершить его в 2018 году [3]. Минкомсвязи уже объявило конкурс на закупку отечественных офисных программ и с 2017 года планирует отказаться от Microsoft Office, перейдя на российский офисный пакет. А отечественные альтернативы операционной системы Windows, предназначенные для государственной сферы и бизнеса, уже тестируются в муниципалитетах Владимирской и Ульяновской областей.

Согласно данным сайта госзакупок, в последние годы чиновники всё реже закупали программы Microsoft Office и операционную систему Windows. Так, в 2013 году было опубликовано 405 конкурсов на закупку офисного пакета, в 2014 — уже 321, в 2015 — всего 250. В 2016 году на закупку Microsoft Office, по данным на 18 октября, было объявлено только 132 тендера (рис.1).

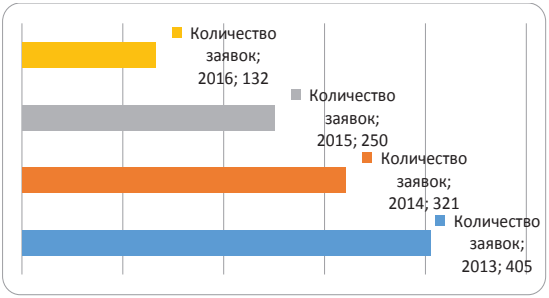


Рисунок 1. Количество заявок на офисный пакет «Microsoft Office»

Windows в 2013 году закупали 149 раз, в 2014 — 784, в 2015 — 560, в 2016 — 376 [1].

Рисунок 2. Количество закупленных Windows

Всего на сайте госзакупок с 2013 года было опубликовано 2977 закупок продукции Microsoft.

Согласно данным базы СПАРК (система анализа рынков и компаний), Microsoft поставляла программное обеспечение и для госкорпораций. В числе заказчиков — «Аэрофлот», ВТБ, ВТБ 24, «Сбербанк», «Сбербанк Лизинг», «Роснефть», «Ростелеком» и другие. Выручка по контрактам с этими компаниями за 2013—2015 годы в сумме составила 27,5 млрд рублей. В этом году Microsoft заключила 13 контрактов с компаниями с госучастием, выручка по которым пока неизвестна.

При этом, Минкомсвязи планирует закупить пакет «Мой офис профессиональный» за 2 млн рублей и отказаться от использования Microsoft Office [4]. В правительстве Москвы уже тестируется почтовый клиент отечественного пакета «Мой офис». К 2018 году его также планируют начать использовать в поликлиниках, больницах, школах и на предприятиях сферы ЖКХ.

Всего в госреестре отечественного программного обеспечения числится около 2000 наименований (рис.3) [7].

Рисунок 3. Реестр российского ПО

Таким образом, все вышеописанные решения создают потенциальный стимулирующий фон для разработчиков отечественных программных продуктов, подразумевая, что у

последних появляется дополнительный спрос. По крайней мере, с этим связаны большие ожидания.

Важным является и то обстоятельство, что упомянутым выше федеральным законом впервые в российской практике устанавливается понятие отечественного программного обеспечения.

Созданная система только начинает работать, и судя по всему, проблем у нее впереди будет еще много.

Инициатива государства двигает рынок в нужном направлении. Другой вопрос, что даже хороший набор правил не гарантирует успеха всего проекта — ведь очень многое зависит от конкретных людей, ответственных за исполнение, как со стороны государства, так и со стороны бизнеса. Перспективы развития ИТ отрасли также связаны и с экономической политикой Правительства. Поэтому необходимо создавать условия для конкуренции на внутреннем рынке, чтобы впоследствии российская ИТ отрасль смогла быть конкурентоспособной на мировых рынках

Список использованной литературы

1. Астахов П., Ивушкина А., Подлесная Т. Окно в Россию: почему в правительстве готовятся защищаться от Microsoft [Электронный ресурс]. - URL: https: // russian.rt.com / russia / article / 327466 - rossiya - pravitelstvo - microsoft - importozamesheniesht html (Дата обращения 28.11.2016)

2. Брызгалова Е., Адамчук О. Microsoft подключилась к санкциям [Электронный ресурс] // Газета.ru - URL: https: // www.gazeta.ru / business / 2014 / 04 / 29 / 6013865.shtml (Дата обращения 28.11.2016)

3. Запрет на закупки иностранного ПО в России [Электронный ресурс]. - URL: http: // www.ixbt.com / editorial / foreign - software - ban.shtml (Дата обращения 28.11.2016)

4. Импортозамещение в России: предпосылки, проблемы и перспективы [Электронный ресурс] // ЕИКЦ ЕВРО ИНФО КОНСУЛЬТАЦИОННЫЙ ЦЕНТР - URL: http: // www.euroinfocenter.ru / set - eikc / poleznaya - informaciya / importozameshchenie - v - rossii - predposylki - problemy - i - perspektivy (Дата обращения 28.11.2016)

5. Поткина Е.С., Холопова Л.А. Развитие информационных технологий [Электронный ресурс] // Концепт. – 2014. – Спецвыпуск №09 – URL:http: // cyberleninka.ru / article / n / razvitie - informatsionnyh - tehnologiy (Дата обращения 07.12.2016)

6. Путин отметил положительное влияние западных санкций [Электронный ресурс] // Русская сила - URL: http: // rusila.su / 2014 / 09 / 20 / putin - otmetil - polozhitelnoe - vliyanie - zapadnyh - sanktsij / (Дата обращения 28.11.2016)

7. Реестр российского программного обеспечения [Электронный ресурс] // Государство. Бизнес. ИТ. - URL:http: // www.tadviser.ru / index.php / Статья:Реестр _ отечественного _ программного _ обеспечения (Дата обращения 28.11.2016)

8. Рогозин Д. Русский чип [Электронный ресурс] // Российская газета - Федеральный выпуск №6955 (87) - URL: https: // rg.ru / 2016 / 04 / 21 / rogozin - rossii - neobhodimo - sozdavat - sobstvennye - it - tehnologii.html (Дата обращения 28.11.2016)

© М.В. Гагина, 2017

УДК 65

А. Р. Давлетбаева, студентка
Уфимского филиала Финансового университета
при Правительстве РФ
Научный руководитель:
Л.С. Брусенцова, к.с.н., доцент

МИССИИ БАНКОВ КАК ВЫРАЖЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Аннотация

В статье проведен анализ миссий крупнейших российских банков. Выявлены общее и различия.

Ключевые слова: миссия организации, банк, ценности, слоган.

Миссия организации – высшая цель, ради которой создана и действует организация.

Миссия играет важную роль в создании и продвижении бренда. Анализ миссии организации дает возможность сделать определенные выводы относительно действительных целей ее деятельности, ее отношения к клиентам и обществу в целом[1].

В качестве материалов для анализа выбраны миссии крупнейших российских банков, представленные на их официальных сайтах: Сбербанк России, ВТБ24, Альфа - Банк.

1. Сбербанк России - крупнейший банк в России, Центральной и Восточной Европе. Учредителем и главным акционером Сберегательного банка является Центральный банк Российской Федерации.

Слоган Сбербанка - «Всегда рядом». Данный слоган предоставляет возможность банку показать в первую очередь заботу о людях.

Миссия банка: «Мы даем людям уверенность и надежность, мы делаем их жизнь лучше, помогая реализовывать устремления и мечты»[2].

Таким образом, миссия этого банка не включает полного описания деятельности, но подчеркивает, насколько важны для банка его клиенты, а так же внушает потребителю доверие и уверенность в банке, как эффективного и надежного поставщика традиционных банковских услуг.

2.ВТБ24 - один из крупнейших розничных банков России, специализирующийся на обслуживании физических лиц, индивидуальных предпринимателей и предприятий малого бизнеса.

Его слоган - «Большое преимущество». ВТБ24 позиционирует себя, как банк, у которого много выгодных услуг, привлекающих клиента.

Миссия банка: «Мы предоставляем финансовые услуги международного уровня, чтобы сделать более обеспеченным будущее наших клиентов, акционеров и общества в целом»[4].

Анализ миссии банка ВТБ24 показывает, что банк способствует повышению благосостоянии обслуживаемых клиентов. Это достигается благодаря предоставлению банком качественных услуг, соответствующих высоким профессиональным стандартам.

3. Альфа - Банк является универсальным банком, осуществляющим все основные виды банковских операций, представленных на рынке финансовых услуг, включая обслуживание частных и корпоративных клиентов, инвестиционный банковский бизнес, торговое финансирование и управление активами.

Его слоган – «Честным быть выгодно». Альфа - банк в рекламе позиционирует себя в качестве честного банка, с которым выгодно работать.

Миссия банка: «Мы верим, что свобода — ключевая ценность современного человека. Объединяя неравнодушных людей, их опыт и энергию, мы помогаем вам быть свободнее в поступках и мечтах»[3].

Данная миссия показывает, что банк относится с уважением к ценности и достоинству личности, стремится к социальной справедливости. Так же говорит о помощи, тем самым влияя на психологию людей.

В целом, анализ миссий показывает, что в связи с высокой конкуренцией каждый банк стремится к тому, чтобы привлечь максимальное количество клиентов и демонстрирует себя с лучшей стороны. Каждый банк в формулировке миссии подчеркивает проявление заботы и человечности, тем сам дает возможность почувствовать обществу поддержку со стороны кредитной организации, а так же важность каждого клиента.

Миссии банков чётко сформулированы; к ним организован легкий доступ на официальных сайтах. Миссии, являясь элементом фирменного стиля, не видоизменяются в региональных отделениях и, в целом работая на улучшение деловой репутации, позиционируют ценности, востребованные клиентами.

Список литературы:

1. Брусенцова Л.С. Совершенствование управления бред - командой // В сборнике «Экономическое развитие общества в современных кризисных условиях» - Уфа: АЭТЕРНА, 2016. с. 40 - 43

2. Официальный сайт Сбербанка [Электронный ресурс] - http: // www.sberbank.ru / ru / person

3. Официальный сайт Альфа - Банка [Электронный ресурс] - https: // alfabank.ru

4. Официальный сайт ВТБ24 [Электронный ресурс] - https: // www.vtb24.ru

© А. Р. Давлетбаева

УДК 331.1

С.Д. Димитриева
к.э.н., доцент кафедры управления персоналом и экономики труда
Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
И.А. Мерзлякова
магистрант третьего года обучения
Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Основным требованием времени для формирования высокоэффективной системы управления персоналом является изменение приоритетов работы специалистов по кадрам. Если ранее руководители подразделений по управлению персоналом были заинтересованы преимущественно в экономии расходов, связанных с содержанием работников на производстве, то теперь актуализируются вопросы развития персонала, повышения приверженности работников к предприятию. Сегодня стоит говорить о формировании набора подходов, основой которых служила бы прозрачность в управлении с учетом особенностей локального менеджмента, специфики бизнес - среды и национального законодательства.

Для формирования комплексной системы управления персоналом предлагается использовать алгоритм ее формирования (рис. 1).

Во время становления комплексной системы управления персоналом торгового предприятия главным принципом ее построения, кроме общеизвестных, должен стать принцип соответствия того или иного элемента системы заданному направлению деятельности предприятия. Для выполнения данного принципа необходимо, прежде всего, обеспечить наличие эффективной обратной связи в процессе внедрения системы при разработке отдельных элементов из набора, расстановки, обучения, повышения квалификации и оценки персонала, а также учесть наличие знаний и навыков, позволяющие вести торговую деятельность более эффективно.

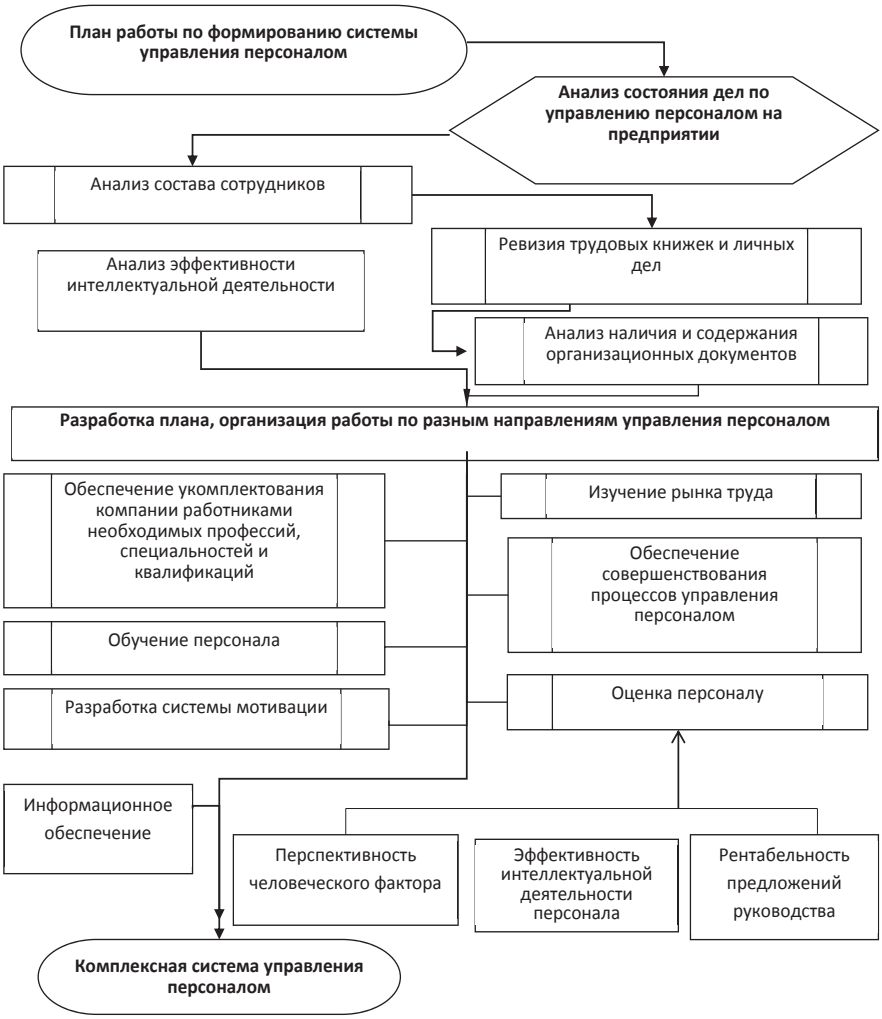


Рисунок 1. Алгоритм формирования комплексной системы управления персоналом

В данной системе особое внимание необходимо уделить тем специалистам, от которых напрямую зависит деятельность предприятия, особенно тех, которые работают с крупными клиентами и поставщиками, ведь недостаточность у них опыта такой работы негативно влияет на показатели деятельности предприятия.

Основной задачей введения в систему управления персоналом указанных элементов должно стать обеспечение управления воздействием персонала на конкурентоспособность предприятий торговой сферы. Практика же успешных предприятий свидетельствует о том, что активное обучение персонала особенностям ведения торговой деятельности ведет к повышению конкурентоспособности всего предприятия.

Для совершенствования мониторинга персонала на предприятии предлагается внедрить оценку персонала с помощью процесса выявления талантов. Для этого должно быть сформировано «Портфолио сотрудников», которое будет содержать результаты оценки их деятельности и потенциала. В случае если сотрудник имеет потенциал для принятия большей ответственности, то должно осуществляться управление его талантами.

Таким образом, основными мероприятиями совершенствования системы управления являются: контроль над соблюдением режима труда и на предприятии, повышение заработной платы работников, более гибкая организационная структура, внимание к адаптации молодежи, социально - психологическая мотивация работников к повышению квалификации.

Список использованной литературы:

1. Захаров Н.Л. Управление социальным развитием организации: Учебник / Н.Л. Захаров, А.Л. Кузнецов. - 2 - е изд., доп. и перераб. - М.: НИЦ ИНФРА - М, 2013. - 208 с.
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: Учеб. / А.Я.Кибанов, И.А.Баткаева и др.; Под ред. А.Я.Кибанова - 4 - е изд., доп. и перераб. - М.: НИЦ ИНФРА - М, 2013. - 695 с.

© С.Д. Димитриева, И.А. Мерзлякова

УДК 33

Н.В.Дмитриева
Магистрант 1 курса экономического факультета
ФГАОУ ВО «СГУ»
Научный руководитель Е.О. Шаповалова
ст. преподаватель ФГАОУ ВО «СГУ»
г. Севастополь, Российская Федерация

ОБЗОР ПРОБЛЕМНЫХ АСПЕКТОВ ОРГАНИЗАЦИИ И ИСПОЛНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В ГОРОДЕ СЕВАСТОПОЛЕ

Аннотация: в данной статье раскрываются проблемные аспекты регулирования процессов организации и исполнения государственных контрактов, а также обеспечения

исполнения основных принципов контрактной системы: конкурентности, эффективности и результативность обеспечения государственных и муниципальных нужд, на примере сферы здравоохранения г. Севастополя.

Ключевые слова: государственные закупки, система здравоохранения, проблемные аспекты, нормативно - правовое регулирование

Государственные закупки – это процесс, который фактически отражает и обеспечивает качество отношений государства, общества и бизнеса. Государственные органы в процессе закупок представляют интересы общества и призваны максимально эффективно распоряжаться бюджетными средствами, обеспечивая высокий уровень качества жизни населения. Общество, являющееся конечным потребителем услуг и товаров, закупаемых государством, заинтересовано в получении качественных продуктов, высоком уровне обслуживания и комфортных условиях жизни.

В России, к настоящему времени, сформирована достаточно полная нормативно - законодательная база по организации процессов закупок продукции (услуг) для государственных нужд, включая конкурсные торги различных видов. Состав указанных нормативно - правовых актов включает большое количество (более 300) документов, как на федеральном уровне, так и на уровне отдельных субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления. В некоторых из них, по предварительным оценкам, нормативная база в области регулирования государственных закупок является даже более проработанной, чем на федеральном уровне.

Детальное описание условий и процедур конкурсов на закупку продукции для государственных нужд содержится в специально разработанных нормативных правовых актах: Федеральном законе «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44 - ФЗ и Указе Президента Российской Федерации «О первоочередных мерах по предотвращению коррупции и сокращению бюджетных расходов при организации закупки продукции для государственных нужд». Указом утверждено Положение об организации закупки товаров, работ и услуг для государственных нужд, которое определяет способы закупки и условия их применения, процедурные моменты, а также порядок разрешения разногласий.

В соответствии с основными положениями ФКЗ от 21 марта 2014 г. № 6 - ФКЗ «О принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образования в составе Российской Федерации новых субъектов – Республики Крым и города федерального значения Севастополя» до 1 января 2015 года действовал переходный период. На данном этапе все бюджетные правоотношения регулировались правовыми актами Автономной Республики Крым и города Севастополя, а законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд в отношении данных закупок применялось с ограничениями.

На сегодняшний день трудно переоценить необходимость эффективного функционирования отрасли здравоохранения. При этом обеспечение данной отрасли всем необходимым для ее бесперебойного функционирования производится только через систему государственных закупок, которая с 01.01.2015г. регламентируется Федеральным законом от 05.04.2013 № 44 - ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд».

В связи с присоединением Крыма и Севастополя к Российской Федерации и продолжительным переходным периодом в нашем регионе, недостаточно статистической информации по результатам проведения государственных закупок. Данная информация не

систематизирована и неоднородна. Следовательно, провести комплексный анализ эффективности освоения бюджетных средств по данному региону невозможно.

По данным Управления государственного заказа г.Севастополя за период с 1 января по 31 сентября 2016 года основная статья расходов бюджетных денег города пришлась на лекарственные средства – 27,9 % , услуги здравоохранения – 11,9 % , , медицинское оборудование – 4,9 % . Таким образом обслуживание сферы здравоохранения обошлось г.Севастополю 44,7 % от расходной части бюджета. На основании вышесказанного необходимость освещения проблем эффективности закупок в сфере здравоохранения актуальна.

Выделим проблемы и основные недостатки системы государственных закупок в Российской Федерации:

– коррупция;
– низкая прозрачность закупочной деятельности;
– недостаточный уровень конкуренции;
– недостаточный уровень эффективности государственных закупок, как основы оптимального распределения и управления государственными ресурсами;
– невозможность гарантировать надлежащее качество закупки на стадии детализации технического задания;
– территориальная удаленность поставщика (отсутствие официального дистрибьютора по месту поставки товара) и не возможность гарантийного обслуживания или устранения неполадки в короткие сроки;
– отсутствие надежной базы для объективного определения начальной максимальной цены контракта (НМЦК);
– несовершенство документального обеспечения процедур;
– длительность процедуры открытого конкурса зачастую приводит к сбою в деятельности Заказчика, в случае отсутствия заявок на участие и другие.

В процессе освоения бюджетных средств севастопольское здравоохранение столкнулось с рядом проблем, связанных как со спецификой отрасли, так и с трудностями трансформации правового поля г. Севастополя в российское законодательство, основными из них являются:

- трудности при формировании качественной технической документации с учетом нормативно - правовой базы;
- трудности при формировании начальной максимальной цены контракта;
- трудности при составлении проекта контракта, приводящие к некачественной поставке и приемке товара;
- завышение цены на медицинские и лекарственные средства, и как следствие небольшой процент падения начальной максимальной цены при торгах.

Выводы и рекомендации

Произведенный обзор проблемных аспектов в системе государственных закупок позволяет говорить о специфике формирования фармацевтического рынка в РФ и о необходимости применения особых режимов закупок медицинских средств, а так же быстрое развитие данного рынка требует применения отдельных законодательных актов на уровне государства и региона.

По результатам проведенного исследования предлагаем следующие пути совершенствования контрактной системы государственных закупок для повышения эффективности обеспечения нужд сферы здравоохранения:

– внесение поправок в закон 44 - ФЗ с целью борьбы с коррупцией;
– применение новых информационных и коммуникационных технологий;

– исключение проблем, связанных с оплатой штрафов, пени (например, невозможность удержания из обеспечения исполнения контракта);
– антидемпинговые меры;
– изменение процедуры упрощенных закупок;
– увеличение прозрачности закупочной деятельности;
– повышение уровня конкуренции;
– возможность адаптировать контракт к изменению внешних условий;
– ускорение длительности процедуры открытого конкурса и т.д.

Применение всех этих мер в комплексе способно повысить эффективность государственных закупок и как следствие экономию бюджетных средств.

Несмотря на опыт развития государственных закупок в России, процедура размещения государственных торгов, как и ее правовое регулирование, несовершенны и требует изменений.

Список используемой литературы:

1. Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. №44 - ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

2. Беляева О. А. Контрактная система: основные проблемы право применения и пути их преодоления // Журнал российского права. 2015. N 7. С. 15 - 17.

3. Бюджетный кодекс Российской Федерации: Принят Государственной Думой 17 июля 1998 года, Одобрен Советом Федерации 17 июля 1998 года от 31.07.1998 N 145 - ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // www.consultant.ru / document / cons _ doc _ LAW _ 19702 /

4. Гражданский кодекс Российской Федерации: Принят Государственной Думой 21 октября 1994 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // www.consultant.ru / document / cons _ doc _ LAW _ 5142 /

5. Информация официального сайта Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:http: // minfin.ru / ru / document / ?id _ 4=64713&area _ id=4&page _ id=2104&popup=Y#ixzz408S7HtJ0

6. Информация официального сайта Счетной палаты Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // www.ach.gov.ru / press _ center / news / 25110

7. Информация официального сайта Счетной палаты Российской Федерации: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // www.ach.gov.ru / press _ center / news / 24978

8. Информация официального сайта Общероссийского народного фронта «За честные закупки ОНФ РФ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // onf.ru / 2015 / 05 / 11 / za - chestnye - zakupki /

9. Коняев С. Государственные закупки: книга / С. Коняев. – Москва: Издательство: Рид Групп, 2012. – 288 с.

11. Коржова Е. Г. Проблемы и несовершенства в системе государственных закупок // Экономические науки. Государственное регулирование экономики. – 2015. № 15

12. Лисовенко О. К. Правила планирования закупок по закону о контрактной системе // Представители института госзакупок. – 2013. – С.192 - 197.

13. Меркурьева А. Закон о госзакупках на 2016 г.: учеб. / А. Меркурьева. - Эксмо - Пресс, 2016. – 256 с.

14. Предпосылки развертывания электронных торгов для государственных нужд: учеб. / М. М. Горбунов - Посадов [и др.]. — Препринт ИПМ им. М.В.Келдыша РАН, № 38, 2001. — 16 с.

15. Севастополь медленно тратит бюджетные деньги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // sevastopol.su / news.php?id=90693

16. Федеральный закон «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» от 18 июля 2011 г. N 223 - ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // base.garant.ru / 12188083 /

17. Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации по вопросам охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 25.11.2013 N 317 - ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // www.consultant.ru / document / cons _ doc _ LAW _ 154744 /

18. Федеральный закон «О внесении изменений в главы 21, 26.1, 26.2 и 26.3 части второй Налогового кодекса Российской Федерации» от 17 мая 2007 г. N 85 - ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // base.garant.ru / 12153802 /

19. Федеральный конституционный закон «О принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образовании в составе Российской Федерации новых субъектов - Республики Крым и города федерального значения Севастополя» от 21.03.2014 N 6 - ФКЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // www.consultant.ru / document / cons _ doc _ LAW _ 160618 /

20. Щербакова К. С. Особенности планирования государственных закупок // Молодой ученый. — 2014. — №16. — С. 294 - 296.

21. Козырев И.В. Особенности проведения госзакупок медицинских продуктов // Образование, наука и производство — 2013. — №3 —С. 40 - 44.

© Е.О.Шаповалова , Н.В. Дмитриева, 2017

УДК 339.146.4:635.1 / .8(470+571)

Верещак А.Г.,
магистрант 1 курса
экономического факультета
Дьяков С.А.
к.э.н., доцент кафедры
управления и маркетинга
Кубанский ГАУ имени И.Т. Трубилина
г. Краснодар, Российская Федерация

РАЗВИТИЕ РЫНКА ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

В настоящее время определяющим международным стандартом социально - экономического развития любого государства становится уровень жизни его населения, основным показателем которого является уровень потребления жизненно важных продуктов питания, таких как мясо - молочных, яиц, рыбопродуктов, овощей и фруктов[6, 168].

Развитие рынка овощной продукции предполагает преодоление определенных кризисных ситуаций и наработку оптимальных рабочих программ, при которых эта система работала бы без сбоев. Именно рыночная система обеспечивает эффективность

процесса продвижения продукции. Она выполняет торговые, маркетинговые и иные услуги по хранению, складированию, транспортировке, упаковке[8, 402]. Овощеводство очень сложное производство с различными направлениями специализаций. Наряду с выращиванием овощей в поле активно развивается овощеводство защищенного грунта. Сегодня стоит одна из главных задач перед региональной властью – развитие личных подсобных хозяйств[5, 126]. Поэтому, вновь созданный комитет по развитию виноградарства и виноделия, садоводства, овощеводства, переработки плодов и овощей внес предложение об изменении в краевую целевую программу «Развитие личных подсобных хозяйств на территории Краснодарского края на 2013 - 2015 годы», предусмотрев финансирование в размере 5 млн. рублей для организации и системы обучения, подготовки, переподготовки и повышения квалификации в учебных заведениях граждан, ведущих ЛПХ в области виноградарства и плодоовощеводства[3, 591].

И еще один вопрос, остро стоящий перед крестьянами: реализация выращенной продукции[7, 110]. Более года назад по инициативе депутатов ЗСК краевой и городской администрации начал действовать специализированный оптовый продовольственный рынок «Изумрудный город». Селяне, в соответствии с договором, везут выращенную продукцию, которую там сортируют, упаковывают и отправляют в магазины[4, 391]. Если владелец личного подсобного хозяйства заключает договор с таким предприятием, то оно возьмет на себя: сертификацию земли, лабораторный контроль, хранение и реализацию товара. Четыре производственные линии способны перерабатывать от семи до десяти тонн овощей в час[9, 174]. Поэтому объем принимаемого урожая практически не ограничен[1, 85].

Необходимо расширить сеть подобных рынков во всех районах края. Это позволит производителям реализовать свою продукцию по оптимальным ценам, а покупателям получать экологически чистые овощи и зелень местного производства высокого качества[2, 108].

Важнейшим направлением развития рынка овощей в России является развитие инфраструктуры этого рынка. По нашему мнению, необходимо вернуться к практике фирменной торговли, а также перенять опыт зарубежных стран по созданию системы товародвижения овощной продукции, которая является одним из основных факторов повышения эффективности отрасли.

Список использованной литературы:

1. Логвинов А.В., Логвинов В.А., Шевченко А.Г., Записоцкий Д.Н., Моисеев А.В., Моисеев В.В. Экономическая эффективность производства сахарной свеклы по вариантам основной обработки почвы. Успехи современного естествознания. 2016. № 3 - 0. С. 85 - 89.

2. Меняйлова В.И., Дьяков С.А. Государственное регулирование АПК В сборнике: Прорывные научные исследования как двигатель науки. Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 108 - 113.

3. Моисеев А.В., Моисеев В.В. Анализ уровня конкурентоспособности современных аграрных предприятий. В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса отв. за вып. А. Г. Кощаев. 2016. С. 591 - 592.

4. Моисеев А.В., Моисеев В.В. Совершенствование рынка семян как эффективный способ применения маркетинговых решений. Фундаментальные исследования. 2016. № 5 - 2. С. 391 - 394.

5. Моисеев А.В., Моисеев В.В., Евланов Д.Е. Факторы и резервы роста экономической эффективности хозяйственной деятельности предприятия. Новая наука: Проблемы и перспективы. 2016. № 7 - 1 (91). С. 126 - 127.

6. Моисеев В.В., Моисеев А.В. Анализ маркетинговой деятельности сельскохозяйственного предприятия (на примере ФГУП РПЗ «Красноармейский» Краснодарского края. Фундаментальные исследования. 2016. № 9 - 1. С. 168 - 171.

7. Моисеев В.В., Моисеев А.В., Логвинов А.В., Мищенко В.Н., Логвинов В.А., Шевченко А.Г., Шувалов А.А. Продуктивность гибридов производства сахарной свеклы по срокам уборки корнеплодов. Успехи современного естествознания. 2016. № 8 - 0. С. 110 - 113.

8. Моисеев В.В., Путылин В.И., Моисеев А.В. Целевой ориентир инновационного развития конкурентоспособной экономики Краснодарского края. Фундаментальные исследования. 2016. № 2 - 2. С. 402 - 405.

9. Слабая М.А., Моисеев А.В. Создание современных сельских поселений и привлечение молодежи на работу в сельскую местность. В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам IX Всероссийской конференции молодых ученых. 2016. С. 1174 - 1176.

© Верещак А.Г., 2017
© Дьяков С.А., 2017

УДК: 338.24

А.С. Епифанцева, Н.А.Краснова, Э.И. Джуманова
студенты
Г. Астрахань, Российская Федерация

ИДЕНТИФИКАЦИЯ И АНАЛИЗ РИСКООБРАЗУЮЩИХ ФАКТОРОВ КОМПАНИЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

Россия является крупнейшим экспортером нефти и нефтепродуктов. За последнее десятилетие сохранялась позитивная тенденция роста показателей объемов поставки. Но в условиях политической и экономической нестабильности степень риска значительно возрастает. В настоящее время крупными нефтегазовыми компаниями выполняется одновременная реализация масштабных инвестиционных проектов по освоению новых и эксплуатации действующих месторождений, строительству и реконструкции магистральных нефтегазопроводов, подземных газохранилищ и других производственных объектов. Реализация проектов идет в условиях неопределенности. Компетентно построенная система риск - менеджмента является залогом устойчивости и дальнейшего развития компании

Категорию «риск» можно определить как опасность потенциально возможной, вероятной потери ресурсов или недополучения доходов по сравнению с вариантом,

рассчитанным на рациональное использование ресурсов в данном виде предпринимательской деятельности. Иначе говоря, риск — это угроза того, что предприниматель понесет убытки в виде дополнительных издержек или получит прибыль ниже той, на которую рассчитывал.

На рисунке 1 изображена диаграмма Исикавы. На ней отображены основные факторы, влияющие на деятельность компаний нефтегазовой отрасли. Данные факторы необходимо учитывать при принятии управленческого решения.

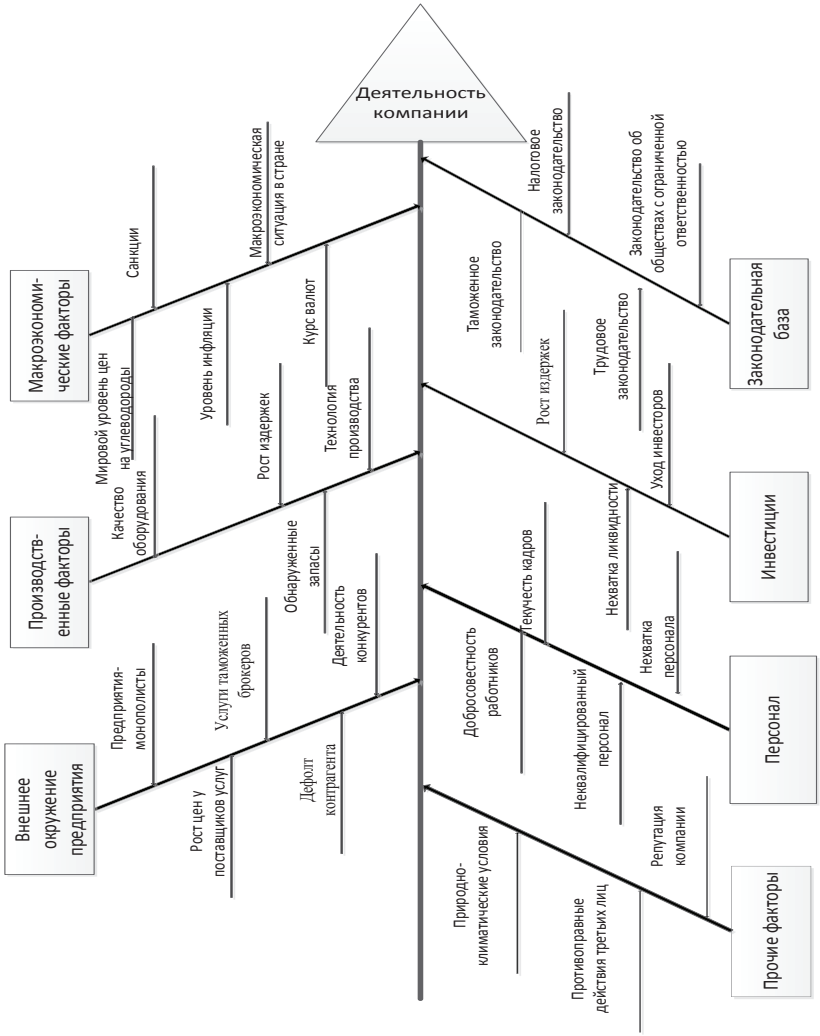


Рисунок 1 - Рискообразующие факторы ООО «Лукойл - Нижневолжскнефть»

Рассмотрим основные рискообразующие факторы. Персонал: растущий мировой дефицит специалистов и повсеместное старение работников нефтегазовой отрасли вынуждают зарубежные компании обратить внимание на российский рынок труда.

Законодательство: действующее в России законодательство о недропользовании и лицензировании деятельности по поиску и добыче полезных ископаемых и практика его применения создают для нефтяных компаний ряд рисков.

Производственные факторы: существует риск отказа технических устройств на опасных производственных объектах, что может привести к авариям, остановке технологического процесса, выбросам опасных продуктов, причинению вреда окружающей среде, возникновению пожара, несчастным случаям, в том числе при разработке нефтегазовых месторождений на шельфе.

Идентификация и анализ рискообразующих факторов являются ключевым элементом процесса управления риском. От правильности выполнения данного процесса в значительной степени зависит, насколько эффективными будут дальнейшие решения и, в конечном итоге сам процесс управления рисками. Поэтому исследование рискообразующих факторов , а так же их учет в практической деятельности риск - менеджера являются важным этапом для понимания всей системы управления риском.

Список использованной литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья: офиц. текст: [принят Гос.Думой 21 окт. 1994 г.: с последними изм. и доп. по состоянию на 1 апр. 2005 г.]. – М.: Эксмо, 2012. - 510 с.
2. Вяткин В., Хэмптон Дж., Казак А. Принятие финансовых решений в управлении бизнесом. М.:Эксмо,2014. - 353с.
3. Тихомиров Н.П. Методы анализа и управления эколого - экономическими рисками. – М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2013. - 350 с.

© А.С. Епифанцева, Н.А.Краснова, Э.И. Джуманова, 2017 год

УДК 65

С.О. Жарылгасынов
магистрант ФГБОУ ВО «ОГУ»
г. Оренбург, Российская Федерация
Научный руководитель С.А. Пальниченко
к.э.н., доцент кафедры менеджмента ФГБОУ ВО «ОГУ»
г. Оренбург, Российская Федерация

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИРМОЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЯПОНИИ

В современном мире большинство компаний стремятся получать максимум прибыли от результатов труда своих сотрудников, ориентируясь на улучшение компетенции и качества работы имеющегося персонала, а не на увеличения объемов трудовых ресурсов. Для этих

целей каждая компания вырабатывает материальные и моральные стимулы, тем самым повышая заинтересованность работников к выполнению поставленных задач.

Однако поставленные задачи могут не реализоваться, либо реализоваться в неполном объеме из - за недостаточной технической оснащенности рабочего места на предприятиях, использования устаревших технологий, несовершенной системы моральной и материальной заинтересованности работников.

При этом попытки приспособить классические теории мотивации к современным условиям не всегда эффективны, так как ценности общества прошлого столетия отличаются от ценностей современного общества.

Для достижения целей организации и усилении заинтересованности сотрудников в её достижении во многих западных странах разрабатываются новые теории управления организацией, в том числе и теории управления персоналом, однако возникают сложности с их применением, в том числе сложности с внедрением их в организацию, так как большинство из них не систематизированы и не конкретизированы.

Большой вклад в формирования и развития современного менеджмента внесла японская система управления организацией, главной целью которой является развитие предприятия, корпоративный рост, усиление конкурентоспособности предприятия на рынке. Достижения данных целей в японских компаниях основываются, в первую очередь, на эффективном управлении персоналом, где личность сотрудников является главным элементом компании[1].

Основой управления персоналом является её концепция, которая состоит из методологии управления, системы управления и технологии управления персоналом[2].

Основой концепции управления персонала является личность работника. В науке выделяют три основные группы факторов, влияющих на сотрудников организации: иерархическая структура организации, культура и рынок[3]. При этом не стоит забывать, что имеются и другие факторы, влияющие на эффективность управления персонала, такие как стиль руководства, техническая оснащенность предприятия, рабочее место и т.п.

Таким образом, увеличивая эффективность управления персонала, необходимо учитывать все обстоятельства, оказывающие влияние на трудовую деятельность сотрудников.

В основе современной японской системы управления организацией лежит синтез японской философии управления компанией и новаторских американских идей. Данный синтез позволил вывести японские предприятия на мировой уровень как по качеству выпускаемой продукции, так и по эффективности управления персоналом.

Основными чертами японской философии управления компанией является система пожизненного найма, процесс коллективного принятия решений и система непрерывного обучения.

Система пожизненного найма основывается на материальном и моральном поощрении сотрудника, например, надбавка за стаж на одном предприятии, большие предпенсионные выплаты, благодарности за долгосрочную работу и т.п.[4]. Данные меры позволяют мотивировать работника всю жизнь проработать на одном предприятие, что благоприятно отражается на самом предприятии, так как им не приходиться тратить временные и материальные ресурсы на поиск и обучение новых сотрудников.

Процесс коллективного принятия решения основывается на менталитете японского народа. Считается, что японское общество однородно и пронизано духом коллективизма, поэтому все решения на предприятия принимаются всем персоналом от простых рабочих до руководителей фирмы, что позволяет избежать субъективизма и взглянуть на проблему и на её решение с различных точек зрения.

Данная система принятия решения получила название «Ренгисэй» и осуществляется следующим образом: проводится обсуждение проблемы и способов её решения на уровне рядовых сотрудников, затем передается на более высокий уровень, где аналогично проводятся обсуждения данной проблемы и способов решений с учетом мнения сотрудников низшего звена, затем обобщенный анализ передается к более высокому уровню и так далее[5]. Таким образом, каждый сотрудник организации несет ответственность за дальнейшую судьбу предприятия и совместно определяют дальнейшие пути развития организации.

Система непрерывного обучения основана на убеждении японцев, что каждый человек обязан самосовершенствоваться, так как это приводит к духовной удовлетворенности. Кроме этого, путем непрерывного обучения сотрудник повышает свою компетентность и улучшает трудовые способности.

На основе системы непрерывного обучения была разработана концепция «Кайдзен» («кружки качества»). «Кайдзен» - это непрерывная, систематическая деятельность, осуществляемая всеми сотрудниками организации по улучшению своей деятельности. Каждый сотрудник вносит свои идеи по улучшению компании, и как показывает практика, большинство данных идей успешно внедряются и приносят пользу организации. Таким образом, систему «Кайдзен» можно считать самым эффективным управлением интеллектуальными ресурсами.

К новаторским западным идеям, внедренных на японских предприятиях, можно отнести: направленность на результат, усиление роли маркетинга.

Американская концепция управления организацией, направлена в первую очередь на получение прибыли, тем самым сотрудники для организации являются лишь средством достижения целей предприятия[6]. Соответственно, основным средством мотивации сотрудников по данной концепции считается система начисления заработной платы, которая напрямую зависит от доходов, который конкретный сотрудник принес для организации. Данная система начисления заработной платы активно применяется и в современных японских компаний, однако она не является основным средством мотивации сотрудников, так как применяются и другие материальные и нематериальные стимулы.

В последнее столетие во многих азиатских стран, в том числе и в Японии, возросла роль маркетинга. Организация и сбыт продукции не считались важнейшей частью деятельности компании, так как считалось, что высокое качество продукции и низкая цена гарантирует ей место на рынке. С выходом Японии на мировой рынок данная концепция претерпела существенные изменения: неиспользование маркетинга сделало японский товар неконкурентоспособным, что заставало большинство японских фирм осваивать способы продвижения товаров на рынке, внедряя западные разработки в данной сфере.

Таким образом, современная японская система управления организации представляет собой синтез традиционных японских методов управления организации и адаптированных западных идей. Данный синтез позволяет компаниям быть конкурентоспособными,

эффективными организациями, при этом главной ценностью фирмы остаются его сотрудники.

Список используемой литературы:

1. Злыгостев В.Ю. – Управление по - японски. Особенности системы управления персоналом и мотивация труда в японском кадровом менеджменте на современных японских предприятиях. – 2016 г. - 125с.
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом: теория и практика. Система управления персоналом: учебно - методическое пособие / под ред. А.Я. Кибанова. – М.: Проспект, 2013. – 64 с.
3. Солодянкина О.В. Мотивация и стимулирование труда работников на промышленных предприятиях // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – № 2. – С. 109 - 110
4. Семикова Н. Управление карьерой как средство повышения производительности труда персонала // Служба кадров и персонал. – 2007. – № 12. – С. 38 - 43.
5. Лукьянова Т.В., Ярцева С.И., Коновалова В.Г. и др. Управление персоналом: теория и практика. Управление инновациями в кадровой работе: учебно - методическое пособие / под ред. А.Я. Кибанова. – М.: Проспект, 2012. – 72
6. Володина А. С. Сравнительная характеристика японского, американского и европейского менеджмента // Молодой ученый. — 2010. — №1 - 2. Т. 1. — С. 173 - 180

© С.О. Жарылгасынов, 2017

УДК 379

Железняк А. О.
Бакалавр 4 курс,
ВГУЭС
г. Владивосток, Российская Федерация

ЗНАЧЕНИЕ, ЗАДАЧИ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА АНАЛИЗА ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ключевые слова: оборот, эффективность, оборотные средства, деловая активность

Автором изучена теория анализа деловой активности. Рассмотрены цели и задачи анализа деловой активности. Также в статье представлены коэффициенты деловой активности

Термин «деловая активность» начал использоваться в отечественной учетно - аналитической литературе сравнительно недавно − в связи с внедрением широко известных в различных странах мира методик анализа финансовой отчетности на основе системы аналитических коэффициентов. Безусловно, трактовка данного термина может быть различной.

Цель анализа деловой активности предприятия состоит не только в том, чтобы оценить финансовое положение предприятия, но вдобавок еще и в том, чтобы как можно чаще

осуществлять работу, направленную на его повышение. Оценка финансового состояния указывает на конкретные направления по поводу того, как вести эту работу. Она дает возможность выявить наиболее важные аспекты и наиболее слабые позиции в финансовом состоянии непосредственно данного предприятия.

Согласно с этим, результаты анализа предоставляют нам ответ на то, какие важнейшие приёмы и методы улучшения финансового состояния данного предприятия имеются в определенный период его функционирования.

Значение анализа деловой активности заключается в формировании экономически обоснованной оценки эффективности и интенсивности использования ресурсов организации и в выявлении резервов их повышения.

Достижение цели определяется решением таких ключевых задач:

— анализ динамики основных показателей деятельности предприятия в сравнении с отраслевыми показателями уровня деловой активности;

— анализ бизнес - среды предприятия с целью выявления основных факторов влияния на изменение уровней деловой активности субъекта хозяйствования за исследуемый период;

— оценка резервов повышения деловой активности и разработка оптимальных мероприятий их использования;

— анализ темпов роста основных результативных показателей, выяснение причин их отклонения от идеальной модели зависимостей, которые существуют между ними;

— анализ дебиторской и кредиторской задолженности предприятия;

— анализ технических и технологических особенностей процесса производства с целью выявления резервов ускорения оборачиваемости;

— оценка оборачиваемости оборотных средств;

— расчет и анализ прогнозных финансовых показателей деятельности предприятия, а также разработка рекомендаций по устранению факторов, неблагоприятно влияющих на показатели деловой активности.

Тем не менее, основная роль в информационном обеспечении финансового анализа большинством исследователей отведена бухгалтерской (финансовой) отчетности, ввиду её следующих преимуществ:

а) единообразие формы отчетности, т. е. использование одних методов расчета показателей;

б) открытость, из чего следует, что отчетность для оценки организации могут использовать как внутренние, так и внешние пользователи;

в) обязательность составления бухгалтерской (финансовой) отчетности, соответственно её использование не подразумевает дополнительных затрат на проведение анализа

Показатели оборачиваемости демонстрируют, сколько раз за период анализа оборачиваются различные активы предприятия. Коэффициенты оборачиваемости оборотных средств немаловажны для оценки финансового потенциала предприятия, так как скорость оборота средств оказывает прямое влияние на уровень платежеспособности предприятия, а повышение скорости оборота средств отражает при различных равнозначных условиях увеличение производственно - технического потенциала организации. Для этого рассчитывают различные показатели оборачиваемости, которые дают наиболее обобщенное понятие о хозяйственной активности данного.

Список использованных источников

1 Донцова, Л.В. Анализ финансовой отчетности: учебник для студ. вузов, обучающихся по спец. "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. - 5 - е изд., перераб. и доп. - М. : Дело и Сервис, 2011. - 368 с. : табл.

2 Дедкова А. А., Радченко А. С. Значение показателей деловой активности и финансовой устойчивости в анализе финансово - хозяйственной деятельности малых предприятий // Молодой ученый. — 2015. — №11.3. — С. 25 - 30.

3 Волкова Н. А. Методика расчета и оценка показателей деловой активности предприятия / Н. А. Волкова // НИВА Поволжья. — 2015. - № 29. — 107–111 с

4 О бухгалтерском учете Федеральный закон от 06.12.2011 N 402 - ФЗ (ред. от 04.11.2015) // Консультант Плюс : Версия Проф [Электронный ресурс] / АО «Консультант Плюс». – М., 2013.

© Железняк А. О.

УДК 331

Л.А.Зайнуллина, студентка
Уфимского филиала Финуниверситета
при Правительстве РФ
Г. Уфа, Российская Федерация

ЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ И ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ В ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЯХ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация: В статье рассматривается сущность организационных отношений в системе менеджмента. Показаны задачи централизации и децентрализации организации ОАО «Л'Этуаль - Финанс».

Ключевые слова: управление, разделение труда, делегирование полномочий, централизация, децентрализация, организационные отношения.

Организационные отношения в системе менеджмента являются специфичной формой разделения обязанностей. Чтобы эффективно справляться со своими обязанностями, должностным лицам предоставляются определенные права по управлению ресурсами. Они несут полную ответственность за выполнение задач, стоящих перед подразделениями. Следовательно, схема организационных взаимоотношений показывает положение должностей и подразделений и характер отношений, существующих между ним [1].

Делегирование полномочий является одним из факторов эффективного функционирования организации. Делегирование – это предоставление задач и полномочий лицу, которое принимает на себя обязанность за их выполнение. Оно позволяет руководителям среднего и нижнего звена принимать решения, которые повышают эффективность организации в целом.

Полномочия в управленческой структуре распределяются не всегда равномерно. Они могут быть сконцентрированы большей частью на верхних или на нижних ее «этажах», поэтому в первом случае имеет место их централизация, а во втором случае децентрализация.

Поиск рационального сочетания централизации и децентрализации важен для любой системы управления, потому что децентрализация не имеет возможность происходить безгранично без разрушения самой организации. В какой - то момент децентрализация

обязана сменяться обратным процессом централизацией, чему во многом содействует автоматизация и компьютеризация управленческих процессов. В итоге появляются своего рода «маятниковые колебания», придающие системе управления вспомогательную эластичность и стабильность [2].

Сеть магазинов парфюмерии и косметики Л'Этуаль занимает прочное лидирующее полномочие на российском рынке и продолжает осваивать новые территории.

В организации используется смешанный тип организационных отношений. Для получения полной картины о текущем состоянии и распределении финансовых ресурсов в режиме реального времени; контроля (предварительного и последующего) движения финансовых потоков; анализа движения денежных потоков; осуществления назначения и увольнения сотрудников Общества; выдачи доверенности на право представительства от имени Общества и т.д. необходима централизация.

Утверждение годового отчета и годового бухгалтерского баланса Общества; принятие решений о распределении прибыли Общества, о размещении Обществом облигаций и иных ценных бумаг; назначение аудиторской проверки, утверждение аудитора и определение размера оплаты его услуг; принятие решений о совершении Обществом крупных сделок или сделок; решение других вопросов, предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации осуществляется децентрализовано [3].

Таким образом, наиболее эффективной является та степень централизации или децентрализации, при которой организации удается достичь наилучших результатов.

Список литературы:

1. Теория организации и организационное поведение. Учебное пособие / Л.С.Брусенцова. – Уфа: Издательство "Здравоохранение Башкортостана", 2013.

2. Веснин В.Р. Менеджмент: учебник. - 4 - е изд., перераб. и доп. – Москва.: Проспект, 2015. – 616 с.

3. Официальный сайт организации ОАО « Л'Этуаль - Финанс».

© Л.А.Зайнуллина, 2017

УДК 338.4

Е. А. Карбасова
студентка 4 курса Института экономики и управления
ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г. И. Носова»,
г. Магнитогорск, Российская Федерация
Научный руководитель: И. В. Кобелева
к.п.н., доцент каф. Бухгалтерского учета и экономического анализа

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВО - ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В современной экономике деятельность бюджетной организации отличается от деятельности коммерческих организаций, а, следовательно, и анализ финансово - хозяйственной деятельности должен учитывать данные особенности. Данные особенности представлены в Таблице 1.

Таблица 1 – Особенности функционирования коммерческой и бюджетной организации

Параметр	Коммерческая организация	Бюджетная организация
Цель деятельности	Получение прибыли	Реализации полномочий органов местного самоуправления в таких сферах деятельности, как: наука, здравоохранение, образование и культура, а также социальной защиты и занятости населения, физической культуры и спорта
Источники финансирования	Средства собственников, заемные средства, прибыль, получаемая в результате осуществления деятельности	Бюджетное и внебюджетное финансирование, доходы от осуществления платных услуг, безвозмездные поступления
Возможность самостоятельно распоряжаться ресурсами	Имеется	Ограничена
Финансовый результат	Чистая прибыль	Доходы за вычетом расходов

Прежде всего, рассмотрим определение бюджетной организации.

Бюджетная организация – это некоммерческая организация, которая создается для выполнения работ, а также для оказания услуг с целью реализации полномочий органов местного самоуправления в таких сферах деятельности, как: наука, здравоохранение, образование и культура, а также социальной защиты и занятости населения, физической культуры и спорта.

С 2012 года, все бюджетные организации работают в соответствии с государственными (муниципальными) заданиями [2], финансирование деятельности осуществляется за счет средств бюджета (преимущественно), а также за счет внебюджетных средств.

Финансово - хозяйственная деятельность (ФХД) бюджетной организации - это проведение и документальное оформление операций по получению, учету, а также дальнейшему распоряжению финансовыми средствами и материальными ценностями, объектами основных средств и т.д.

Сравнительную характеристику анализа финансово - хозяйственной деятельности коммерческой и бюджетной организации представим в Таблице 2.

Таблица 2 – Особенности анализа деятельности коммерческой и бюджетной организации

Параметр	Коммерческая организация	Бюджетная организация
Цель анализа	Выявление узких мест и проблем деятельности для целей повышения прибыли	Установление эффективности использования средств бюджета, направляемых на финансирование конкретного учреждения, соответствия качества и объема услуг, оказываемых населению или другим субъектам хозяйствования, затратам, которые несет государство по их оказанию. Оценка эффективности оказания платных услуг.
Источники информации	Формы бухгалтерской отчетности, данные статистического учета на предприятии	Плановые и фактические показатели финансово - хозяйственной деятельности, правила расчета норм и нормативов
Объект анализа	Финансово - хозяйственная деятельность	Деятельность бюджетной организации и должностных лиц по использованию средств бюджета или бюджетов территориальных государственных внебюджетных фондов, а также средств, полученных от предпринимательской и иной деятельности

Для достижения поставленной цели (табл. 2) в ходе анализа финансово - хозяйственной деятельности выполняются следующие задачи:

- анализ правильности составления плана финансово - хозяйственной деятельности, соответствие законодательным нормам и правилам;
- анализ формирования задания, а также финансовое обеспечение по основным видам деятельности, которые предусмотрены документацией бюджетной организации;

- анализ вычисления расчетно - нормативных затрат на оказание бюджетной организацией услуг;
- анализ плана финансово - хозяйственной деятельности и его соответствия цели деятельности бюджетной организации;
- анализ исполнения бюджетного задания в части эффективности и целевого использования бюджетных средств;
- проверка законности, эффективности и целевого использования имущества, используемого бюджетной организацией;
- анализ осуществляемой бюджетной организацией предпринимательской и иной приносящей доход деятельности, а также достоверности и корректности отражения этой деятельности в бюджетном учете и отчетности;
- анализ организации и ведения бюджетного учета, бухгалтерского учета, достоверность и соответствию предоставлению отчетности требуемым срокам ее представления;
- анализ обеспечения сохранности денежных средств и материальных ценностей учреждения.

Характеризуя основные приемы документального контроля выделим следующие из них:
- экономический анализ финансовой и хозяйственной деятельности;
- технико - экономические расчеты, которые проводятся в рамках контрольного мероприятия для достоверного определения правильности расчетов показателей, норм и нормативов, которые действуют и прогнозируются;
- нормативная проверка, которая проводится для выявления несоответствий фактических затрат нормативным показателям;
- формальная (техническая) проверка документов, целью которой является диагностика дефектов в оформлении документации, установления правильности заполнения реквизитов и наличия несанкционированных исправлений;
- логическая проверка (проверка по существу), которая дает возможность выявить объективную возможность и целесообразность в расходовании денежных средств и материальных ресурсов, а также связь взаимосвязей между некоторыми хозяйственными операциями;
- счетно - аналитическая проверка является эффективным методом финансового контроля и включает в себя элементы формальной (технической) и логической проверки;
- арифметическая проверка применяется для определения в документах правильности подсчетов и выявления признаков хищений, завуалированных арифметическими действиями.

Таким образом, одной из целей анализа финансово - хозяйственной деятельности является устранение выявленных нарушений и недостатков и возмещение ущерба. Но, в условиях развития рыночных отношений и сокращения государственного финансирования бюджетные учреждения вынуждены вести поиск дополнительных источников доходов за счет оказания платных услуг по основной деятельности (обучение, переподготовка, повышение квалификации и т.п.), в связи с этим у них возникает необходимость в оценке эффективности оказания платных услуг.

Анализ финансово - хозяйственной деятельности – это этап, предшествующий принятию решения. Он призван обосновать принимаемое решение и оценить его последствия с

позиций экономической эффективности [5, с. 20]. Для того чтобы объективно оценить исполнение сметы расходов учреждения, необходимо всесторонне рассматривать факторы, влияющие на результаты исполнения сметы. Вместе с тем значение экономического анализа заключается не только в выявлении факторов, влияющих на процесс исполнения сметы. Но и в том, чтобы разработать конкретные предложения по устранению нежелательных явлений, то есть анализ должен быть действенным, конкретным и оперативным.

В целом, после перехода на казначейскую систему, роль анализа финансирования на уровне субъекта хозяйствования несколько снизилась в силу того, что для конкретного бюджетного учреждения значительно сократилась самостоятельность при распоряжении выделенными средствами, а значит, и возможность влиять на эффективность их использования.

Список использованной литературы:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации №145 - ФЗ от 31.07.1998 г. htpp: // www.consultant.ru

2. Постановление Правительства РФ № 671 «О порядке формирования государственного задания в отношении федеральных государственных учреждений и финансового обеспечения выполнения государственного задания» от 2.09.2010

3. Гурунян, Т. В. Финансы бюджетных учреждений : учеб. пособие / Т. В. Гурунян ; СибАГС.— Новосибирск : Изд - во СибАГС, 2010. – 194 с.

4. Файберг, Т.В. Оценка результативности деятельности бюджетный учреждений [Электронный ресурс] / Т.В. Файберг. – Режим доступа: http: // www.rb - centre.ru

5. Основы экономического анализа: учебное пособие / Р.Земан и др. – Магнитогорск: Изд - во Магнитогорск. гос. техн. ун - та, 2015. - 243 с.

© Карбасова Е.А., 2017

УДК 2964

Р.М. Керимов
СГУПС
г. Новосибирск, Российская Федерация
Ю.В. Трофимова
к.филос.н., доцент,
СГУПС
г. Новосибирск, Российская Федерация

THE RESULTS OF COOPERATION OF THE RUSSIAN FEDERATION AND THE REPUBLIC OF TURKEY

On the 24th of November in 2015 talks between Russia and Turkey were suspended. The turning point in the situation came after the Head of the Republic of Turkey Tayyip Erdogan who has

brought his written apology to the President of the Russian Federation Vladimir Putin for the Turkish military which shot down a Russian plane.

The crisis in relations between two countries after in the Syrian Arab Republic a Turkish fighter jet shot down Russian military aircraft one of the Russian pilot was terribly killed.

So, in this connection, the Russian Federation unilaterally imposed restrictive measures against the Republic of Turkey. Since the beginning of 2016 all charter flights from Russia to the cities of Turkey have been canceled. The Russian government has banned the sale of vouchers to the resorts of the Turkish Republic. Already in the first months of 2016 the fall in tourist flow from Russia to Turkey exceeded 90 per cent [2].

But after the signing, the corresponding Decree of the summer of 2016 by Vladimir Putin, charter flights between Russia and Turkey were resumed when the first flight took off from Moscow to Antalya [5]. Thus, in September 2016, 100 sorties on an irregular basis have been made of the Russian airports in Antalya and Dalaman and passenger traffic of charter flights from Domodedovo to the cities of Turkey both sides totaled more than 36 thousand people [1].

Also unresolved questions are remained in commerce. The solution to this problem is taken into consideration according to the stages. By the signed resolution, such commodities already excluded from the list: fresh oranges, tangerines, apricots, peaches, plums, and the turn. Thus, under the ban also are: grapes, apples, pears, strawberries, tomatoes, cucumbers, carcass chickens and turkeys, salt, cloves etc. [6].

It is worth noting that Russia and Turkey in the framework of the intergovernmental agreement on the project "Turkish Stream" agreed on the simultaneous introduction into operation of both pipelines by December the 30th, 2019. Now in the draft of the document we are talking about the construction of two lines of the pipeline capacity of 16 billion cubic meters per year each. The first line will be designed for Turkish consumers, and the second - for the transit of gas to southern Europe (through Greece and the Ionian Sea to the south of Italy) [8]. The start of construction will be planned only by 2018 [3].

Despite on the problems in foreign policy, Russia and Turkey cooperate in the military sphere. [7] They are actively involved in the plans aimed at the conclusion of militants of the terrorist group "Dzhebhat Al - Nusra " from Syrian Aleppo and the settlement of the Karabakh conflict, taking the position of Azerbaijan and Syria on these issues [4].

Conclusion:

1) between the Russian Federation and the Republic of Turkey cooperation regaining its momentum;

2) the joint efforts of Russia and Turkey highlight the need to establish good relations between these countries;

3) this will have a beneficial impact on the situation in the Middle East.

Список используемых литературы:

1. Departure of Russians from Moscow to Turkey in September [Электронный ресурс] URL: http: // vm.ru / news // 15.11.2016;

2. Doors open: Turkey expects Russian tourists [Электронный ресурс] URL: http: // expertrt.ru / news // 15.11.2016;

3. Run of "Turkish Stream" [Электронный ресурс] URL: https: // ria.ru / economy // 15.11.2016;

4. The Karabakh conflict [Электронный ресурс] URL: http: // www.vakmos.org / news // 15.11.2016;
5. The suspension of charter flights to Turkey [Электронный ресурс] URL: http: // vm.ru / news // 15.11.2016;
6. Russia permitted to import a number of fruits from Turkey [Электронный ресурс] URL: https: // ria.ru / economy // 15.11.2016;
7. Cooperation between Russia also Turkey in Alep [Электронный ресурс] URL:http: // news - front.info // 15.11.2016;
8. "Turkish Stream" leave Ukraine without gas [Электронный ресурс] URL: https: // news.rambler.ru / articles // 15.11.2016.

© Р.М. Керимов, Ю.В.Трофимова, 2016

УДК33

Кечеджиян К.А.,
студент 3 курса
факультета экономики и финансов
РГЭУ (РИНХ),
г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА НА ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Стабильность предприятия во многом зависит от источников финансирования. Капитал характеризует финансовые возможности фирм и даёт нам сведения о средствах, которые предприятия используют в реализации своих планов с целью получения прибыли. Вся сумма вложенного капитала формируется за счёт заемного и собственного капиталов. На финансовое положение предприятия значительное влияние оказывает структура капитала.

При анализе структуры капитала в качестве основной цели обычно определяется эффективность [1] Изучение структуры капитала и дальнейший его анализ должен состоять из трёх частей: во - первых, наблюдение за процессом образования капитала; во - вторых, изучение процесса реализации капитала и в - третьих, анализ эффективности вложенного капитала.

При проведении анализа капитала предприятия, необходимо использовать различные аналитические подходы, представлять капитал как совокупность имущества. Одним словом, нужно использовать комплексный экономический анализ капиталовложений, используемых для развития предприятия.

Система комплексного анализа капиталовложений предусматривает наблюдение за капиталом от начала его формирования до применения, включая цикл воспроизводства [2]. Рентабельность капитала позволяет оценить эффективность вложенных средств.

Анализ капиталовложений начинают с оценки его структуры. Определяют влияния структурных сдвигов капитала на финансовое положение предприятия, с помощью оценки динамики его финансовой устойчивости.

Необходимо выявить отношение собственного капитала к заемному в общей структуре капитала. Учёные пришли к мнению, что единого требования к формированию собственного и заемного капитала для различного рода предприятий – нет [3]. Несмотря на это, существуют факторы, позволяющие формировать структуру капитала, тем самым обеспечивая его эффективную реализацию. Рассмотрим наиболее важные из них::

- отрасль деятельности предприятия;
- этапы жизненного цикла предприятия;
- уровень рентабельности активов;
- размер налогообложения прибыли;

Исходя из рассмотренных факторов, целесообразно проводить анализ структуры капитала только по двум факторам:

1) установление оптимальной доли заемного и собственного капитала в общем объеме, для различных предприятий;

2) привлечение в компанию необходимых видов и объемов капитала для достижения оптимального уровня расчетных показателей его структуры.

Для оптимизации структуры капитал необходимо:

- максимизировать уровень рентабельности собственного капитала;
- минимизировать стоимость капитала;
- формировать показатель целевой структуры капитала.

Плюсы собственного капитала:

- прост в привлечении
- имеет высокую способность генерирования прибыли
- не требует налоговых взносов

Минусы собственного капитала:

- ограниченный объём привлечения
- ограничивает возможность расширения компании
- высокая стоимость

Заемный капитал способствует увеличению финансового потенциала предприятия, расширению его активов и темпу роста его хозяйственной деятельности. Однако использование заёмного капитала увеличивает возникновение риска неплатёжеспособности.

Часть вложенного капитала, используемая с целью формирования краткосрочных активов организации, называется оборотный капитал. Стоимость оборотного капитала определяется исходя из стоимости краткосрочных активов. Структура капитала нормализуется, если увеличивается доля оборотного капитала.

Для проведения исследований финансового состояния предприятия, необходимо дать оценку его динамики, рассмотреть структурные сдвиги, выяснить долю заёмного и собственного капитала в общем объёме, и обязательно дать оценку оборотному капиталу предприятия. Такой подход расширит возможность более точной оценки факторов, влияющих на финансовое состояние предприятия, и позволит дать оценку динамике его финансового положения.

Список литературы:

1. Управление финансами (Финансы предприятий): Учебник / Под ред. А.А. Володина. – М.: ИНФРА – М, 2006. – 504 с. – (Высшее образование).

2. Русецкая, А. В. Управление источниками формирования оборотных средств предприятия / А. В. Русецкая // Управление корпоративными финансами. — 2014. — № 3. — С.4 - 5.

3. Формирование структуры капитала в соответствии со стратегией развития бизнеса». Международная научно - практическая конференция «Функционирование и развитие региональных социально - экономических систем. Н - Новгород, 2013. (Рязанова В.А., Лашина О.С.)

© Кечеджиян К.А., 2017

УДК 338

В.С. Марченко
К.п.н.,доцент
Прикладная информатика в экономике, ПВГУС
г. Тольятти, Российская Федерация
А.Ю. Ключук
студентка
Прикладная информатика в экономике, ПВГУС
г. Тольятти, Российская Федерация

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ С УЧЕТОМ ОСОБЕННОСТЕЙ ВНЕДРЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

В настоящее время рынок предоставляемых услуг с каждым годом расширяется все больше и больше, растет как качество предоставляемых услуг, так и количество предприятий по их предоставлению, все вышеперечисленное ведет к увеличению конкуренции на рынке. Важность внедрения программ лояльности в процессы предприятия очень высока, т.к. управление современным предприятием в условиях рыночной экономики представляет собой сложный процесс, включающий выбор и реализацию определенного набора управленческих воздействий на текущих временных отрезках с целью решения стратегической задачи обеспечения его устойчивого финансового и социально - экономического развития. Основной целью написания статьи является выявление основных направленностей программ лояльности и их применения в организациях.

Одним из наиболее актуальных вопросов для организации является улучшение существующих в организации бизнес - процессов таким образом, что бы обеспечить оптимальное сочетание трудовых ресурсов, эффективность выполнения работы, качество предоставленной услуги или работы.

Программы лояльности представляют собой определенный комплекс мероприятий, направленных на развитие клиентской базы, включающее удержание уже имеющихся клиентов, а также направленных на приобретение новых. Программы лояльности бывают нескольких типов: платные и бесплатные, одноярусные и многоярусные, партнерские

программы лояльности, программы лояльности, включающие элементы игры, накопительные программы лояльности.

Платные программы лояльности – это такой комплекс бонусов, скидок и выгод, которых может приобрести клиент, заплатив определенную стоимость пакета. Примером использования такого типа программы может служить внедрение компанией Amazon программы лояльности «Prime». Суть программы “Prime” заключается в том, что оплатив годовую стоимость использования данной программы 99 долларов в год, пользователь имеет ряд привилегий при покупке товаров, в которые входят, сниженная стоимость доставки, скидки на определенные группы товаров и услуг, ускоренная доставка, а также ряд других преимуществ. Компания зарабатывает на том, что у пользователя, входящего в данную программу общая стоимость покупок возрастает в 2 раза, так как клиент начинает покупать не только труднодоступные товары, но и ряд бытовых товаров, которые можно было бы приобрести в обычных магазинах, что бы окупить стоимость вложений. Бесплатные программы лояльности – это программы, для включения в которые клиент не должен вносить плату. Примером может служить любая дисконтная накопительная система. Данный тип программ на практике очень распространен, такую систему имеют множество магазинов, например, Asos позволяет пользователю, набравшему общую сумму покупок от 2000 рублей воспользоваться правом на бесплатную доставку.

Также программы лояльности бываю одноярусные и многоярусные. Одноярусные программы лояльности – это программы дающие только краткосрочные или долгосрочные выгоды клиенту. Многоярусные программы лояльности позволяют потребителю при вступлении в программу получить как долгосрочные, так и краткосрочные выгоды. К многоярусным можно отнести программу лояльности авиакомпании «Flying Club» она заключается в том, что за перелеты клиенту начисляются «мили», которые обмениваются на различного рода услуги, которые можно приобрести сразу, а определенный ряд услуг спустя некоторое количество времени – к таким услугам можно отнести аренду автомобиля, гостиницы, скидку на билет и ряд других.

Партнерские (коалиционные) программы лояльности – это особый тип программ, который формируют несколько компаний - партнеров, предоставляющих возможность накопления на бонусный счет клиента баллов, которыми можно расплачиваться за услуги любой из компаний - партнера. Примером данного типа программ являются программа «Спасибо» от «Сбербанка», клиент данной программы накапливает бонусы, совершая покупки картой «Сбербанк» в различных магазинах - партнерах, а накопленные бонусы тратит на услуги только тех компаний - партнеров, которые ему необходимы.

Особым типом программ лояльности являются программы лояльности, включающие элементы игры, т.е. клиент получает определенные бонусы, зарабатывая их своим участием в игре. На практике такой тип программы лояльности периодически использует российская компания «Окей», одной из примеров является размещенная на сайте магазина маленькая интернет - игра – в которой покупатель преодолеет ряд препятствий и, выбирая категорию товаров на финише – получает скидку на приобретение товаров в данном магазине

Одним из самых распространённых типов программ лояльности являются программы типа накопительные программы лояльности. Такие программы лояльности используются повсеместно, например, магазин по продаже спортивной одежды и инвентаря «Спортмастер» внедряет накопительную бонусную система, которая заключается в том,

что покупатель, приобретая товар, получает за него бонусы, которыми может расплачиваться за последующие покупки.

Применение программ лояльности для улучшения бизнес - процессов предприятия является неотъемлемой частью успешной деятельности копании, т.к. внедрение программ лояльности позволяет предприятию не только удержать существующих клиентов, но и приобретать новых, но важно понимать, что чем проще и понятней будет разработанная система клиенту, тем большим желанием он будет в ней принимать участие.

Список использованной литературы:

1. Андерсон, Б. Бизнес - процессы. Инструменты совершенствования [Текст]. — М.: Стандарты и качество, 2014. — 272 с.

2. Абдикеев, Н.М. Реинжиниринг бизнес - процессов [Текст] / Н.М. Абдикеев. - М: Эксмо, 2012. - 85с.

© А.Ю. Ключук, 2017

УДК 330.1

М.С. Кобитович
Магистрант ФБГОУ ВПО «Поволжский государственный технологический университет»
г. Йошкар - Ола, Российская Федерация

ФОРМУЛИРОВАНИЕ ПРОБЛЕМНОЙ СИТУАЦИИ ПРИ НАПИСАНИИ ДИССЕРТАЦИИ ПО ЭКОНОМИКЕ

Научные исследования являются формой существования и развития науки. Процесс научного познания отличается особой систематичностью и последовательностью. Научный поиск всегда имеет организованный и целенаправленный характер специфического исследования. Поэтому научное исследование, как один из видов познавательной деятельности невозможно представить без умения применять различные методы познания. Знания по методологии науки позволяют эффективно осуществлять поиск новых сведений, обоснованно выбирать методы при исследовании новой научной проблемы.

Вопросы научного поиска, возникновения нового знания интересовали философов и ученых на протяжении всей истории развития науки. Сегодня в сферу научно - исследовательской деятельности вовлечены сотни тысяч людей во всем мире, результаты их исследований становятся непосредственной производительной силой, в значительной степени определяют направления и тенденции развития современного общества. Формируются новые формы организации науки, образуются крупные исследовательские коллективы, в которых ученые сталкиваются с необходимостью систематизации применяемых методов. Наука превратилась в огромный, сложный социальный организм. В связи с этим теоретические исследования в области научной методологии приобретают особую актуальность. Наблюдается значительное расширение и усложнение проблем методологии научного познания. У начинающих исследователей, приступающих к научной

работе, всегда возникают вопросы, связанные с методологическими проблемами осуществления научно - исследовательской деятельности при написании исследовательских работ, в том числе и области экономики.

Многие авторы исследовательских работ в области экономики часто отмечают, что формулировка методологических характеристик – одна из самых сложных частей работы. В частности речь идет о том, что обычно отражается во введении. Так, одной из важных составляющих является формулировка проблемы. Многие авторы отмечают, что точная, грамотно сформулированная проблема появляется только после проведенных исследований по теме работы. Однако следует отметить, что проблема исследования должна быть обязательно определена перед написанием диссертации, а уже в процессе выполнения работы она может быть несколько изменена.

На стадии формулировки проблемы в диссертации по экономике следует обратиться к изучению научной и методической литературы, к данным статистических служб, различны отчетам, изучить предшествующие исследования, обратиться к опросу экспертов. В зависимости от выбранной темы исследования могут быть определены и другие источники для написания работы.

К постановке проблемы следует относиться серьезно. Важно проанализировать имеющиеся материалы, определить методы исследования и список теоретических вопросов к рассмотрению. Грамотно сформулированная проблема диссертационного исследования во многом способствует успешному написанию работы [1]. Перед дальнейшим рассмотрением поднятого вопроса важно обратиться к понятию, которое предшествует проблеме – это проблемная ситуация. По мнению В. Никифорова, постановка проблемы как формы отражения проблемной ситуации является «средством разрешения противоречий между потребностями и способами их адекватного удовлетворения, которое реализуется путем решения проблемы» [2]. Итак, под проблемой следует понимать исходную форму организации знаний, представляющую собой систему высказываний о проблемной ситуации и совокупность вопросов, решение которых необходимо для ее разрешения и возможно путем получения нового знания [3].

Важно понимать, что грамотная формулировка проблемы способствует определению направления исследования диссертации и указывает на дальнейшее содержание работы. Она обеспечивает обобщение прежних и получение новых знаний, приобретаемых в ходе исследования. Это также подтверждает мысль о том, что проблема является средством разрешения противоречий между знанием и «знанием незнания». Противоречие представляет собой взаимодействие между взаимоисключающими, но при этом взаимообусловливающими и взаимопроникающими друг в друга противоположностями внутри единого объекта [4]. Как известно, противоречие (научное) — это важнейшая логическая форма развития познания. Научные теории развиваются в результате раскрытия и разрешения противоречий, обнаруживающихся в предшествующих теориях или в практической деятельности людей. Таким образом, проблема диссертационного исследования логически вытекает из установленного противоречия.

При рассмотрении темы о постановке проблемы исследования следует обратиться к вопросу формирования теоретической схемы проблемы. Данная схема может возникать как предположение о сущности проблемной ситуации. Внимание следует обратить на то, что в ходе исследования она должна получить обоснование, с целью чего можно

конкретизировать вопросы рассматриваемой проблемы, разбить на части, исследовать с помощью различных методов. Такая конкретизация в рамках теоретической схемы проблемы позволит выявить соответствие полученных новых и уже имеющихся знаний, в том числе и эмпирического описания проблемной ситуации. Это объясняется тем, что построение теоретической схемы осуществляется в процессе взаимодействия эмпирического описания проблемной ситуации и представлениями постановщика проблемы.

Некоторые авторы, в том числе Новиков А.М. и Новиков Д.А, предлагают процесс постановки проблемы разделять на несколько этапов, среди которых выделяют следующие: формулирование, оценка, обоснование и структурирование проблемы [5]. Так, постановка проблемы предполагает вычленение центрального проблемного вопроса, оценка проблемы характеризуется определением необходимых условий, ресурсного обеспечения и методов исследования. При обосновании проблемы определяется доказательство необходимости ее решения, научной и (или) практической ценности ожидаемых результатов. Последний этап - структурирование проблемы – направлен на поиск дополнительных вопросов, без которых невозможно получить ответ на проблемный вопрос [6]. При написании диссертации важно более подробно ознакомиться с предложенными этапами. Это позволит избежать некоторых ошибок и недочетов работы. Так, например, автор при изучении проблемы должен ограничить себя посильными и реально обозримыми условиями проведения исследования. Эта мысль наиболее полно отражена в следующем высказывании: «Наука ищет пути всегда одним способом, – писал В.И. Вернадский, – она разлагает сложную задачу на более простые, затем, оставляя в стороне сложные задачи, разрешает более простые и только тогда возвращается к оставленной сложной» [7].

В качестве заключения следует еще раз отметить, что грамотная формулировка методологических характеристик – это залог успеха исследовательской работы. Компетентному руководителю, эксперту или другому проверяющему достаточно нескольких минут, чтобы определить качество выполненной работы. Зачастую достаточно ознакомиться с формулировкой проблемы и обратить внимание на сделанные выводы по различным методам исследования. Сопоставление названных частей позволит понять, насколько логично построено исследование, определить полноту проделанной работы. Все это свидетельствует о том, что формулирование проблемы – важный этап диссертационного исследования.

Список использованной литературы:

1. Лапыгин, Ю.Н.. Теория организации: учебное пособие для студ. вузов / Ю.Н. Лапыгин. - М.: Инфра - М, 2015. - 311 с.

2. Никифоров В. Логика и методология научного исследования: курс лекций / В.Никифоров. – 80 с.

3. Как работать над диссертацией: основные характеристики диссертационного исследования [Электронный ресурс]. Режим доступа: http: // www.gumer.info / bibliotek _ Buks / Science / novik / 01.php / - 23.09.2015

4. Кондаков, Н.И. Логический словарь - справочник / Н.И. Кондаков. - М: Наука, 1975. – 681 с.

5. Новиков, А.М. Методология: учеб. пособие / А.М. Новиков, Д.А. Новиков. – М.: СИНТЕГ, 2007. – 668 с.
6. Методология научного исследования [Электронный ресурс]. Режим доступа: http: // www.methodolog.ru / present.htm / - 23.09.2015
7. Вернадский В.И.: избранные сочинения [Электронный ресурс]. Режим доступа: http: // books.e - heritage.ru / book / 10087198 / - 23.09.2015 / - 23.09.2015

© М.С. Кобитович, 2017

УДК 332.1

Ю.В. Козина
Магистрант 3 курса
Института Магистратуры СПбГЭУ
Г. Санкт - Петербург, Российская Федерация

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ ТРАНСПОРТНО - ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ НА ЗАКОНАДАТЕЛЬНОМ УРОВНЕ НА ПРИМЕРЕ СЕВЕРО - ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Первые научные попытки по созданию транспортно - логистической системы страны относятся к середине 1990 - х годов, которые в основном разрабатывались представителями науки и бизнеса и решали частные задачи с однократным привлечением представителей органов власти к решению логистических проблем [3, с.5]. В середине 2000 - х годов ситуация радикальным образом изменилась: инициатива по реализации отдельных транспортных программ стала исходить от региональных органов власти, которые стали активно привлекать местные деловые круги к решению транспортных проблем. 22 ноября 2008 года Правительство РФ распоряжением № 1734р утвердило «Транспортную стратегию РФ на период до 2030 г.», определив в данном документе направления и пути развития всего транспортного комплекса Российской Федерации в целях повышения конкурентоспособности экономики и качества жизни населения (последние изменения и обновления были произведены в 2014 г. [10]). Положения данного документа служат базой для единого понимания роли транспортной системы нашей страны. Министерством Транспорта Российской Федерации также были разработаны отдельные стратегии развития железнодорожного транспорта до 2030 года, морской портовой инфраструктуры на период до 2030 года, морской деятельности до 2030 года. Различные федеральные целевые программы стали основным инструментом реализации транспортной стратегии РФ и государственной программы РФ по развитию транспортной системы. На сегодняшний день программы по формированию и внедрению отдельных элементов транспортно - логистических систем (под которыми подразумеваются большие и сложные объединения нескольких подсистем, выполняющих как функциональные (транспортировка, складирование, управление запасами и др.), так и обеспечивающие функции логистики (правовое, информационное, финансовое сопровождение, экологическое и кадровое обеспечение и др.), характер взаимодействия которых основывается на принципах клиентоориентированности, синергии и иерархичности целей, а глубокая социально - экономическая интеграция

обуславливает характер партнёрских отношений как внутри системы (между её участниками), так и за её пределами (с элементами внешней среды), определяя результаты деятельности [4, с.28, 7, с.45]) поэтапно реализуются как на уровне отдельных узловых городов и областей, так и федеральных округов в целом (попытки методологического подхода к созданию макрологистических платформ на территории областей Сибирского и Дальневосточного федеральных округов и интегрированной системы в целом представлены, к примеру, в [5,9], далее - ТЛС). На сегодняшний день в рамках развития логистических подходов к функционированию транспортной инфраструктуры существуют официальные программы развития таких областных центров, как Москва, Санкт - Петербург, Екатеринбург, Самара, Краснодарский край (регионы - пионеры), Новосибирск, Воронеж, Мурманск, Тюмень; о перспективах создания и функционирования транспортной системы региона и ее отдельных элементов (например, мультимодальных транспортно - логистических центров) заявлено в соответствующих концепциях развития по Республике Бурятия, Брянской, Иркутской областям и Дальнему Востоку[1], в приоритетах социально - экономического развития Ростовской Нижегородской, Рязанской, Свердловской, Челябинской и Курганской областей обозначено формирование конкурентоспособной транспортно - логистической инфраструктуры и среды (и, что важно отметить, не более того). При этом в качестве актуальности создания таких ТЛС отмечается тема логистики на современном состоянии развития территориального субъекта как стратегического фактора обеспечения конкурентоспособности и устойчивого экономического развития региона, грамотное использование своего благоприятного геополитического положения, реализация транзитного, экспортно - импортного потенциалов, ролью каждого из субъектов в решении задач по инвестиционной привлекательности и ряд других факторов.[2]

Если рассматривать мультимодальные транспортно - логистические центры (далее – МТЛЦ) в качестве стратегических точек роста экономики России и интеграторов участников единого транспортного процесса для дальнейшего процесса формирования систем, то можно утверждать что реализация таких долгосрочных стратегических задач должна стать одной из приоритетных в части создания надежных транспортно - экономических связей между всеми регионами страны, более качественного вовлечение трудовых ресурсов в экономику региона и повышения уровня жизни населения страны в целом.

Регионы, как это было упомянуто выше, также разрабатывают собственные транспортные программы развития, однако, как правило, они входят в состав комплексным программ по социально - экономическому развитию того или иного субъекта РФ. Анализ данных документов показал, что в настоящее время в регионах недостаточно сформирована система подзаконных актов, стимулирующая интеграционные и координационные процессы между отдельными ТЛС.

---

[1] По официальным данным портала ООО «Стратегия - Центр» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (http: // www.strategy - center.ru / page.php?vrub=kadrs&vid=124) (дата обращения 07.01.2017 г.).

[2] К примеру, со стратегической доктриной создания региональных и интегрированных ТЛС на территории Брянской области и ЦФО в целом можно ознакомиться на официальном портале ВШЭ: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https: // www.hse.ru / data / 495 / 049 / 1239 (дата обращения 05.01.2017 г.).

Следует отметить, что ни в одном документе регионального уровня (будь то государственной программа по развитию транспорта или транспортная стратегия соответствующего региона, за исключением отдельных регионов (например, Санкт - Петербурга, Мурманской, Калининградской областей и др.))[3] не говорится о создании ТЛС как таковой, что еще раз подтверждает факт крайне слабого изучения и развития региональных аспектов логистики применительно к условиям России. Акцент разработчиков данных документов в целом делается на развитие транспортно - логистической инфраструктуры, под которой подразумевается создание и развитие транспортно - логистических центров, ремонт дорог и путепроводов, развитие железнодорожных магистральных линий. Хотя и отсутствует общая концепция формирование систем такого уровня, интеграционные процессы, протекающие на региональном рынке транспортно - логистических услуг, свидетельствуют о их самоформировании, саморазвитии и саморегуляции. Примером может являться усиливающееся в последние годы экономическое взаимодействие г. Санкт - Петербурга и Ленинградской области в части развития единого транспортно - логистического комплекса и создания единой транспортной сети (Санкт - Петербургский транспортный узел (аналогичный межрегиональный инфраструктурный проект имеется и в Мурманской области)), разработки единой схемы размещения предприятий строительной индустрии, формирования рынка труда, сохранения и создания рабочих мест. Мультипликативный эффект комплексного развития можно представить на примере многофункционального торгового порта Усть - Луга: специалисты отмечают до 10 % увеличения ВРП и 20 % увеличение налоговых поступлений в бюджет области, появление новых 17200 рабочих мест, расширение площадей по жилищное и бытовое строительство до 1849 га [6, с.28]. Однако при всех многообещающих перспективах развития сферы предоставления транспортно - логистических услуг и превращения «округа из перевалочного центра внешнеэкономических грузов в крупнейший транспортно - логистический и распределительный центр» [8, с.113], исчерпывающая характеристика всей зарождающейся ТЛС округа представляется одной фразой, что «транспортный комплекс Северо - Западного федерального округа еще не может в полной мере удовлетворить требования населения и отраслей экономики страны, а также предоставить российским и зарубежным потребителям услуги на уровне, соответствующем мировым стандартам» [там же, с. 110]. Иными словами, правительственными органами заявляется, что существующая транспортно - логистическая инфраструктура не способствует развитию округа и является сдерживающим фактором для реализации имеющегося потенциала.

---

[3] Логично было бы предположить, что качественное содержание руководящих документов должно напрямую быть связано с текущей (на момент подписания) экономической ситуацией в регионе. Учитывая тот факт, что утверждение основой части программ приходилось на 2012 - 2014 гг. (т.е. на посткризисный период 2008 - 2009 гг.), показатели основных макроэкономических величин (например, валового регионального продукта (ВРП)) можно считать основополагающими для долгосрочного планирования и реализации инвестиционных программ. Однако анализ содержания ключевых документов развития показывает совершенно иную картину.

Таким образом, создание ТЛС, в том числе интегрированного типа, хотя де - юре и поддерживается на государственном уровне как важная составляющая опережающего социально - экономического развития нашей страны, де - факто субъекты сталкиваются с сокращением реального финансирования со стороны государства и снижением частных инвестиций. Таким образом, к сожалению, приходится констатировать, что большинство стратегических документов субъектов РФ в области развития транспортно - логистического инфраструктуры носят популистский и абстрактный характер без предоставления конкретных механизмов реализации поставленных целей и с отсутствием четких критериев достижения установленных задач, большинство из которых требуют актуализации и пересмотра в связи с новыми финансово - экономическими реалиями. Авторы ряда научных публикаций (например, [1,2]) отмечают, что о положительном опыте реализации логистических подходов можно говорить только в разрезе Северо - Западного и Московского регионов, в которых изначально сформировался сегмент складской недвижимости России и торговых розничных сетей, а также рынок логистических провайдеров и посредников. Необходимо понимать и осознавать, что только через достижение разумного баланса интересов и устранения явных несоответствий в целях и противоречий в деятельности всех участников грузо - и пассажиропотоков на законодательном уровне возможно достижение того синергетического эффекта, о котором говорят специалисты в области логистики, когда речь заходит о формировании и реальном функционировании интегрированных ТЛС. В противном же случае мы можем получить ситуацию, когда создаваемая система пытается стихийно самоорганизоваться под запросы и требования рынка, и одновременно испытывает давление со стороны действия (или бездействия) органов региональной власти, в том числе и через результаты реализации программ и стратегий развития, неотвечающих современным условиям и реалиям.

Список использованной литературы:

1. Калентеев, С.В. Формирование транспортно - логистической системы обслуживания грузопотоков в условиях межрегиональной интеграции. [Текст]: дис… канд. экон. наук: 08.00.05. – 2013. – Санкт - Петербург. – 161 с.

2. Калентеев, С.В. Формирование транспортно - логистических систем обслуживания грузопотоков в условиях межрегиональной интеграции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ia - centr.ru / expert / 19725 / ?print (дата обращения 07.01.2017).

3. Кархова, С.А. Проблемы и перспективы формирования транспортно - логистических систем в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.izdatelstvo.isea.ru / epm / dl.ashx?id=2654 (дата обращения 07.01.2017).

4. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общ. и научн. редакцией проф. В.И. Сергеева. – М. : ИНФРА - М, 2006. – 976 с.

5. Лопаткин, О.М., Прокофьева, Т.А. Кластерный подход к формированию макрологистических платформ на территории федеральных округов России // Логистика сегодня. – 2011. - № 01(43). – С. 46 - 56.

6. Проект постановления Правительства Московской области «О внесении изменений в постановление Правительства Московской области от 29.08.2011 г. № 893 / 33 «О разработке инвестиционной программы Московской области «Развитие транспортно - логистической системы в Московской области в 2011 - 2015 годах» и постановление

Правительства Московской области от 06.12.2011 г. № 1489 / 49 «Об утверждении инвестиционной программы Московской области «Развитие транспортно - логистической системы в Московской области в 2011 - 2015 годах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.mt.mosreg.ru / userdata / 255490.doc (дата обращения 06.01.2017 г.).

7. Пулатова, И. Р. Региональные проблемы формирования транспортно - логистической системы (на материалах Согдийской области) // Вестник ТГУПБП. – 2011. - № 3 (47). – С. 43 - 50.

8. Стратегия социально - экономического развития Северо - Западного федерального округа на период до 20220 года (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2011 года № 2074 - р) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // www.n - west.ru / strategicheskoe - planirovanie / strategiya - szfo - 2020 / (дата обращения 07.01.2017 г.).

9. Стратегия социально - экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 декабря 2008 года № 2094 - р) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // minvostokrazvitia.ru / upload / iblock / 75a / DVBR2025.pdf (дата обращения 06.01.2017 г.).

10. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 22 ноября 2008 г. № 1734 - р (ред. от 11.06.2014 г. № 1032 - р) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // rosavtodor.ru / documents / transport - strategy - 2030 / (дата обращения: 06.01.2017 г.).

© Ю.В. Козина, 2017

УДК 336

А.Н. Красовская
студентка 3 курса
Новосибирский государственный университет экономики и управления,
г. Новосибирск, Российская Федерация

АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ИНВЕСТИРОВАННОГО КАПИТАЛА ПАО «АЭРОФЛОТ» НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ EVA

Стоимость компании является важным элементом любого бизнеса, ведь ее увеличение – первостепенная задача каждого предприятия. Стоимость определяется способностью организации получать в итоге своей деятельности положительный финансовый результат, что в свою очередь зависит от способности организации воспроизводить свой вложенный капитал и получать дополнительную прибыль.

Основными критериями оценки эффективности деятельности любого предприятия являются показатели рентабельности и стоимости компании [6, 7]. В данной статье будет рассмотрен показатель рентабельности инвестированного капитала (ROIC) и показатель экономической добавленной стоимости (EVA).

EVA определяется как разница между чистой операционной прибылью после уплаты налогов и альтернативной стоимости инвестированного капитала [3].

$$\mathrm{EVA} = \mathrm{NOPAT} - \mathrm{WACC} \cdot \mathrm{IC}, \quad (1)$$

где NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) – посленалоговая операционная прибыль без учета начисленных процентов по кредитам и полученным займам;

WACC (Weighted Average Cost of Capital) – средневзвешенная стоимость капитала;

IC (Capital Employed) – инвестированный капитал.

Также существует альтернативный способ вычисления показателя экономической добавленной стоимости [1]:

$$\mathrm{EVA} = (\mathrm{ROIC} - \mathrm{WACC}) * \mathrm{IC}, \quad (2)$$

где ROIC (Return on Investment Capital) – рентабельность инвестированного капитала.

Выразив из формулы 2 показатель рентабельности инвестированного капитала, получится следующее выражение:

$$\mathrm{ROIC} = \frac{\mathrm{EVA}}{\mathrm{IC}} + \mathrm{WACC}. \quad (3)$$

Рентабельность инвестированного капитала определяется как отношение экономической добавленной стоимости к сумме инвестированного капитала с учетом средневзвешенной стоимости капитала.

Также рассчитать данный показатель можно проще, используя всего две составляющие показателя экономической добавленной стоимости:

$$\mathrm{ROIC} = \frac{\mathrm{NOPAT}}{\mathrm{IC}}, \quad (4)$$

где NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) – чистая посленалоговая операционная прибыль.

Таким образом, показатель ROIC показывает отношение чистой операционной прибыли после налогообложения к инвестированному капиталу [4].

Для анализа рентабельности была выбрана компания отрасли воздушного транспорта ПАО «Аэрофлот». В процессе расчета показателя рентабельности инвестированного капитала использовались промежуточные показатели (такие как NOPAT, IC, WACC и EVA), ранее рассчитанные и описанные в статье «Расчет экономической добавленной стоимости и выявление манипулирования отчетностью ПАО «Аэрофлот»» [5]. Также, показатели были скорректированы на отложенные налоговые обязательства и активы и приведены к годовому исчислению по Форвардному методу – полученные поквартальные значения были умножены на количество аналогичных периодов в году [2].

Для чистоты эксперимента рассчитаем показатель ROIC двумя способами. Для начала используем формулу 3:

$$\mathrm{ROIC}_{\text{I квартал 2011}} = \frac{-8127826{,}75}{152183076} * 4 = -0{,}2136.$$

Далее применим формулу 4:

$$\mathrm{ROIC}_{\text{I квартал 2011}} = \left(\frac{-28298992{,}71}{152183076} + 0{,}1325\right) * 4 = -0{,}2136.$$

Поскольку в расчетах используется квартальная отчетность, показатели ROIC также необходимо привести к годовому значению. В этой связи вновь был использован метод Форварда – значение показателя за I - ый квартал было умножено на 4.

Как и было сказано ранее, формулы равнозначны и дают одинаковый результат. В I - ом квартале 2011 года рентабельность инвестированного капитала ПАО «Аэрофлот» составила - 21,36 % .

По остальным кварталам вычисление происходило аналогично. Полученные результаты представлены в сводной таблице 1.

Таблица 1 – Показатели EVA, ROIC и их составляющие
для ПАО «Аэрофлот» за 2011 - 2015 гг.

	NOPATaji год	ICaji год	WACC, %	EVA	ROIC, %
3 месяца 2011г.	- 8127826,75	152183076,00	13,25	- 28298992,71	- 21,36
6 месяцев 2011г.	2833837,31	93367262,00		- 9541563,34	6,07
9 месяцев 2011г.	8659017,36	79336588,00		- 1856682,06	14,55
2011г.	3015801,33	68431210,00		- 6054440,45	4,41
3 месяца 2012г.	- 3821854,52	274178496,00	27,77	- 79953644,57	- 5,58
6 месяцев 2012г.	4388490,19	189957568,00		- 48357476,02	4,62
9 месяцев 2012г.	16349829,62	114572948,00		- 15463911,24	19,03
2012г.	7905672,54	86492370,00		- 16110867,96	9,14
3 месяца 2013г.	- 2039883,73	350856680,00	13,50	- 49397478,54	- 2,33
6 месяцев 2013г.	- 3769840,81	171255264,00		- 26885368,78	- 4,40
9 месяцев 2013г.	17686553,48	98405593,33		4404058,15	23,96
2013г.	8368732,17	78594774,00		- 2239757,48	10,65
3 месяца 2014г.	- 14217273,74	343982736,00	47,87	- 178886202,58	- 16,53
6 месяцев 2014г.	- 11278206,07	205581118,00		- 109692512,80	- 10,97
9 месяцев 2014г.	5269003,42	127696472,00		- 55860928,58	5,50
2014г.	2123466,64	128560582,00		- 59420125,85	1,65
3 месяца 2015г.	- 20836164,00	600560816,00	22,61	- 156617682,67	- 13,88
6 месяцев	1298826,74	337291196,00		-	0,77

2015г.				74959746,26	
9 месяцев 2015г.	26147441,14	218705597,33		-23299970,94	15,94
2015г.	10556191,43	193139696,00		-33110995,21	5,47

На основе полученных значений был построен график (рис.1).

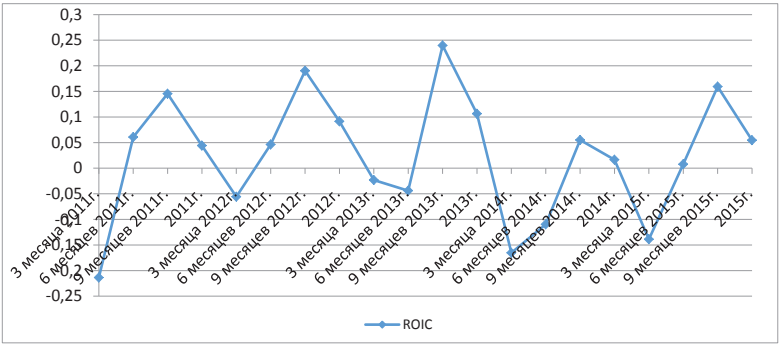


Рисунок 1 - Динамика показателя ROIC для ПАО "Аэрофлот" поквартально за 2011 - 2015 гг.

Из графика видно, что значение показателя рентабельности инвестированного капитала не стабильно и колеблется из года в год. Наибольшее значение ROIC принимает каждый III - ий квартал. Наименьшее же значение с 2011 по 2012 года выпадало на I - ые кварталы, а начиная с 2013 – на II - ые кварталы. Из чего можно сделать вывод, что показатель цикличен и в будущем поведение его будет также предсказуемо.

В периоды, когда значение показателя ROIC возрастало, происходило создание стоимости компании, и, наоборот, в моменты спада показателя – разрушение стоимости.

Далее по годовым значениям показателя ROIC была построена линия тренда (рис.2).

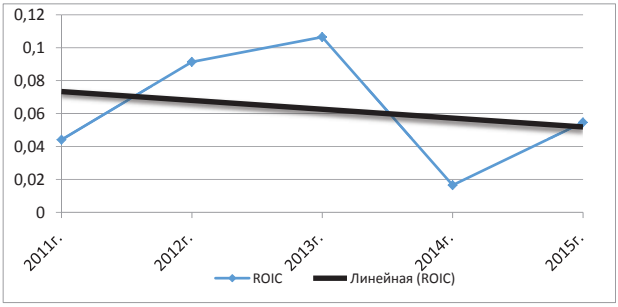


Рисунок 2 - Динамика и тренд показателя ROIC для ПАО "Аэрофлот" по годам за 2011 - 2015 гг.

Можно сделать вывод, что значение показателя рентабельности инвестированного капитала снижается. Возможно, показатель и дальше будет уменьшаться в своих значениях, но точно сказать нельзя, поскольку в годовом исчислении период в 5 лет слишком узкий. Также может быть, что на графике представлен лишь фрагмент скачкообразного развития показателя в более широком периоде.

Показатель рентабельности инвестированного капитала является косвенным показателем стоимости компании. ROIC используется как ключевой индикатор, который обозначает возможность компании генерировать добавленную стоимость в сравнении с конкурирующими организациями. Высокое значение ROIC считается показателем сильного менеджмента организации, однако слишком большое значение может говорить о том, что деятельность руководства направлена на единовременное получение прибыли, исключая долгосрочный возможный рост и тем самым разрушая стоимость компании. Значения ROIC ПАО «Аэрофлот» не слишком высоки, но и общая картина не является слишком печальной.

Список использованной литературы:

1. Водзинская Э.В., Рахтиенко Я.Е. Теоретические аспекты показателя EVA в рамках концепции управления стоимостью компании // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. №3 - 9. С. 32 - 35.

2. Водзинская Э.В. Сравнительный анализ EVA и ROE компаний российского рынка разработки программного обеспечения // Современная актуарная наука, страхование и финансы: сборник научных трудов по материалам I научно - практической конференции 31 октября 2016 г. Казань: НОО «Профессиональная наука», 2016. С. 26 - 33.

3. Дасени В.Б., Самолина С.А., Стрельникова Ю.С. Особенности применения показателя EVA в расчете рыночной стоимости компании // Инновационная наука: прошлое, настоящее, будущее: сборник статей Международной научно - практической конференции. В 5 частях. 2016. С. 131 - 135.

4. Иноземцева Д.А. Анализ инвестиционной активности компаний в пищевой отрасли на основе показателя ROIC // Интеллектуальный и научный потенциал XXI века: сборник статей международной научно - практической конференции : в 6 ч. Уфа, 2016. С. 189 - 193.

5. Красовская А.Н. Расчет экономической добавленной стоимости и выявление манипулирования отчетностью ПАО «Аэрофлот» // Проблемы и перспективы развития науки в России и мире: сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 112 - 118.

6. Никифоров Б.Д., Алексеев М.А., Савельева М.Ю. Эконометрический анализ взаимосвязи ликвидности, финансового цикла и рентабельности российских компаний отрасли «транспорт и связь» // Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем. - 2016. - С. 59 - 62.

7. Скляр В.А., Алексеев М.А., Савельева М.Ю. Исследование взаимосвязи ликвидности, финансового цикла и рентабельности российских компаний отрасли «Рыболовство, рыбоводство» // Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем: сборник статей Международной научно - практической конференции (10 апреля 2016 г., г. Пермь). В 2 ч. Ч.1 / - Уфа: АЭТЕРНА, 2016. - С. 108 - 110.

© А.Н. Красовская, 2017

УДК 336.2

И.А. Кузина
Студентка ЧОУ ВПО ВСИЭП,
Иркутск, Российская Федерация

ФИНАНСИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Метод финансирования инвестиций представляет собой механизм привлечения инвестиционных ресурсов с целью финансирования инвестиционного процесса.

В научной и учебной литературе встречается также понятие «формы финансирования». Некоторые авторы отождествляют его с понятием «методы финансирования». В статье под формой финансирования будем понимать внешние проявления сущности метода финансирования.

Выделяют следующие основные методы финансирования инвестиций:

- самофинансирование;
- эмиссионное финансирование;
- кредитное финансирование;
- лизинг;
- смешанное финансирование;
- проектное финансирование.

В российской практике наибольшее распространение получили самофинансирование, кредитное финансирование, государственное и смешанное финансирование [3].

Рассмотрим сущность некоторых методов и форм финансирования инвестиций более подробно. Так, например, самофинансирование как метод финансирования инвестиций используется, как правило, при реализации небольших инвестиционных проектов. В его основе лежит финансирование исключительно за счет собственных (внутренних) источников (чистой прибыли, амортизационных отчислений и внутрихозяйственных резервов).

Различают три формы проектного финансирования:

1) с полным регрессом на заемщика, т.е. наличие определенных гарантий или требование определенной формы ограничений ответственности кредиторов проекта. Риски проекта в основном падают на заемщика, зато при этом "цена" займа относительно невысока и позволяет быстро получить финансовые средства для реализации проекта. Финансирование с полным регрессом на заемщика используется для малоприбыльных и некоммерческих проектов;

2) без права регресса на заемщика, т.е. кредитор при этом не имеет никаких гарантий от заемщика и принимает на себя все риски, связанные с реализацией проекта. Стоимость такой формы финансирования достаточно высока для заемщика, так как кредитор надеется получить соответствующую компенсацию за высокую степень риска. Таким образом, финансируются проекты, имеющие высокую прибыльность и дающие в результате реализации конкурентоспособную продукцию. Проекты такой формы финансирования должны использовать прогрессивные технологии производства продукции, иметь хорошо

развитые рынки продукции, предусматривать надежные договоренности с поставщиками материально - технических ресурсов для реализации проекта и пр.;

3) с ограниченным правом регресса. Такая форма финансирования проектов предусматривает распределение всех рисков проекта между его участниками так, чтобы каждый участник брал на себя зависящие от него риски. В этом случае все участники принимают на себя конкретные коммерческие обязательства, а цена финансирования умеренная. При этом все участники проекта заинтересованы в эффективной реализации проекта, поскольку их прибыль зависит от их деятельности [5].

В отличие от традиционных форм проектное финансирование позволяет:

- более достоверно оценить платежеспособность и надежность заемщика;
- рассмотреть весь инвестиционный проект с точки зрения жизнеспособности, эффективности, реализуемости, обеспеченности, рисков;
- прогнозировать результат реализации инвестиционного проекта.

Проектное финансирование по объективным и субъективным причинам в Российской Федерации находится на начальной стадии своего развития.

Таким образом, для финансирования инвестиций можно использовать различные методы, формы и источники, но при этом необходимо помнить, что каждый источник финансирования имеет свою цену и определенную величину инвестиционного риска. Поэтому для их выбора должна быть проделана большая аналитическая работа с целью минимизации средневзвешенной цены капитала и инвестиционного риска.

Список использованной литературы

1. Бочаров В. В. Инвестиции: Учебник / В. В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2009. – 384 с.
2. Будаева М.С. Существующие оценки риска и стоимости опционов, связанных с обновлением основных производственных средств // Путеводитель предпринимателя. 2009. № 3. С. 81 - 91.
3. Будаева М.С. Разработка инновационных методов инвестирования воспроизводства основного капитала при использовании кредитной и лизинговой формы финансирования // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Иркутский государственный технический университет. Иркутск, 2011
4. Будаева М.С. Нормативное регулирование по налогам и сборам // Экономика, социология и право. 2016. № 1. С. 13 - 14
5. Инвестиции: учебное пособие / Под ред. В.В. Ковалева. - М.: Проспект, 2008. – 360 с.
6. Кретова Н.В. Развитие критического мышления у студентов: технология и методы // В сборнике: Современные проблемы профессионального образования: опыт и пути решения материалы. Первой всероссийской научно - практической конференции с международным участием. 2016. С. 526 - 530.
7. Кретова Н.В., Одинцов А.В. Роль транспортной составляющей в инновационном развитии российской экономики и интеграции в мировое хозяйство // Транспортная инфраструктура Сибирского региона. 2014. Т. 2. С. 123 - 126.
8. Кретова Н.В., Мокрецова О.И. Внешнеэкономический потенциал инновационной экономики: роль транспортной составляющей в трехстороннем сотрудничестве // Транспортная инфраструктура Сибирского региона. 2012. Т. 2. С. 196 - 199.
9. Лелецкий П. Р. Об экономической эффективности форфейтинга // Управление собственностью. – М.: Современная экономика и право. – 2010. – 96 с.
10. Маркина С.С. Внимание, форфейтинг! // Двойная запись. 2014. № 2. С. 11 – 16.

11. Остапенко С.П., Мешков В.К. Финансовая поддержка форфейтинга // Финансы. - 2014. - № 10. - С. 11 - 14.
12. Огнев Д.В., Попова Е.Ю. Теоретические аспекты форфейтинговой формы финансирования // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2014. № 11. С. 312 - 316.
13. Огнев Д.В., Попова Е.Ю. Некоторые аспекты применения банками доверительного управления // Економічний часопис - XXI. 2014. Т. 2. № 9 - 10. С. 28 - 31.
14. Попова Е.Ю. Совершенствование инновационно - финансового инструментария форфейтинговой формы финансирования инновационной деятельности // диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Иркутский государственный технический университет. Иркутск, 2014
15. Прокопьева А.В. Инновационная деятельность региона // Вестник стипендиатов ДААД. 2015. Т. 1. № 1 - 1 (12). С. 80 - 83.
16. Prokopyeva A. Comprehensive risk assessment methodology innovation enterprise // В сборнике: Scientific Enquiry In The Contemporary World: Theoretical Basics And Innovative Approach. Research articles. Science editor: A. Burkov. Titusville, FL, USA, 2012. С. 7 - 9
17. Прокопьева А.В. Анализ научной, научно - технической и инновационной деятельности в Иркутской области // В сборнике: Анализ проблем в области экономики Сборник трудов студентов по материалам 13 - ой всероссийской научно - практической конференции. 2013. С. 60 - 66.
18. Нешитой, А. С. Инвестиции: Учебник / А.С. Нешитой. — 6 - е изд., перераб. и испр. — М.: Издательско - торговая корпорация «Дашков и К^0», 2010. — 372 с.
19. Khokhlova G.I., Okladnikova D.R. Classification of factors as grounds for analysis of innovative - investment activity of small and medium businesses // Middle East Journal of Scientific Research. 2014. Т. 20. № 8. С. 900 - 904.
20. Хохлова Г.И. Платежные отношения как фактор развития рыночной экономики // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Байкальский государственный университет экономики и права. Иркутск, 2006
21. Хохлова Г.И. Риски инвестиций в инновационной деятельности // В сборнике: Анализ проблем в области экономики Сборник трудов аспирантов и преподавателей 7 - ой всероссийской научно - практической конференции. 2007. С. 20 - 26.
22. Янковский К. П. Инвестиции: Учебник / К. П. Янковский. – СПб.: Питер, 2012. – 368 с.

© И.А. Кузина, 2017

УДК 339.138

Е. В. Кузнецова, к.с.н., доцент
Ю. В. Науразбаева, к.э.н., доцент
Институт экономики и управления (ИНЭК),
ФГБОУ ВО УГАТУ
г. Уфа, Российская Федерация

МАРКЕТИНГ В САНАТОРНО - КУРОРТНОЙ СФЕРЕ

Актуальность темы исследования заключается в том, что в настоящее время население начинает уделять внимание собственному здоровью, приобретают популярность

санатории, профилактории, дома отдыха. Сегодня отдыхающим уже мало получать только качественное лечение. На арену выходят требования по предоставлению комплекса санаторных услуг, оказываемых на высоком уровне: лечение, проживание, питание, отдых и развлечения, детские анимации, экскурсии и т п. Современные технологии управления персоналом позволяют компетентно осуществлять санаторную деятельность [1, с. 254–257].

Республика Башкортостан обладает богатейшими природными ресурсами: лечебные грязи, минеральные воды, термальные газ, пар, лекарственные травы, кумыс, мёд. Сегодня республика является крупнейшим внутренним курортным регионом России [2, с. 189–192].

Маркетинг в санаторно - курортной сфере – это маркетинговая деятельность по удовлетворению потребностей клиентов в санаторном лечении и отдыхе. Рассмотрим традиционный комплекс маркетинга в санаторно - курортной отрасли.

Product. К продуктовой политике санатория относится: время заселения в номер, вежливость медперсонала и горничных, количество и качество лечебных процедур, питание, номерной фонд, бренд санатория и т. п. Главной составляющей здесь являются оздоровительные программы. Многие санатории охватывают широкий профиль лечения: заболевания нервной или костно - мышечной системы, заболевания кожи, органов пищеварения, органов дыхания, нарушения обмена веществ, системы кровообращения, мочеполовой системы, гинекологических заболеваний. Но каждый санаторий старается дифференцироваться. Например, «Юматово» реализует программу кумысолечения, а «Янган - Тау» – лечение термальными парами и газами.

Price. Цены играют важнейшее значение при выборе санатория. Как показывает практика, цены на российские санатории излишне завышены по соотношению «цена - качество». Поэтому для привлечения клиентов санатории используют стратегии дифференцированных цен в зависимости от сезона, ценовые стратегии «следования за лидером», а также всевозможные акции и программы лояльности.

Place. Сбытовая политика санатория зависит от его месторасположения. Большинство санаториев находится в удалении от мегаполисов, и дорога занимает значительную часть времени и денег клиентов. Поэтому от удобства транспортной инфраструктуры и организации трансфера зависит приток потребителей. В реализации путевок особая роль отводится партнерскому взаимодействию с туристическими агентствами.

Promotion. Коммуникационная политика раскрывается через достоверную информацию на официальных сайтах санаториев, туроператоров, турагентств. Целесообразно использовать все современные возможности лидогенерации, медийной, контекстной и баннерной рекламы в Интернет, а также SEO - оптимизации. Эффективными коммуникационными инструментами продвижения санатория являются: PR - кампании через лидеров мнений (референтный маркетинг) [3, с. 25–31], например, известных врачей, политиков, артистов, посетивших здравницу; «сарафанное радио»; интересные события (event - маркетинг) [4, с. 175–179], оригинальные вирусные новшества (вирусный маркетинг) [5, с. 95–99].

Таким образом, санаторно - курортный маркетинг в Республике Башкортостан развивается за счет уникальных конкурентных преимуществ здравниц и профессиональной деятельности медицинского и обслуживающего персонала и службы маркетинга [6, с. 223–230].

Список использованной литературы:

1. Науразбаева Ю. В. Современные технологии управления персоналом // Управление экономикой: методы, модели, технологии: Четырнадцатая международная научная конференция: сборник научных трудов. – Уфа: УГАТУ, 2014. – С. 254–257.
2. Касимова Э. Р., Кузнецова Е. В. Применение маркетингового инструментария в туристической индустрии Республики Башкортостан // Управление экономикой: методы, модели, технологии: Четырнадцатая международная научная конференция: сборник научных трудов. – Уфа: УГАТУ, 2014. – С. 189–192.
3. Бикметов Е. Ю., Касимова Э. Р., Кузнецова Е. В., Рувенный И. Я. Референтный маркетинг как инновационная коммуникационная технология взаимодействия с потребителями // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2015. – № 2 (31). – С. 25–31.
4. Касимова Э. Р., Кузнецова Е. В. Особенности применения event - маркетинга в инновационном развитии региона // Управление экономикой: методы, модели, технологии: Сборник материалов XV Международной научной конференции. – Уфа - Красноусольск: УГАТУ, 2015. – С. 175–179.
5. Касимова Э. Р., Кузнецова Е. В. Роль вирусного маркетинга в современном обществе // Взаимодействие науки и общества: Проблемы и перспективы: Сборник статей международной научно - практической конференции: в 3 ч. – Уфа: Аэтерна. – 2016. – С. 95–99.
6. Науразбаева Ю. В., Мурзаянов А. В. Механизм реализации маркетинга персонала и оценка его эффективности // Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности. – Уфа: УГАТУ, 2015. – С. 223–230.

© Е. В. Кузнецова, Ю. В. Науразбаева, 2017

УДК 339.138

Е. В. Кузнецова
к.с.н., доцент
Ю. В. Науразбаева
к.э.н., доцент
Институт экономики и управления (ИНЭК), ФГБОУ ВО УГАТУ
г. Уфа, Российская Федерация

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ САНАТОРНО - КУРОРТНОГО МАРКЕТИНГА

Актуальность исследования санаторно - курортного маркетинга обусловлена значимостью рассмотрения специфических компонентов в дополнении к классическому комплексу маркетинга на примере санаториев Республики Башкортостан. Проведен анализ таких башкирских санаториев, как: «Янган - Тау», «Красноусольск», «Ассы», «Карагай», «Танып», «Юматово», «Юбилейный», «Якты - Куль», «Талкас» [1, с. 178–182]. Общими достоинствами и конкурентными преимуществами санаториев Республики Башкортостан

являются: расположение в удивительной по своей красоте глубинке региона около рек, озер, гор и ущелий, хвойных лесов и цветочных полян; оздоровительные сапролевые грязи; источники минеральной воды, используемые для лечебного питья и принятия ванн. Однако каждый санаторий использует стратегию дифференциации и стремится быть уникальным за счет особенных природных факторов и оздоровительных программ [2, с. 189–192].

Наряду с традиционным инструментарием маркетинга - микс рассмотрим дополнительные специфические составляющие применительно к санаторно - курортному маркетингу.

People. Взаимодействие службы маркетинга [3, с. 223–230] с собственным персоналом санатория посредством современных технологий управления человеческими ресурсами [4, с. 254–257] и внутреннего маркетинга [5, с. 151–155], акцентирующих внимание на HR - брендинге [6, с. 276–282]. Персонал санатория целесообразно обучать через систематические курсы повышения квалификации, семинары и бизнес - тренинги. Вторым аспектом деятельности службы маркетинга здесь может быть управление поведением потребителей санаторных услуг, то есть четкая сегментация целевой аудитории и работа с ней. Например, сегмент потребителей, приезжающих исключительно на лечение конкретного заболевания в соответствии с узким профилем санатория, или сегмент, отдыхающих семей, ориентирующихся на достопримечательности региона, для которых первично качественное питание, бассейн и досуг.

Process. Бизнес - процесс или технологический процесс оказания санаторных (медицинских) услуг: время обратного отклика на запрос клиента о бронировании путевки; время заселения; чистота, оснащенность и удобство номеров; уборка горничных; качество питания и возможность выбора питания (меню - заказ или «шведский стол») [7, с. 190–192] и времени питания при условии функционирования нескольких смен; возможность трансфера за счет санатория; наличие широкой программы экскурсий и т. п.

Physical Environment. Факторы успеха санатория, основанные на обстановке внутри санатория (интерьер) и окружении вокруг санатория, в том числе экстерьер санатория, близлежащие водоемы, леса и другие природные или архитектурные достопримечательности. Также считается, что к данной составляющей комплекса маркетинга относятся сертификаты санатория, удобство интернет - сайта, отзывы клиентов на форумах и т. п.

Таким образом, мониторинг и управление данными тремя компонентами комплекса санаторно - курортного маркетинга позволят санаториям Республики Башкортостан быть еще более конкурентоспособными в рамках туристического кластера региона [8, с. 83–84].

Список использованной литературы:

1. Кузнецов Е. В., Кузнецова Е. В., Мальцева О. А. Санаторно - курортный отдых в жизни школьников // Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности. – Уфа: УГАТУ, 2015. – С. 178–182.

2. Касимова Э. Р., Кузнецова Е. В. Применение маркетингового инструментария в туристической индустрии Республики Башкортостан // Управление экономикой: методы, модели, технологии: Четырнадцатая международная научная конференция: сборник научных трудов. – Уфа: УГАТУ, 2014. – С. 189–192.

3. Науразбаева Ю. В., Мурзаянов А. В. Механизм реализации маркетинга персонала и оценка его эффективности // Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности. – Уфа: УГАТУ, 2015. – С. 223–230.

4. Науразбаева Ю. В. Современные технологии управления персоналом // Управление экономикой: методы, модели, технологии: Четырнадцатая международная научная конференция: сборник научных трудов. – Уфа: УГАТУ, 2014. – С. 254–257.

5. Науразбаева Ю. В., Науразбаева Л. В. Механизм реализации стратегии внутреннего маркетинга вуза // Конкурентоспособность в глобальном мире: Экономика, наука, технологии, 2016. – № 5(17). – С. 151–155.

6. Спирина Л. И., Биглова А. А., Занин Д. С. HR - брендинг как важнейший инструмент HRM: проблемы и направления решений // Инновационные технологии управления социально - экономическим развитием регионов России. Материалы VII Всероссийской научно - практической конференции с Международным участием в 2 - х частях, 2015. – С. 276–282.

7. Худайдатов Д. Б., Касимова Э. Р., Кузнецова Е. В. Маркетинговая концепция ресторана // Научные исследования и разработки в эпоху глобализации: Сборник статей международной научно - практической конференции, 2016. – С. 190–192.

8. Кузнецова Е. В. Кластерный подход в туристической отрасли Республики Башкортостан // Современный взгляд на будущее науки: Сборник статей международной научно - практической конференции, 2016. – С. 83–84.

© Е. В. Кузнецова, Ю. В. Науразбаева, 2017

УДК 338

Лапковская К. .
студентка 3 курса ФМШБиМЭ
РЭУ им. Г.В.Плеханова,
г. Москва, РФ

СТРУКТУРА ИНВЕСТИЦИОННОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Инвестиционный капитал компании представляет собой финансовые ресурсы, имущество и интеллектуальный продукт.

Основными элементами инвестиционного капитала являются:

1. *Объекты промышленного производства и вспомогательные инженерные конструкции*, способствующие его производительности.

2. *Оборудование*, задействованное в технологическом производстве и считающееся в совокупной цепочке формирования добавленной стоимости.

3. *Земельные участки, недра и акватории природных водоемов*, включенные в общее технологическое производство.

4. *Права на эксплуатацию капитальных активов* в таких формах, как лицензия на недропользование и разработку природных ресурсов, разрешение на пользование радиочастотами и т.д.

5. *Транспортные средства*, являющиеся важным элементом в создании прибавочной стоимости и необходимой частью всего технологического процесса.

6. *Нематериальные активы*, включающиеся в группу основного капитала:

• *Гуманитарные активы* включает в себя квалификацию, основы фундаментальных и методологических знаний, практику, частные знакомства и деловые связи.

• *Структурные активы* характеризуются базами данных и основами методологических знаний, программным обеспечением, корпоративной культурой компании, стратегиями управления, в общем виде - информационными технологиями.

• *Рыночные активы* содержат бренды компаний, соглашения и контракты, покупательскую лояльность, сотрудничество по работе, заказы и все, что связано с репутационной стоимостью организации [1,4].

В этом русле инвестициями считаются вклады капитала в объекты экономической деятельности с целью его расширения в краткосрочном и долгосрочном периоде [7]. Инвестиционный капитал компании может быть как собственным, так и заёмным, а также совокупным, то есть симбиозом первых двух составляющих. Инвестиционный капитал компании делится на внутренние и внешние источники [2,5,8].

Любая компания имеет всего два стандартных внутренних источника собственного инвестиционного капитала, которые определяются на период расчёта величины: накопленные амортизационные отчисления; накопленная нераспределённая чистая прибыль.

Помимо стандартных внутренних источников для увеличения капитала также рассматривают иные допустимые собственные источники: выручка от продажи ценных бумаг несобственных компаний, которые находятся в личном владении предприятия; выручка от лизинга свободного (неиспользуемого) пространства; выручка от продажи непрофильных и излишних профильных активов компании; эмиссия ценных бумаг компании, размещение и продажа их на фондовой бирже [6].

Основные способы привлечения дополнительных финансовых средств: взятие кредита в государственных или коммерческих банках под залог имущества компании; получение кредита в государственных или коммерческих банках под гарантии правительства страны и государства (то есть без залога собственности компании); получение кредита в государственных или коммерческих банках под поручительство платёжеспособных, состоятельных юридических или физических лиц; взятие финансовых средств взаймы у деловых партнёров и сотрудничающих компаний, под гарантии возврата одолженных сумм по первому требованию займодателя; варианты государственно - частного партнёрства в выделении требующихся компании недостающих инвестиционных ресурсов [3,4].

Компании должны развивать свою экономическую деятельность в рамках располагаемого инвестиционного капитала, не залезая в огромные долги. Реализация инвестиционных проектов компаний приносит наибольший экономический эффект, когда их производственные и производительные возможности используются в полную силу.

Список литературы:

1. Анциборко К.В., Халиков М.А. Теоретические аспекты анализа структуры капитала инвестиционного проекта и выбора ставки дисконтирования // Современные аспекты экономики. 2005. № 11 (78). С. 122 - 136.

2. Голова В.В., Максимов Д.А., Сергеева А.Н. О некоторых подходах к инновационно - инвестиционной политике предприятия // Фундаментальные исследования. 2016. № 11 - 1. С. 149 - 153.

3. Дорохина Е.Ю., Пантелеев С.С. К вопросу о трех столпах устойчивого развития // Научные труды SWorld. 2012. Т. 33. № 4. С. 16 - 21.

4. Ревуцкий Л.Д. Инвестиционный капитал и инвестиционный потенциал предприятия. – «Аудиторские ведомости», N 9, сентябрь 2010 г.

5. Сурин А.В., Молчанова О.П. Инновационный менеджмент: Учебник. – М.: ИНФА - М, 2008. – 368 с.

6. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 5 - е изд. – СПб.: Питер, 2007. – 448 с.

7. Халиков М.А., Максимов Д.А. Об одном подходе к анализу и оценке ресурсного потенциала предприятия // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 11 - 2. С. 296 - 300.

8. Халиков М.А., Хечумова Э.А., Щепилов М.В. Модели и методы выбора и оценки эффективности рыночной и внутрифирменной стратегий предприятия. Москва, 2015. 595 с.

© К.В. Лапковская, 2017

УДК 9

Лисицына Т.Б.,
доцент, кандидат педагогических наук,
Коржанова А.А.
кандидат культурологи,
Гжельский государственный университет.
П.Электроизолятор

ТУРИЗМ - ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Ключевые слова: *туризм, регион, туристские ресурсы ,экономика.*

Аннотация: *на развитие экономики любого региона большое влияние оказывает стабильное развитие туризма в данном регионе.*

Туризм всегда надо рассматривать в двух аспектах: в экономическом и в социальном. Высшей целью любой туристской компании является достижение коммерческого успеха, что предполагает получение максимального результата при минимуме затрат. Все планирование, осуществляемое на предприятии или в туристской компании, разрабатывается с целью получения прибыли для каждой компании отдельно, учитывая всю специфику бизнеса. И дело тут не только в трудоустройстве, но и в повышении уровня жизни местного населения за счет развития туризма и соответственно - инфраструктурного комплекса. Вроде бы элементарно: позаботься о чистоте своего города, и будут довольны и жители, и туристы. Властям обязательно нужно думать о том, чтобы людям жилось комфортно, чтобы были рекреационные зоны, где отдыхали бы и местные жители"[1].

Туризм надо рассматривать как комплексную систему в развитии экономики региона. Говоря о влиянии туризма на экономику, в первую очередь следует обращать внимание на туристские патоки. Но это лишь одна сторона вопроса. Другая - нужно помнить, что в данном конкретном регионе живут люди, растет интенсивность труда, особенно в мегаполисах, и человек не успевает отдыхать. Происходит физиологический износ. Работоспособность падает. Никто пока не задумывается над тем, как человек будет отдыхать в своем городе. Хотя тот, кто сумеет отдохнуть за счет развитой инфраструктуры у себя дома, сможет потом и более производительно работать. Поэтому, с одной стороны, нужно думать об обслуживании тех, кто приезжает, с другой - об отдыхе самих местных жителей. И это - огромный потенциал для развития туризма в регионах. Пока никто еще не подсчитывал, что даст экономике больше - приезжие или свои, "домашние", туристы. И получается так: отдых в подмосковных пансионатах дороже, чем в далеком Египте, и зачастую они недоступны для живущих по соседству людей. А ведь одной из заслуг Советской власти было обеспечение отдыха трудящихся через систему соцстраха [2]. Для XX - го столетия вообще, и для наших дней в особенности, как того и следовало ожидать, характерно как правило то, что в рекламных материалах, призванных создать туристскому региону его собственный имидж, используются прежде всего эстетизированные - как наиболее убедительные и выразительные - клише, знаки и символы, помещенные в туристско - исторический контекст региона. При этом они преднамеренно реконструированы - специально «подогнаны» под этот контекст. При создании общего (генерального) имиджа региона особое внимание уделяется актуальным маркетинговых стратегиям и их целевым группам, дополненным качественными опросами и консультациями с экспертами по маркетингу наиболее авторитетных туристских объединений[1]..

Московская область таит в себе широкие возможности для развития туризма. Очень высокая плотность и концентрация памятников культурного наследия (200 объектов показа занесены в реестр памятников ООН), дающая неограниченные возможности для экскурсионной деятельности; Самый мощный научный потенциал(многочисленные университеты, академии, учебные, научно - исследовательские и проектные институты), являющийся основой для научного конгрессного туризма; Крупнейший центр Русской Православной Церкви, что обеспечивает развитие религиозного туризма; скопление разнообразных промышленных предприятий и деловых центров, определяющих широкие возможности для делового туризма; достаточно благоприятные природные условия для организации лечебно - оздоровительного отдыха и отдельных видов спортивного туризма; самая плотная рекреационная сеть (свыше 2000 учреждений отдыха и более 4000 туристических фирм); лучшая транспортная обеспеченность в России (11 крупнейших железнодорожных и 15 автомобильных магистралей, 4 гражданских аэропорта, 3 из которых соответствуют международным стандартам, 2 речных порта), самым крупным ресторанно - гостиничным хозяйством (2490 мест в гостиницах и мотелях области); самые большие трудовые ресурсы, которые после соответствующей профессиональной подготовки могут быть привлечены к работе в туристской сфере. На данный момент на территории города Раменское официально функционирует тридцать семь туристских фирм. Международный опыт показывает, что оптимальное число туристских фирм к численности населения 1:10 тыс. человек (по данным UN World Tourist Organization). При такой

пропорции обеспечивается конкурентная борьба между фирмами, не приводящая к конфликтным ситуациям [4]. Раменский район Московской области относится к одним из перспективных районов для развития туристской индустрии. Район располагает богатыми природными рекреационными и культурно - историческими ресурсами, что позволяет превратить его в один из самых перспективных для туристского освоения. Проведенная оценка рекреационных ресурсов, которая показала, район представляет уникальное сочетание природных ресурсов с богатым культурным наследием.Природные рекреационные ресурсы района благоприятны для отдыха и некоторых видов спортивного туризма. Вследствие огромного историко - культурного потенциала территории, маршрутно - познавательный туризм самый перспективный в районе. По территории района проложено много туристско - экскурсионных маршрутов познавательного туризма. Развитая дорожная сеть, расположенный рядом с городом аэропорт в г.Жуковский, наличие агропромышленного комплекса, а также широкой сети рекреационных учреждений, популярность здравниц и живописных местностей среди москвичей, жителей Подмосковья и приезжающих туристов; чрезвычайная насыщенность историко - культурными и археологическими памятниками; географическое положение района, характеризующее его как основные туристские ворота для туристов; нахождение на территории района одного из самых красивых и старинных мест Подмосковья – Гжель, места бытования народных художественных промыслов – все это факторы, способствующие развитию туристской индустрии.

Пережив «шоковую терапию», экономика российского туризма стала постепенно стабилизироваться. Изменилась и государственная политика в отношении туризма. С принятием Указа Российской Федерации «О реорганизации и развитии туризма в Российской Федерации» всемирная поддержка туризма стала приоритетной задачей государства. Следом за указом были разработаны федеральные целевые программы развития туризма и санаторно - курортного дела, принят Закон российской Федерации «О туризме», в которых была поставлена задача активизации туристской индустрии [3]. При этом отмечалась необходимость проведения инвентаризации рекреационных ресурсов и построение региональных программ развития туризма, основанных на грамотном освоении рекреационного потенциала. Именно такой программой и является предложенная программа «Раменский район - подмосковный центр туризма и отдыха». Программа направлена на решение первых и самых важных задач: создание правовой, организационной и экономической среды для дальнейшего формирования туристской структуры, а именно, создание координационной, управленческой и финансовой структур – фундамента, и распределение полномочий. Далее, уже эти функциональные единицы должны начать поиск, разработку и внедрение инновационных программ, направленных на восстановление и развитие ресурсов района. В результате осуществления предложенной программы Раменский район может стать экспериментальной зоной для развития туризма в Московской области, где туристская индустрия не на словах, а на деле станет приоритетной отраслью.

Литература:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю.Александрова. - 2 - ое изд. перераб. И доп. – М.: КНОРУС,2014. - 464 с.

2. Долматов Г.М. Международный туристский бизнес:история, реальность и перспективы. Серия «Учебные пособия». – Ростов - на Дону: «Феникс»,2015 - 320 с.

3. Ильина Е.Н. Туроперейтинг:организация деятельности. Учебник. - М.: Финансы и статистика,2011. – 260 с.: ил.

4. Лисицына Т.Б.Культура и туризм как инструменты повышения человеческого потенциала нации: Труды Всероссийской научно - практической конференции. Национальная академия туризма, Санкт - Петербург, 14–15 апреля 2016 г. – С. - Пб.: Д.А.Р.К., 2016. – 416 с.

© Лисицына Т.Б., Коржанова А.А. 2017

УДК 334.02

Брусенцова Л.С., к.с.н., доцент,
Марваров Д.И.,
Уфимский филиал Финуниверситета при Правительстве РФ

ТВОРЧЕСТВО В СТРУКТУРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ

Аннотация. В статье представлены результаты анализа творческой составляющей в деятельности управленцев в сфере внедрения инновационных технологий в самооценке менеджеров одного из крупнейших машиностроительных предприятий Республики Башкортостан.

Ключевые слова: креативность, творческое мышление, творческий подход, креативный менеджмент, инновационный менеджмент, проектный подход.

В современных условиях борьба отечественных промышленных компаний за выживание на конкурентном рынке актуализировала принципиально новый, инновационный подход к человеку как основному фактору прогресса современного производства, в соответствии с которым руководитель – не только хорошо подготовленный и высоко образованный специалист и лидер, но и творческая личность.

Под творчеством (креативом, от латин. «creatura» - создание, творение) широко понимается способность к нестандартному мышлению, обладая которой руководитель может генерировать принципиально новые решения, способствующие достижению целей организации.

Традиционно креативность менеджеров связывалась со сферой профессиональной деятельности. При этом полагалось, что творчество скорее присуще менеджерам в сфере рекламы и связей с общественностью, нежели менеджерам, работающим в сфере производства, финансов и прочих сферах профессиональной деятельности.

В современных условиях умение творчески реагировать на убыстряющиеся изменения во внешней среде организации требуется от менеджеров независимо от сферы профессиональной деятельности.

Исследование, проведенное с целью анализа творчества в структуре деятельности руководителей на примере крупного структурного подразделения (Управления по развитию производственной системы) машиностроительного предприятия Республики Башкортостан, позволило сформулировать ряд выводов.

Основными функциями Управления по развитию производственной системы являются: внедрение инструментов lean - технологий на предприятии; определение концепции технического развития; развитие производственной системы; внутренний консалтинг (выравнивание производственного потока; вопросы достижения необходимого уровня качества продукции, выпускаемой подразделениями предприятия; совершенствование системы планирования подразделений предприятия; совершенствование системы взаимодействия между подразделениями, совершенствование системы взаимодействия между головным предприятием и филиалами).

В процессе исследования проведен сплошной опрос управленцев структурного подразделения. Интервьюируемым менеджерам предлагалось оценить долю творческой и рутинной работы в своей деятельности; преобладающую форму организации творческого мышления; результативность творческой части профессиональной деятельности; отношение руководства к творческому подходу, реализуемому подчиненными, в процессе решения поставленных задач.

В зависимости от направлений деятельности структурного подразделения все опрашиваемые менеджеры объединены в несколько групп,

В первую группу вошли менеджеры, основной целью профессиональной деятельности которых является перевод общераспорядительной документации организации в систему электронного документооборота. Респонденты, включенные в данную группу, отметили, что, при поэтапной реализации проекта различными подразделениями необходимость в творческом подходе сводится к минимуму. Вовлечение подразделений происходит по отработанному алгоритму, что уменьшает возникновение нестандартных проблем. При этом, респонденты отмечали, что все же время от времени появляется необходимость креативного подхода. В целом, опрошенные менеджеры данной группы оценили долю творческой составляющей в своей деятельности в 5 - 8 % . Они отметили, что преобладающей формой организации творческого мышления является индивидуальная, то есть решение незначительных проблем они осуществляют единолично. При этом, решения, формулируемые в результате нестандартных действий менеджера, практически всегда приводят к желаемому результату.

Во вторую группу включены управленцы, занимающиеся внедрением инновационных технологий в процессы проектирования основного продукта. Как показывают результаты опроса, в данной группе наблюдается совершенно противоположная картина. Основной функциональной обязанностью данной группы управленцев и специалистов является сокращение непроизводственных расходов в процессе проектирования и внедрение передовых инструментов проектирования. Как отмечали респонденты в ходе интервью, «каждый новый день не похож на предыдущий, каждый новый этап внедрения какого - либо инструмента ставит, практически, в тупиковую ситуацию». По оценке самих менеджеров, в моменты формирования путей выхода из сложившейся ситуации, они чувствуют себя художниками. В этом процессе имеют место дни и целые недели творческих мучений, которые характеризуются формированием множества идей, не

приносящих зачастую никакого результата. Наряду с этим случаются так называемые моменты Кайроса (в переводе с др. греч. Кайрос «благоприятный момент» - неожиданно наступающий неуловимый миг удачи), которые, в свою очередь, характеризуются формированием кульминационной идеи. Нередки случаи, когда результат творческой деятельности приводит к достижению поставленной цели совершенно неожиданными путями. Менеджеры данного направления оценили долю своей творческой деятельности в 80 - 85 % от общего объема. В процессе своей работы зачастую прибегают к коллективной форме творческого мышления, так, к примеру, используются элементы мозгового штурма. Со временем в группе организовались генераторы идей, которые при постановке задачи в автоматическом режиме начинают «продуцировать» идеи, так же имеется и свой критик. Роль модератора отводится непосредственному руководителю группы – заместителю начальника подразделения. Эффект от внедрения идей, возникших в процессе реализации творческого подхода, в самооценке менеджеров составляет 50 % . Очевидно, что эту относительно низкую долю можно объяснить изначально размытой постановкой целей внедрения инноваций в процесс проектирования.

К третьей группе отнесены менеджеры, чьи функциональные обязанности концентрируются в сфере внедрения инновационных технологий. В своей деятельности они сталкиваются с такими проблемами, как сопротивление персонала, устоявшиеся традиции производства и т.д. Для решения подобных проблем, в первую очередь, по словам менеджеров, им приходится прибегать к творческому подходу. Долю творческой составляющей в своей деятельности менеджеры данного направления оценили в 50 - 55 % . Преобладающую форму организации творческой деятельности определили как смешанную. Эффективность творческого мышления в самооценке менеджеров составляет примерно 50 % , т.е. примерно половина идей ведет к решению поставленных задач.

Независимо от направления все менеджеры отметили особую роль творческого мышления в своей профессиональной деятельности. Более всего ее значимость трудно переоценить в момент формирования идеи проекта и путей ее реализации. Именно на период запуска проекта приходится основная доля проблем и вопросов (80 %), при решении которых возникает необходимость в творческом подходе.

Опрос респондентов всех опрошенных групп показал, что творческий подход в целом приветствуется руководством подразделения, а при эффективном его применении поощряется (правда, как образно отмечали некоторые опрашиваемые, «только в виде «похлопывания по плечу», то есть без использования средств материальной мотивации). При этом, некоторые из менеджеров приводили примеры, когда были наказаны в случаях, если реализация их творческой мысли не принесла ожидаемого результата.

Отдельную группу опрошенных составили непосредственные руководители групп менеджеров, они же – заместители руководителя подразделения. В ходе опроса к общему перечню вопросов были добавлены следующие: отношение руководства к использованию подчиненными творческого подхода к решению поставленных задач (чаще поощряют или порицают творческий подход в деятельности менеджеров); способы регулирования творческой деятельности менеджеров.

В составе этой группы особого внимания заслуживают результаты интервью непосредственного руководителя подразделения. Соотношение творческой и рутинной деятельности было оценено им как 30 и 70 % . Было отмечено, что в процессе профессиональной деятельности находят применение как индивидуальные, так и коллективные формы творческой организации. Среди наиболее часто используемых индивидуальных методов принятия решений опрашиваемый отметил метод «шести шляп»,

дидукцию и анализ; среди коллективных – «мозговой штурм» в команде из 3 - 4 человек. По словам руководителя, возглавляемое им подразделение изначально «заточено» на решение нестандартных задач со многими неизвестными: именно в умении решать подобные задачи руководство предприятия видит ценность подразделения. В связи с чем, одной из приоритетных задач руководителя является развитие у менеджеров творческого мышления и способов ее применения на практике. Интервьюируемый отметил, что, со своей стороны, он старается поощрять креативный подход менеджеров. Однако, при этом он признал, что иногда последнее не приводит к желаемому результату, или же еще более усложняет задачу и «подкидывает» новые неизвестные. Поощрения носят нематериальный характер.

Таким образом, анализ результатов анкетирования позволяет сделать вывод о том, что творческий подход играет важную роль в профессиональной деятельности подразделения. Доля креативности в общей структуре профессиональной деятельности менеджеров различается в зависимости от круга решаемых проблем и уровня управления. Прогнозируемая сотрудниками организации как положительная реакция руководства на креативность подчиненных раскрепощает последних, а моральное и материальное стимулирование творческого подхода в деятельности подчиненных способствует раскрытию и развитию творчества: для креативных менеджеров очень важна оценка их труда. Осознание топ - менеджерами предприятия необходимости предоставления руководителям разных уровней управления возможности самореализации и создание условий для развития творчества станет одним из путей повышения конкурентоспособности.

Список литературы

1. Адизес И. Идеальный руководитель: почему им нельзя стать и что из этого следует. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. - 263 с.

2. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер. - М.: Дело, 1991. – 320 с.

3. Каренов Р.С. Возникновение креативного менеджмента: http: // articlekz.com / article / 5838

© Брусенцова Л.С., Марваров Д.И.

УДК 65.01

Дышловой И. Н., д.э.н., профессор, кафедра менеджмента
Институт экономики и управления (структурное подразделение)
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь, РФ
Мархоброд Е. А., магистрант группы МГ - 241о
Институт экономики и управления (структурное подразделение)
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь, РФ

РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС - ПРОЦЕССОВ, КАК ГЛАВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Каждая компания рано или поздно переживает спад производственной деятельности, вызванный изменениями конъектуры рынка, внешнеэкономических условий деятельности

и, главное, технологическим скачком. Даже успешная маркетинговая стратегия не сможет обеспечить повышение спроса, в условиях технической отсталости производства. В этом случае, поэтапное совершенствование работы компании, не сможет оказать долговременного и устойчивого положительного эффекта, необходим коренной перелом, полная перестройка как внутренних, так и внешних процессов в компании [1]. Реинжиниринг представляет собой максимально радикальное изменение системы, даже при неизменности технологического процесса, реформирование системы менеджмента окажет огромное влияние на функционирование предприятия в целом. Зачастую этот эффект и требуется от реинжиниринга.

Однако, даже такой, с первого взгляда, позитивный путь реорганизации, позволяющий во много раз улучшить положение компании на рынке, может оказать минимальный или противоположный эффект, при непонимании сферы применения и сути реинжиниринга. Многие компании, рассматривают его чуть ли не как панацею, от большинства проблем производства и управления. Результатом бездумного применения данного инструмента будут не окупаемые затраты и ворох новых проблем, которые не предполагалось встретить на этом пути [1].

Естественно, любой эффективный метод стратегического планирования будет обширно обсуждаться в профильных СМИ, литературе и научных источниках. Однако, это несет в себе негативный момент в виде «размытия» понятия, утрачивания сути. Посему, многие менеджеры, говоря «реинжиниринг» могут подразумевать обычную реорганизацию, внедрение системы качества и т.д. Но это далеко не самый опасный случай. Всецело полагаясь на «волшебный эффект», некоторые управленцы, расширяют сферу применения реинжиниринга настолько, что в корне меняют устройство и процессы, при возникновении рядовых трудностей, зачастую характерных для данного этапа жизни компании. Вред от уничтожения вполне рабочей и жизнеспособной системы понимается и оценивается, зачастую, когда уже слишком поздно. Реинжиниринг слишком мощный, а часто и рискованный инструмент, чтобы обращаться с ним бездумно. Даже копирование удачного опыта аналогичной фирмы, не принесет должного эффекта, если изменения не соответствуют долгосрочным целям и задачам компании. После проведения всестороннего и тщательного мониторинга, с последующей оценкой рисков, вследствие коренного изменения процессов компании, принимается решение не только о применении реинжиниринга, но и выбор его «глубины» и «охвата» [2]. Понятие «коренной перелом» не означает, что всё в компании, начиная от оборудования, заканчивая поставщиками, стоит менять, вполне возможно, старые, но удачные решения, в новых условиях окажутся ещё более эффективными.

Часто можно обнаружить обширные области совершенствования бизнес - процессов посредством их упрощения. Так, скорость и качество протекания определенного бизнес - процесса можно увеличить, если параллельно выполнять те виды деятельности, которые ранее выполнялись последовательно и т.д.

Эффективность деятельности предприятия падает вследствие морального и технического износа производственных мощностей и устаревания технологий. Реинжиниринг является реакцией на эти негативные процессы, позволяющий восстановить уровень производства. Но, сфера его применения не должна ограничиваться реакцией на кризисные явления. При помощи грамотного стратегического планирования, системного анализа трендов рынка и

даже инсайда (интуиции), реинжиниринг позволяет заранее нивелировать последствия прогнозируемого кризиса в отрасли или минимизировать влияние общего спада экономики на конкретную компанию. В данном случае, он становится инструментом планирования и управления будущими рисками, а не методом исправления текущей ситуации [3]. Такой подход уже сам по себе будет нести риск, но в этом случае, предприятие обладает важным качеством – инициативой на рынке, «правом первого хода», и, возможно, данное преобразование будет задавать тенденции рынка, а это мощнейший инструмент конкурентной борьбы.

Вывод: Реинжиниринг можно считать самым сильным и фундаментальным преобразовывающим методом стратегического планирования. Его применение всегда требует особо тщательного и взвешенного подхода. Наибольшая эффективность достигается при комплексном внедрении, параллельно или последовательно, нескольких методов повышения качества и эффективности технологических и управленческих процессов. Но сфера применения не должна ограничиваться исправлением прошлых ошибок или текущей ситуации, реинжиниринг, основанный на прогнозе будущих трендов рынка, может служить инструментом конкурентной борьбы.

Список использованной литературы:

1. Баринов В.А. Реинжиниринг бизнес - процессов: сущность и методология [Электронный доступ] / В.А. Баринов, режим доступа: http: // www.elitarium.ru / reinzhiniring - biznes - process - kompanija - sotrudniki rukovodstvo - izmenenija /
2. Баранов В.В. Реинжиниринг бизнес - процессов: этапы разработки и реализации [Электронный доступ] / В.В. Баранов, режим доступа: http: // www.elitarium.ru / reinzhiniring _ biznes _ processov _ jetapy _ razrabotki _ realizacii
3. Схиртладзе А. Основные принципы и приемы реинжиниринга бизнес - процессов [Электронный доступ] / А. Схиртладзе, режим доступа: http: // www.cfin.ru / management / strategy / change / foundations.shtml

© И.Н. Дышловой, 2016

УДК 330

Т.Г. Масюкова
Студент 1 курса магистратуры
Оренбургский государственный университет
Г. Оренбург, Российская Федерация

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуализация проблемы управления экономической эффективностью предприятия обусловлена, развитием и совершенствованием механизмов управления, охватывающих все многообразие производственных взаимосвязей и деловых ситуаций, возникающих в хозяйственной практике. Управление экономической эффективностью необходимо для

повышения отдачи от совокупности вложенных ресурсов или снижения затрат, что и в том и другом случае в конечном счете приведет к увеличению потока прибыли.

Антикризисное управление в контексте повышения экономической эффективности может осуществляться как в профилактических целях, заключающееся в проведении финансового оздоровления на предприятии, находящегося на этапе стабильного функционирования, так и в целях реабилитации организации, когда ее функционирование под угрозой и необходимо внедрение антикризисного управление для дальнейшего существования компании. И в том и в другом случаях управление осуществляется поэтапно, разница лишь в срочности и глубине проводимых мер [1].

1) Диагностика и анализ всех факторов, влияющих на функционирование фирмы и повышение экономической эффективности.

Все факторы необходимо распределить с точки зрения возможностей и угроз, слабых и сильных сторон фирмы, то есть провести SWOT - анализ.

2) Определение причин снижения эффективности.

Выявление слабых мест предприятия, определение причин реального или потенциального снижения экономической эффективности, что впоследствии позволит определиться с методами «лечения». Антикризисное управление, в первую очередь, подразумевает повышение эффективности работы предприятия путем устранения причин, вызывающих ее ухудшение, а во вторую – улучшение параметров, которые поддаются изменениям.

3) Разработка и внедрение антикризисных методов повышения экономической эффективности предприятия.

Один из инструментов антикризисного управления является разработка и внедрение программы повышения экономической эффективности, которая предусматривает для изменения рабочей атмосферы и обновления технологий радикальную реорганизацию существующих систем, или же просто тщательную их отладку.

При выполнении программы повышения эффективности главной целью является изменения отношения между затратами и результатами деятельности, что можно сделать путем:

- достижение более высоких результатов при росте затрат, но на величину меньшую, чем приращение результата в стоимостном выражении;
- достижение более высоких результатов при помощи сокращения затрат или сохранения их на прежнем уровне;
- достижение тех же результатов при сокращении затрат;
- достижение меньших результатов при снижении затрат на еще большую величину [2].

Таким образом, после определения методов повышения экономической эффективности и разработки программы, ее необходимо внедрить. Для этого необходимо создать условия, способствующие достижению поставленных целей, составить подробный план, того каким способом будет достигнут желаемый результат и в какие сроки. Также важно привлечь к работе наиболее влиятельных людей, обеспечить необходимый персонал с точки зрения количества и качества и подготовить прочие необходимые ресурсы для достижения поставленных целей.

4) Контроль над реализацией программы антикризисного управления по повышению экономической эффективности и обратная связь.

На данном этапе важно отследить, чтобы все поставленные задачи были выполнены. Для наиболее эффективной реализации программы контроль должен осуществляться на протяжении каждого этапа, чтобы все работы выполнялись надлежащим образом, а также после внедрения, чтобы отследить достигнута ли конечная цель по повышению экономической эффективности на предприятии [3].

По окончанию всех этапов антикризисного управления на предприятии, большая роль лежит на системе обратной связи, благодаря которой результаты системы воздействуют на вход этой же системы, тем самым, позволяя отследить произошедшие изменения и оценить степень достижения конечной цели.

Таким образом, антикризисное управление в контексте повышения экономической эффективности представляет собой типичный процесс антикризисного управления, характерный и для любой другой сферы деятельности, проходящий через одни и те же основные этапы, цель которого является достижение поставленных результатов.

Список использованной литературы:

1 Орлова, Е. А. Управление эффективностью предприятия / Е. А. Орлова // Проблемы теории и практики управления. – 2015. – № 1.

2 Прокопенко, И. Управление эффективностью и качеством: модульная программа / И. Прокопенко, К. Норт. М.: Дело, 2011. – 800 с.

3 Копнов, В. А. Прямая и обратная задачи оценки результативности и эффективности / В. А. Копнов // Методы менеджмента качества. – 2016. – № 4.

© Т.Г. Масюкова, 2017

УДК 330

Т.Г. Масюкова
Студентка 1 курса магистратуры
Оренбургский государственный университет
Г. Оренбург, Российская Федерация

ОПТИМАЛЬНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ: ЖЕСТКИЙ ИЛИ ГИБКИЙ ПЛАН В ЦЕЛЯХ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

В условиях рыночной экономики нелегко добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать эффективно его развитие, не анализировать постоянно информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов.

Каждому предпринимателю, начинающему свою деятельность, необходимо точно представлять свои потребности на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь четко рассчитать эффективность использования ресурсов в процессе работы фирмы. Но, тем не менее, не всегда есть возможность рассчитать все без ошибок, всегда существует вероятность погрешности между составлением бизнес - плана и его реализацией.

Любая успешно функционирующая система должна относиться к ошибкам с радостью, а не с огорчением, ведь именно через череду ошибок можно добиться успеха, именно они являются движущим механизмом [1].

Важно не стараться искать причину происшествия в сложившихся обстоятельствах, не сваливать вину на кого - то, а начинать с себя, так как причинами являются не обстоятельства, а наше отношения к ним. Это касается работников всех уровней – от руководителя предприятия до молодых специалистов. Если работник справляется с порученным заданием без препятствий, значит, работа для него слишком проста, значит, пользы для себя он никакой не вынесет. Планку, которую должно преодолеть предприятие, нужно все время приподнимать. Заурядность – это враг. Она не позволяет выйти за пределы своих возможностей, не даст попытки повысить результаты.

Большинство мирится с удовлетворительными результатами своего труда. В чем причина? В недостаточной вере в собственные силы: сотрудники идут к тем целям, планка которых стоит низко, если вообще она есть. Поэтому нужно не только ставить четкие цели для всего предприятия, но и помогать работникам развиваться, правильно выбирать достойный, высокие цели, образ действия, который приведет к успеху. [2].

Таким образом, если при реализации бизнес - плана не возникло трудностей – это своего рода проблема, так как именно по средствам ошибок происходит совершенствование процесса. Именно при решении проблем, а не задач работник анализирует и ищет лучшие альтернативы выхода из ситуации.

Планы существуют для внесения в них изменений. Такая постановка вопроса на первый взгляд может показаться противоречием, ведь гибкость и плановость являются антонимами. В действительности оба элемента – необходимые компоненты управления предприятием. Зачастую существует несоответствие между этапом планирования бизнес - плана и этапом его реализации. Для того чтобы избежать данных проблем в будущем необходимо совершенствовать процесс создания бизнес плана, начиная с этапа планирования и заканчивая этапом реализации.

Важными объектами совершенствования бизнес - плана в области планирования являются:

- усиление конкретности планов и приближение к практике;
- одновременное рассмотрение нескольких вариантов и прогнозирование влияния различных факторов;
- переход от понятий издержек к понятиям результатов;
- доведение заданий до каждого работника на всех уровнях управления;
- доведение планирования до уровня затрат рабочего времени и создание стимулирующей обстановки.

На этапе реализации в области осуществления планов:

- усиление внимания к вопросам управления людьми и контролю над внешним окружением организации;
- эффективное использование имеющихся полномочий, а также отказ от мышления типа «это меня не касается» в конкретных ситуациях управления;
- учет морального, физического и социального состояния руководителя, поскольку от него зависит эффективность работы организации.

Также на этапе реализации необходимо внести совершенствования в области контроля:

- превращение контроля из формальности в многостороннее обсуждение достигнутых результатов, приводящее к практическим мерам по принятию решений на основе полученных оценок;
- совершенствование системы премирования, привязка к ее конкретным результатам;
- повышение требовательности и уровня целей;
- увеличение эффективности управления [3].

Таким образом, необходимо в будущем, при составлении бизнес - планов учитывать текущие ошибки, учиться на них, а возможно именно определенные трудности и помогают повысить эффективность труда, а, значит, в будущем необходимо составлять более узкие рамки, что простимулирует работников к творческому подходу и более эффективному решению проблем, чем если бы эти вопросы были решены на этапе планирования.

Список использованной литературы:

1. Черкашин, Г.М. Бизнес - план фирмы: метод. указания по курсу «Основы бизнеса» / Г.М. Черкашин, Д.Н. Тимофеев, Е.Ф. Польщиков. – Оренбург: 2012и . – 66с.

2. Стёпочкина, Е.А. Планирование бизнеса и внутрифирменное управление. Учебное пособие / Е.А. Степочкина. – М.: 2014. – 208с.

3. Черняк, В.З. Бизнес - планирование: учебник для вузов / В.З. Черняк. - М.: 2007. – 470с.

© Т.Г. Масюкова, 2017

УДК 005

Э.Э.Мелкумова,Т.Г.Гурнович
Студентка экономического факультета,
Профессор, доктор экономических наук, профессор ВАК
Кубанский государственный аграрный университет
Г.Краснодар, Российская Федерация

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Для построения системы стратегического управления на предприятии руководству организации необходимо, прежде всего, четко представлять сложившуюся ситуацию, в которой в настоящее время находится организация, и только потом делать вывод о направлении развития.

«Стратегическое управление - это такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал, как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, осуществляет гибкое регулирование и своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности позволяет

организации выживать и добиваться своей цели.»[1]. Процесс стратегического управления определяется следующими основными этапами, которые представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 - Основные этапы процесса стратегического управления.

Сформулировав цель деятельности предприятия, необходимо провести анализ внутренней и внешней среды. Выявление сильных и слабых сторон, а также сравнение показателей, определение их относительной степени важности, проведение анализа сложившейся ситуации, позволяет руководству компании определить «слабые точки», которые требуют скорейшего вмешательства.

Для принятия эффективных стратегических управленческих решений в настоящее время, по мнению ряда ученых, целесообразным является использование SWOT - анализа [3].

Основные показатели экономической эффективности их сравнение и сопоставление позволит оценить обстановку в сравнении с конкурентами, выявить уязвимые и наиболее прогрессивные сильные стороны в деятельности компании в подобной сфере бизнеса. А на основе проведенного анализа полученных показателей уже можно найти незанятые рыночные ниши, определить возможных партнеров и рассчитать преимущества от возможного объединения с другими компаниями.

Таблица 1 - Анализ угроз со стороны конкурирующих сил

Вероятность реализации угроз	Последствия угроз		
	Разрушительные	Тяжелые	Легкие
Высокая	-	1.Спад в экономике 2.Рост темпов инфляции	1.Влияние поставщиков 2.Давление со стороны товаров - заменителей
Средняя	1.Сокращение расходов на рекламу со стороны российского бизнеса 2.Снижение уровня цен на рекламу	1.Появление новых видов наружной рекламы у конкурентов 2.Возможность появления новых конкурентов	-
Низкая	-	-	-

На основании проведенного SWOT - анализа были составлены матрицы угроз и возможностей для ООО «АвроРА», приведенные в таблице 1. В поле разрушительных угроз, а значит и скорейшего изменения положения, попадают угрозы, связанные с уменьшением расходов на рекламу со стороны заказчиков, в результате спада в экономики. Это влечет за собой еще одну угрозу – вынужденное снижение цен на рекламу, а она, в свою очередь, вызовет снижение уровня заработной платы и, конечно же, снижение уровня конкурентоспособности.

Для снижения воздействия угрозы, связанной с приходом конкурентов компании необходимо увеличить свою долю на рынке, а также развитием бренда, расширения ассортимента предоставляемых товаров и услуг. Конечно это требует большего внимания к развитию и достаточному финансированию маркетинга.

Матрица возможностей (представлена в таблице 2) продемонстрировала наиболее благоприятные возможности, число которых попадают следующие: внедрять новшества в области наружной рекламы, возможность совершенствовать рекламные технологии, и, конечно же, расширять клиентскую базу.

Таблица 2 - Анализ возможностей ООО «АвроРА».

Вероятность использования возможностей	Влияние возможностей		
	Сильное	Умеренное	Малое
Высокая	Предоставление широкого спектра дополнительных услуг	-	Осознание необходимости рекламы для укрепления своих позиций на рынке
Средняя	1.Совершенствование рекламных технологий 2.Расширение клиентской базы	1.Выход на новые рынки или сегменты рынка 2.Обучение кадров	-
Низкая	Разорение и уход фирм - конкурентов	Уменьшение затрат и издержек путем поиска новых поставщиков	-

Построенные матрицы, более наглядно и всесторонне отображают деятельность предприятия. Позволяют более точно определить в каком направлении необходимо усилить деятельность, в связи с открывшимися возможностями, используя сильные стороны предприятия. Также позволяют оценить опасность воздействия слабых сторон предприятия, определить за счет каких сильных сторон можно нейтрализовать существующие угрозы.

Проанализировав возможности компании ООО «АвроРА», изучив слабые и сильные стороны, рассмотрев и оценив анализ угроз, исходящих из внешней среды, можно определить стратегию организации.

Для данной компании, работающей на рынке с сильной конкуренцией, на наш взгляд, наиболее приемлемой стратегией, будет стратегия, нацеленная на завоевание конкурентных преимуществ. Эта стратегия предусматривает максимально глубокое проникновение на рынок с введением новшеств наружной рекламы, а также формирования благоприятного имиджа, например, с помощью проведения массовой социальной рекламной кампании.

Список использованной литературы:

1. Лапыгин Ю.Н. Стратегическое развитие организации: учебное пособие, 2015 - С. 288
2. Ансофф И.А. Новая корпоративная стратегия.,2012.
3. Попов А. И. Стратегический менеджмент: Учеб. Пособие для вузов., 2013.

© Э.Э.Мелкумова,Т.Г.Гурнович, 2016

УДК 331

М.С. Мизгулина
студент 3 курса
направления подготовки «Экономика»
Уфимский филиал Финуниверситета
при Правительстве РФ
Научный руководитель:
Л.С.Брусенцова, к.с.н., доцент,
Уфимский филиал Финуниверситета
при Правительстве РФ

СОЦИАЛЬНО - ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В СИСТЕМЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация На основе анализа содержания методов управления в статье показана роль социально - психологических методов. Сформулирован вывод о необходимости расширения использования их на основе приобретения теоретических знаний и практических навыков в процессе обучения менеджеров.

В каждой организации и перед каждым управляющим стоит задача грамотного построения рабочий процесс для эффективной деятельности предприятия. Помощниками в этом процессе являются методы управления.

Методы управления – это совокупность приёмов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей.

Известны три основных группы методов управления персоналом: экономические, социально - психологические и административные [1].

Экономические методы — это элемент экономического механизма, с помощью которого обеспечивается прогрессивное развитие организаций. Важнейшим экономическим методом

управления персоналом является технико - экономическое планирование, которое объединяет и синтезирует в себе все экономические методы управления. С помощью планирования определяется программа деятельности организации. После утверждения планы поступают линейным руководителям для руководства работой по их выполнению. Каждое подразделение получает перспективные и текущие планы по определенному кругу показателей. Например, мастер участка ежедневно получает сменно - суточное задание от администрации цеха и организует работу коллектива, используя методы управления персоналом [2].

По нашему мнению, экономические методы занимают важную роль в системе управления. Если сотрудник организации выполняет всю свою работу качественно и в срок, его следует поощрять премией. Но этот метод работает и в другую сторону: работник, опоздавший на работу и не выполнивший свои должностные обязанности, вынужден платить штраф своей организации.

Такая материальная мотивация показала свою надежность и довольно часто используется управляющими.

Административные методы ориентированы на такие мотивы поведения, как осознанная необходимость дисциплины труда, чувство долга, стремление человека трудиться в определенной организации, на культуру трудовой деятельности. Эти методы отличается прямым характером воздействия: любой регламентирующий и административный акт подлежит обязательному исполнению [3].

В административных методах явно выражены субъект и объект управления, которыми выступают управленец и подчиненный соответственно. Управленец выдвигает определенные требования, формулирует указы, приказы для выполнения объектом. В свою очередь объект отражает эти требования в виде результата проделанной работы.

Социально - психологические методы управления основаны на использовании социального механизма управления (система взаимоотношений в коллективе, социальные потребности и т.п.). Специфика этих методов заключается в значительной доле использования неформальных факторов, интересов личности, группы, коллектива в процессе управления персоналом. Социально - психологические методы базируются на использовании закономерностей социологии и психологии. Объектом их воздействия являются группы людей и отдельные личности [3].

В основе таких методов лежит умение работать с людьми. Здесь все построено на психологических факторах взаимодействия подчиненного и управленца. Каждый сотрудник индивидуален, поэтому главной целью менеджера является изучение свойств личности и потребностей подчиненного. Для этого обычно используются беседа с работником наедине, интервью, опрос и другие [4].

Менеджеры пользуются всеми вышеперечисленными методами; при этом в различных ситуациях те или иные методы применяются в большей или меньшей степени. Менеджеры подбирают определенные методы с учетом как ситуации, так и характеристик подчиненных, и пользуются им, пока не увидят каких - то других реакций на их управление. Если же используемые методы не приводят к запланированному результату, управленцам следует поменять свою тактику, переключаясь на выбор других методов управления.

Как показывают результаты опроса менеджеров, подавляющее большинство из них считают наиболее действенными, быстрее других приводящими к запланированному результату, экономические методы. При этом менеджеры отмечают, что в условиях кризиса действенность этих методов смещается на вторую или даже третью позицию. Очевидно, это связано с потребностью сотрудников сохранить свое рабочее место и, соответственно,

заработную плату, пусть даже и при отсутствии премии или других материальных бенефитов фирмы.

На второй позиции в этом перечне находятся административные методы. Так же как экономические, они требуют от менеджера сравнительно небольших затрат душевных сил. Очевидно, это во многом связано с тем, что подчиняться административным методам учит традиция. В условиях кризиса сотрудники организации стремятся «подтянуть» дисциплину и не иметь оснований для замечаний в свой адрес.

Наиболее сложным, по мнению менеджеров, является применение социально - психологических методов. Их применение требует от руководителя не только знаний психологии, но и значительных временных затрат. При этом следует отметить, что использование этой группы методов не требует от руководителя и организации финансовых затрат. Вместе с тем, применение данных методов способствует росту производительности труда подчиненных. Таким образом, в условиях кризиса данная группа методов становится наиболее «актуальной», не взирая на значительную моральную затратность для руководителей.

Учитывая то, что реализация именно этой группы методов является наиболее сложной для руководителей, представляется целесообразным в процессе подготовки менеджеров и повышения их квалификации уделять значительное внимание формированию теоретических знаний и практических навыков в области использования социально - психологических методов.

Используемая литература:

1. Сербиновский Б.Ю. Управление персоналом. - М : ИТК "Дашков и К", 2015. - 464с.
2. Саубанова Л. В. Организация управления человеческими ресурсами на предприятии // Управление персоналом. – 2012. - № 1. – с. 13 - 19.
3. Салтунов А. А. Ошибки лидеров: https: // ubo.ru / articles / ?cat=159&pub=3293
4. Теория организации и организационное поведение: Учебное пособие / Л.С.Брусенцова. – М.: Изд - во «Здравоохранение Башкортостана», 2013
5. Денисевич С. Н. Как добиться от сотрудников большего дохода: http: // admintech.ru /

© М.С. Мизгулина

УДК 658

Опарина Т.В.,
магистрант 3 курса
факультета экономики и управления
ТЭИ СФУ,
г. Красноярск,
Российская Федерация

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Анализ различных аспектов финансово - хозяйственной деятельности субъектов предпринимательства на основе применение методического аппарата скорринговой оценки (иначе – рейтинговой оценки) получил широкое распространение в современной теории и практики финансового анализа при решении задач оценки финансового состояния и

финансовых результатов [4, 8, 10], оценки вероятности банкротства и кредитоспособности предприятий [1, 2, 5], в рамках налогового анализа [7], а также комплексной оценки состояния и экономической безопасности бизнеса [3, 6, 9]. Изучение вопросов методического обеспечения рейтинговой оценки требует первоочередного осмысления сущности ее понятия, классификации видов и знания принципов проведения, что будет составлять предмет данной публикации.

«Рейтинг» – в общем смысле понимается как индивидуальный числовой показатель оценки популярности, авторитета какого - либо лица, организации, группы, их деятельности, планов. В энциклопедическом понимании данная категория понимается разнопланово: «ранжирование, расстановка приоритетов, оценка, порядок, классификация. Рейтинг означает определение какого - либо оценочного параметра или группы параметров по определенному алгоритму оценки, по заданной шкале ранжирования».

Выделяют два типа рейтингов [4, с.35 - 39]:

1 Упорядоченный – ранжирование участников по убыванию или возрастанию какого - либо конкретного показателя (или группы показателей). При проведении такого рейтинга используются стандартные методы ранжирования совокупности объектов. Основной методологической сложностью в данном случае является отбор наиболее информативных данных и трансформация разнородных показателей в интегральный, по которому и будет производиться ранжирование.

2 Классификационный. При его построении исследователь определяет, к какому из заранее заданных либо определяемых в ходе выстраивания классов, можно отнести рассматриваемое предприятие. В данном случае проводится глубокий качественный и количественный анализ деятельности предприятия, а иногда используются методы многомерной классификации. Такой рейтинг формируется на основе методов скоррингового анализа.

Помимо двух рассмотренных выше типов рейтинга, существующую их классификацию можно добавить еще одним – описательный. Он предполагает формирование комплексного показателя, значение которого дает возможность исследователю получить комплексное представление об изучаемой процессе или явлении. Такой рейтинг формируется на основе методов экспресс - оценки.

Термин «рейтинговая оценка» можно рассматривать с двух позиций. В первом случае он выступает как количественная характеристика исследуемого объекта (выражающая его место), т.е. как результат классификации либо упорядочивания, проведенной на основе какого - либо признака. Во втором случае рейтинговая оценка рассматривается как процесс изучения (оценивание) характеристик и свойств исследуемого объекта или явления.

Обобщенное представление о вариантах толкования рейтинга и рейтинговой оценки, о видах рейтинговой оценки можно получить из рис. 1.

Важным при формировании методического аппарата рейтинговой оценки является осмысление ее принципов, обобщенных нами в табл. 1.

При построении рейтинга следует принимать во внимание, что полученная оценка зачастую не дает полной информации об анализируемой информации. Это обстоятельство актуализирует необходимость дальнейшего развития методического обеспечения проведения рейтинговой оценки.

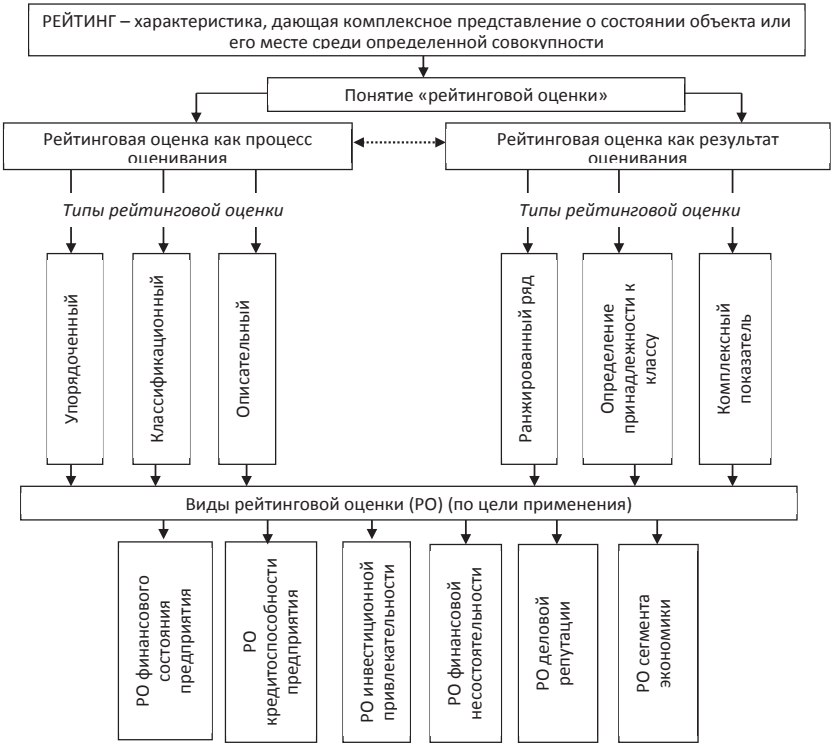


Рисунок 1. Содержательная характеристика понятия «рейтинговая оценка»

Таблица 1 - Принципы рейтинговой оценки

Принцип	Пояснение содержания
Научность	Рейтинговая оценка должна опираться на достижения науки в данной области
Достоверность информации	Информационная база оценки должна быть проверенной и реально отражать складывающуюся ситуацию
Объективность результатов оценки	Оценка должна строиться на критическом изучении предмета исследования и формировании экономически обоснованных выводов
Комплексность	Всестороннее изучение предмета исследования через систему аналитических показателей
Однонаправленность показателей	Частные показатели, используемые для рейтинговой оценки должны иметь положительную корреляцию
Однозначность оценки	Сформированная оценка должна исключать возможность двусмысленной интерпретации
Высокое качество методического оснащения оценки	Применяемые модели и методы должны иметь в своем составе: (а) аналитические показатели, которые могли бы фиксировать факторы, воздействующие на состояние предмета

	исследования; (б) критерии оценки фактических значений частных аналитических показателей; (в) удобный способ классификации показателей (определения принадлежности ситуации к определенному классу)

Список использованной литературы:

1. Дягель О.Ю., Энгельгардт Е.О. Методика превентивной диагностики кризиса предприятий сферы услуг на основе комплексного подхода // Аудит и финансовый анализ. – 2013. – № 1. – С. 282 - 291.
2. Дягель О.Ю. Методы диагностики вероятности банкротства предприятий: учебное пособие. – Красноярск: РИО КГПУ, 1999. – 76 с.
3. Дягель О.Ю., Конева О.В., Дягель А.В. Методическое обеспечение оценки экономической безопасности: микроэкономический срез // Инновационное развитие экономики. – 2016. – № 4 (34). – С. 323 - 336
4. Жилкина А. Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия: учебник. – М.: ИНФРА - М, 2012. – 332 с.
5. Конева О.В., Демина Е.Н. Методы моделирования кредитного рейтинга предприятий малого бизнеса // Финансы и кредит. – 2010. – № 29 (413). – С. 37 - 43.
6. Конева О.В.Модель комплексного анализа и оценки малого бизнеса // Инновационное развитие экономики. – 2013. – № 1 (13). – С. 133 - 140.
7. Налоговая безопасность: монография для магистров вузов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Юриспруденция» / [О.А.Миронова и др.]; под ред. О.А.Мироновой. – М.: ЮНИТИ - ДАНА: Закон и право, 2017. – 413 с.
8. Соловьева Н.А. Анализ финансовых результатов деятельности торговой организации: учеб. пособие / Краснояр. гос. торг. - экон. ин - т; сост. Н.А.Соловьева, О.Ю.Дягель. – Красноярск, 2007. – 236 с.
9. Соловьева Н.А., Конева О.В. Комплексный подход к оценке вклада малого бизнеса в развитие сферы услуг // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 2. – С. 142 - 145.
10. Шеремет А. Д., Негашев Е. В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. – 2 - е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА - М, 2013. – 208 с.

© Опарина Т.В, 2017

УДК 338.121

Падун М.А.
бакалавр
Набережночелнинский институт
Казанского (Приволжского) федерального университета
г. Набережные Челны, Российская Федерация

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВО - ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «РЕМДИЗЕЛЬ» НА ОСНОВЕ ЕГО ДИАГНОСТИКИ

Аннотация

Разработан и сформирован комплекс совершенствования финансово - хозяйственной деятельности на основе формирования стратегии развития. Оценка финансово -

хозяйственной деятельности является базой для предприятия с помощью которой формируется дальнейшая модернизация стратегии предприятия и финансовой политики. Основной целью анализа финансового состояния организации является реальная оценка финансовой ситуации и перспектив ее развития, учитывающая существующее положение в отрасли в конкретном временном интервале.

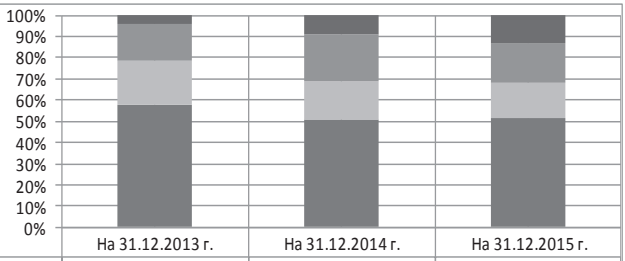
Ключевые слова: финансово - хозяйственная деятельность, диагностика.

Диагностика финансово - хозяйственного состояния обеспечивает комплекс исследований всех сторон финансовой деятельности предприятия, анализ системы антикризисного управления, измерение влияний факторов, соизмерение результатов предприятия с их затратами [1, с.147], а также имеет важное социально - экономическое значение для муниципалитета, как источника пополнения доходной базы местного бюджета [5, с.54].

Анализ деятельности АО «Ремдизель» свидетельствует о необходимости в разработке комплекса предложений, принципов и программ действий на пути становления эффективного плана действия. Определим сильные и слабые стороны, внешние угрозы и возможности, которые присущи предприятию АО «Ремдизель».

Сильными сторонами деятельности АО «Ремдизель» являются: высокий уровень технологического потенциала; наличие уникальных технологических процессов восстановления основных базовых деталей двигателя; высокая репутация и известность предприятия; выполнение гарантийных обязательств на выполняемые работ и др. Слабые стороны: выполнении ремонта по заказу; недостаточном объеме рекламы.

Возможности АО «Ремдизель»: разработка и освоение новых видов ремонта; выход на новые рынки России, СНГ и зарубежья; ускорение роста доли рынка; постоянное повышение качества выполняемых работ. Угрозы: резкое изменение покупательских предпочтений, падение спроса, противодействия конкурентов, экономический кризис в стране, неэффективная работа сбытовой сети [2, с. 186]. Рассмотрим и проанализируем структуру баланса АО «Ремдизель» за 2013 – 2015 гг. и анализ имущества АО «Ремдизель» за 2015 гг. (табл. 1, табл. 2)



	На 31.12.2013 г.	На 31.12.2014 г.	На 31.12.2015 г.
Денежные средства	4	8,4	12,3
Дебиторская задолженность	16,7	21,5	18,3
Запасы (с НДС)	19,9	17,5	15,6
Внеоборотные активы	56,2	48,8	49,5

Рисунок 1 - Структура баланса АО «Ремдизель» за 2013 – 2015 гг. [3, с.361]

Таблица 1 - Анализ имущества АО «Ремдизель» за 2015 гг.

Показатели	Сумма, тыс. руб.	Темп прироста, %	Изменение		Структура, %		
	на начало 2015 г.	на конец 2015 г.	абсол., в тыс.руб.	относит. в %	на начало 2015 г.	на конец 2015 г.	изменение (+, -)
1. Имущество всего, в т. ч.	583463,00	583741,00	278,00	0.05	100,00	100,00	0.00
2. Внеоборотные активы	523054	519648					
2.1 Нематериальные активы	-	-	-	-	-		
2.2 Основные средства	514448,00	511002.00	-3446,00	- 0.67	88,17	87.54	- 0.63
2.3 Незавершенное строительство	8059,00	8099.00	40.00	0.50	1.38	1.39	0.01
2.4 Долгосрочные вложения (сгр 140)	547,00	547.00	0.00	0.00	0.09	0.09	0.00
3. Оборотные активы (текущие активы):	60409	64093					
3.1 Запасы	26309,00	31447.00	5138,00	19.53	4,51	5.39	0.88
3.2 НДС	7620.00	9114,00	1494,00	19,61	1,31	1,56	0.26
3.3 Дебиторская задолженность	26344,00	20400,00	-5944,00	- 22.56	4,52	3,49	- 1.02
3.4 Краткосрочные финансовые вложения	-	2000,00	2000,00	100,00	-	0,34	0.34
3.5 Денежные средства	136.00	1132,00	996,00	732,35	0,02	0,19	0.17

Данные таблицы позволяют сделать вывод, что за отчетный год произошло увеличение активов на 278 т.р. (0,05 %). Наибольший удельный вес в имуществе предприятия

занимают внеоборотные активы, но по сравнению с началом 2015 года их величина уменьшилась на 0,65 % .

В структуре текущих активов произошло увеличение запасов на 5138 тыс. руб. (почти на 20 %). Дебиторская задолженность уменьшилась на 5944 т.р., ее удельный вес в отчетном году составил 3,49 % . В отчетном году появляются краткосрочные финансовые вложения в размере 2000 тыс. руб.

Таблица 2 - Производственная мощность АО «Ремдизель»

Вид предоставляемых услуг	Период			
	2012г. тыс. ед	2013г. тыс. ед.	2014г. тыс. ед	2015г. тыс. ед
Частичный ремонт по техническому состоянию автомобилей КАМАЗ (услуга А), тыс.ед.	964	875	1060	1250
Капитальный ремонт автомобилей КАМАЗ с переоборудованием до более нового модельного ряда (услуга В), тыс. ед.	2947	3945	4120	4827
Капитальный ремонт силовых агрегатов автомобилей КАМАЗ (услуга С), тыс. ед.	9908	8875	9983	10020

Таблица 3 - Показатели результативности АО «Ремдизель»

Показатель	В 1 квартале 2014 г %	В 1 квартале 2015г. %	Значение показателя
Коэффициент накопления износа	0,0928 %	0,4961 %	Показывает степень профинансированости за счет износа, замены и обновления основных средств.
Фондоемкость	1,0199 %	0,8899 %	Можно заметить, что в 1 квартале 2015 г. показатель фондоемкости по сравнения с 1 кварталом 2014 г. является снижен. Снижение показателя фондоемкости на предприятии означает рост

			эффективности организации производственного процесса. То есть предприятие с тем же самым количеством оборудования смогло увеличить объем выпуска продукции [4,с. 247].
Рентабельность	39,03 %	41,46 %	На АО «Ремдизель» данный показатель показывает высокий уровень доходности предприятия и экономической эффективности

Однако следует на сегодняшний день для АО «Ремдизель» порекомендовать обратить внимание на привлечение клиентской базы с целью увеличения доли рынка.

Для совершенствования финансовой деятельности предлагается АО «Ремдизель» проработать и внедрить программу следующих мероприятий:

1.Заключение долгосрочных договоров, ориентированных на исполнение государственных заказов. Обеспечивается данное положение за счет: осуществления массированной рекламы; предоставления услуг на испытание качества. Суть данного положения заключается в заключение контрактов от 3 - х до 5 лет.

2. Повышение качества. Для привлечения клиентской базы в условиях рыночной экономики необходимо обеспечивать высокое качество. Данное положение обеспечивается за счет: модернизации производства, оборудования и технологии; политики лояльности клиента; защиты своих рыночных позиций с использованием ценовых и иных методов; привлечение высококвалифицированных кадров по сравнению с конкурентами; стимулирование комплексных продаж.

3. Уменьшение сроков исполнения заказов. Обеспечивается за счет:

отлаженной системы диспетчерского управления производства, закупок комплектующий; применение результатов НТП в организации производства; подготовки финансовой сметы, т.е. соотнесение ожидаемых продаж с оценочной суммой торговых расходов и вероятной прибылью (норма прибыли от продажи).

4. Конкурентоспособная цена предоставляемых услуг. Достигается за счет: увеличения производительности труда; производства закупки комплектующих с применением тендеров для выявления более выгодных предложений; максимально быстрого возмещение произведенных затрат.

5. Расширение источников финансирования, а именно привлечение иностранных инвесторов. Данный аспект можно реализовать за счет анализа состояния рынка сбыта, улучшения имиджа фирмы путем создания специальных рекламных материалов; целесообразно перевести бухгалтерскую отчетность на международные стандарты бухгалтерского учета; обеспечение полной прозрачности всех финансовых операций осуществляемых предприятием.

Таким образом, результатом реализации предусмотренных концепцией аналитических процедур является финансовая модель организации, которая обеспечивает возможность оценки ее состояния в контексте операционной и финансовой деятельности. Выработанный комплекс планирования, основанный на обеспечении долгосрочных клиентов, повышении

уровня предлагаемых услуг, привлечении высококвалифицированных кадров по сравнению с конкурентами, уменьшении сроков выполнения заказов, на обеспечении активной политики лояльности клиента.

Список использованной литературы:

1. Вахрушина, М.А., Пласкова, Н.С. Анализ финансовой отчетности: учебник для студ. Вузов [Текст] / М. А. Вахрушина, Н. С. Пласкова. –М.: Вузовский учебник, 2015. - 367 с.
2. Акофф Р.Н. Планирование будущего корпорации. - М.: Прогресс, 2014. - 250 с.
3. Баканов М. И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: - 4 - е изд. доп. и перераб. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 400с.
4. Горемыкин В. А. Стратегическое планирование на предприятии М: Трикста, 2015. - 300 с.
5. Факторы и условия формирования бюджетов моногородов (на примере города Набережные Челны) Монография. – Набережные Челны: Издательско - полиграфический отдел НФ ГОУ ВПО НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2011. – 140 с.

© М.А. Падун 2016

УДК 331.2

С. В. Пелькова
К.э.н., доцент кафедры индустрии туризма
Тюменский государственный институт культуры
Г. Тюмень, Российская Федерация
А.А. Меншикова
студентка 4 курса факультета социально - культурных технологий
Тюменский государственный институт культуры
Г. Тюмень, Российская Федерация

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЕ

В настоящее время одной из актуальных тем для обсуждений является обеспечение эффективной системы оплата труда работников всех сфер деятельности, ведь на сегодняшний день эволюция российского общества и переход к рыночным отношениям требует постоянного поиска совершенствования данного вопроса. При этом бюджетная сфера требует особого переосмысления принципов и стандартов формирования заработной платы работников бюджетных организаций, так как современные условия стремительно изменяются, а система оплаты труда долгое время так и остается неизменной и не подстраивается под новые тенденции.

На начало 2015 г. в России насчитывалось свыше 13 млн. человек, работающих в бюджетной сфере экономики [8]. По данным Министерства труда и социальной защиты за

9 месяцев 2014 г. реальная заработная плата работников здравоохранения увеличилась на 11,9 % , а работников образования на 15,8 % [5].

Основной проблемой в системе оплаты труда работников бюджетной сферы является то, что заработок этих категорий работников формируется с учетом должности работника, и тем самым, исключается такой важный фактор как количество затраченного труда. Например, работники одной и той же категории могут выполнять абсолютно разные обязанности и иметь разную силу нагрузки и степень ответственности. Тем самым, возникает ситуация экономической несправедливости. Данная система оплаты труда не только не поощряет работников за выполненный труд, но и вынуждает отказаться от работы в бюджетных организациях. Следовательно, остается не налаженной система мотивации работников. Фиксирование заработной платы не дает вариантов для совершенствования, а отсутствие мотивационной базы способствует неэффективной работе. Если учесть важность и масштаб решаемых задач работников бюджетной сферы в рамках своих обязанностей, вложенный ими труд должен быть связан с эффективным материальным стимулированием их деятельности, и соответствие размера вознаграждения за результаты труда должно быть неотъемлемым фундаментом эффективного стимулирования.

Рассмотрим уже существующие системы оплаты труда в бюджетной сфере и оценим нынешнее состояние дел.

Предпосылка для перехода к новым системам оплаты труда в бюджетных организациях была предпринята еще в 1992 г. Нововведением являлась Единая тарифная сетка (далее - ЕТС). Данный механизм давал возможность государству в период реформирования экономики поддерживать уровень заработной платы с учетом инфляционных процессов. Для планомерного повышения уровня заработной платы Правительству РФ было необходимо увеличение тарифных ставок. Причем изменения, как правило, касались низших тарифных ставок, что со временем приводило уменьшению различий ставок крайних порядков, т. е. сокращение диапазона сетки. К примеру, по данным Минобразования России, доля учителей (включая руководителей и их заместителей) дневных общеобразовательных учреждений на 1 октября 1995 г., имеющих 12–14 - й разряды ЕТС, составляла 48,4 % , в 2002 г. – уже 75,8 % [3, с.78].

Таким образом, совершенствование систем оплаты труда в бюджетных учреждениях требовало изменений. Таким изменением стало постановление Правительства РФ от 22.09.2007 г. №605 «О введении новых систем оплаты труда работников федеральных бюджетных учреждений, и гражданского персонала воинских частей, оплата труда которых осуществляется на основе Единой тарифной сетки по оплате труда работников федеральных государственных учреждений» (в ред. от 28.03.2008 г.) [1]. В этот момент стала уже очевидной необходимость изменений и у работников регионального и муниципального подчинения.

Следует отметить, что особенностью оплаты труда в бюджетных организациях является то, что выплаты производится за счет средств бюджета. Заработная плата не зависит от результата деятельности, а зависит от количества выделенных денежных средств из бюджета на оплату труда. Размеры оклада устанавливаются в зависимости от показателей, как экономически - социальное положение региона, конкретные результаты деятельности

бюджетной организации. В связи с этим заработная плата в разных регионах страны абсолютна разная [4, с.61]

Опираясь на данные Федеральной службы государственной статистики, можно сказать, что введение новой системы оплаты труда повлекло положительные изменения в заработной плате работников бюджетных учреждений. Практически при постоянной численности работников в 2008 - 2012 гг. средимесячная заработная плата в сферах здравоохранения и социального обслуживания выросла в 1,75 раза, а в сфере образования - в 1,8 раза [6]. Но, тем не менее, отсутствие системы вовлечения самих сотрудников в оценку своей деятельности в учреждении, в достаточной мере не позволяет осознано работать над повышением своей ценности в учреждении. В результате можно сделать вывод о необходимости совершенствования существующей системы оплаты труда работников бюджетных учреждений с целью:

- повышения степени вовлеченности работников в деятельность учреждения;
- сокращение разницы средней заработной платы работников бюджетных учреждений и средней заработной платы по соответствующим должностям;
- усовершенствование критериев оценки эффективности труда;
- создание условий вовлечения работников в оценку своей деятельности для учреждения, и осознанной работы над повышением своей значимости для учреждения.

Система оплаты труда в бюджетных учреждениях, требует глубокого пересмотра существующих принципов и подходов. Сущность оплаты труда бюджетной организации может характеризоваться, с одной стороны, уровнем открытости персонала к методике разработки системы оплаты труда, а с другой стороны должна содержать обоснованную программу действий.

Одна из таких систем это «хэй - метод». В России данная методика зарекомендовала себя относительно недавно. Она пользуется значительной популярностью у многих крупных компаний. Автором данной методики является Эдуард Хэй, суть данной методики заключается в оценке роли должностей сотрудников в рамках организационной структуры и увязке заработной платы работников с их ценностью для организации. Данную методику можно адаптировать для использования в бюджетных учреждениях. То есть базовый оклад сохраняется, как постоянная составляющая, а надбавочная часть формируется по методике «хэй - метода» [4, с.62].

«Хэй - метод» является балльной системой оценки должностей. Основой метода являются таблицы «Хэй». В соответствии с таблицами все требования к должности разделены на факторы, которые состоят из параметров. Существуют три фактора:

- первая группа параметров - это знания и умения;
- вторая группа параметров - это решение вопросов;
- третья группа параметров представляет собой ответственность.

По итогу месяца экспертами делается оценка по каждому параметру и вносится в таблицу в виде чисел и процентов. В соответствии с полученными данными должностные «очки» гарантируют получение определенной заработной платы или социального пакета [4, с.63].

Цель метода заключается в анализе старания, умения и результатов деятельности своей работы. Основное отличие системы оплаты труда заключается в результатах деятельности,

а не в названии должности. При оценке так же учитываются показатели по стране средних заработных плат представленных должностей.

В отличие от тарифных сеток и фиксированных окладов, стандартной проблемой которых является отсутствие внутренней логики, таблицы «Хэй» более понятны и ранжированы, что просто необходимо для больших разветвленных структур (а это крайне характерно для бюджетной сферы). Решение о внедрения данного метода в сферу управляемую государством потребует большое количество усилий из - за определенной сложности, связанной с новизной и объемом профилей должностей, но данный метод позволит решить множество существующих проблем и улучшить качество работы бюджетных учреждений.

Список использованной литературы:

1. Постановление Правительства РФ от 22.09.2007 г. №605 «О введении новых систем оплаты труда работников федеральных бюджетных учреждений, и гражданского персонала воинских частей, оплата труда которых осуществляется на основе Единой тарифной сетки по оплате труда работников федеральных государственных учреждений» (ред. от 28.03.2008 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // legalacts.ru / doc / postanovlenie - pravitelstva - rf - ot - 22092007 - n - 605 /
2. Мухаметлатыпов, Р.Ф. Экономико - стоимостная модель труда: проблемы методологии и категориального анализа [Текст] : учеб. пособие / Р.Ф. Мухаметлатыпов, У.Ф. Ибрагимов. – Уфа: БИШ ТЭК, 2012. - 308с.
3. Нургатина, А.А. Проблемы совершенствования заработной платы в бюджетной сфере / А.А. Нургатина // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 4 - 1. – С. 78 - 80;
4. Садриева, А. Р. Введение новых систем оплаты труда работников бюджетной сферы [Текст] / А.Р. Садриева, С.З. Кабирова // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II междунар. науч. конф. (г. Санкт - Петербург, июнь 2013 г.). – Санкт - Петербург: Реноме, 2013. - С. 61 - 63.
5. Итоги года: о заработной плате работников бюджетной сферы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rosmintrud.ru
6. Численность работников бюджетных учреждений по видам экономической деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru.

© С.В. Пелькова, А.А. Меншикова, 2017

УДК 336.2

Е.А. Пермякова
Студентка Алтайского государственного аграрного университета,
г. Барнаул, Российская Федерация

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РФ

Глубокие и стремительные экономические изменения в современном мире обусловливают необходимость поиска новых подходов к анализу экономической жизни общества, исследованию особенностей и перспектив национальной экономики.

Национальная экономика является объектом изучения различных экономических наук. Так, экономические отношения и закономерности развития в ее отдельных отраслях изучают такие дисциплины, как экономика промышленности, строительства, сельского хозяйства и др. Экономическая теория рассматривает национальную экономику как целостную систему, раскрывает содержание ее основных понятий, общие закономерности развития.

Основу национальной экономики составляют предприятия, фирмы, организации, домашние хозяйства, объединенные экономическими взаимоотношениями в единое целое, выполняющие определенные функции в общественном разделении труда, производящие товары или услуги.

Главной целью всей экономической политики является создание эффективной и конкурентоспособной экономики. При этом механизмы и методы достижения этой цели включают в себя набор инструментов, позволяющий создать благоприятную среду для хозяйственной деятельности всех субъектов экономики независимо от форм собственности.

К основным целям развития российской экономики можно отнести:

- Стабильные высокие темпы роста национального объема производства. Это означает устойчивый рост производства товаров и услуг в данной стране без резких изменений, спадов и кризисов.

- Стабильность цен. Нужно учитывать, что неизменные в течение длительного времени цены замедляют темпы роста ВНП, снижают занятость населения. Низкие цены хороши для потребителя, но лишают стимула производителя, высокие же, наоборот, стимулируют производство, но снижают покупательную способность населения. Поэтому достижение стабильности цен в современной рыночной экономике означает не «замораживание» их на длительный период, а плановое регулируемое изменение [1].

- Поддержание внешнеторгового баланса. На практике это означает достижение относительного равновесия между экспортом и импортом, а также стабильный обменный курс национальной валюты на валюты других стран. Если в страну ввозится больше товаров, чем продается за границу, то возникает отрицательное сальдо торгового баланса. Если вывозится больше товаров, чем поступает в страну, то говорят о положительном сальдо. На состояние торгового баланса значительное влияние оказывает курс валюты. Повышение или понижение курса валют может изменить достигнутый баланс и вызвать положительное или отрицательное сальдо.

- Высокий уровень занятости. Он достигается в случае, если каждый желающий получить работу находит ее. Но это не означает, что полная занятость охватывает все трудоспособное население страны. В любой стране в каждый данный момент времени есть определенное количество людей, временно не работающих в связи со сменой места работы или места жительства. Кроме того, всегда есть структурная безработица, обусловленная несоответствием структуры новых рабочих мест, связанных с внедрением новых технологий, имеющейся структуре рабочей силы и отставанием последней по квалификационным требованиям и новым профессиям от спроса на эти профессии [3].

Переход национальной экономики к рынку невозможен без структурной перестройки страны. Структурные изменения происходят неравномерно, разными темпами. Если одни страны энергично приступают к преобразованиям, то в других, отмечаются незначительные изменения. Целью преобразований является не только установление эффективной экономической структуры народного хозяйства, но и прекращение спада производства, решение социальных проблем и в конечном итоге - формирование рыночных отношений. Это достигается путем ликвидации убыточных производств, созданием новых высокоэффективных рабочих мест, переориентацией производства на выпуск экспортной

конкурентоспособной продукции, а также огромным вложением финансовых средств, в т.ч. иностранных инвестиций.

Для современной внутриполитической обстановки нашей страны нельзя прибегать только к реализации экономического прогноза перехода к рынку, необходима проработка и составления политического прогноза.

Список использованной литературы

1. Басовский Л.Е. Экономическая теория: учебник. — М.: ИНФРА - М. – 2013. — 224 с.
2. Бевентер Э, фон Хампе Й. Основные знания по рыночной экономике в восьми лекциях. Пер. с нем. - М., 1993.
3. Бедрина Е.Б., Козлова О.А. и др. Введение в экономическую теорию. - Екатеринбург: УГТУ - УПИ. — 2009. — 210 с.
4. Будаева М.С. Разработка инновационных методов инвестирования воспроизводства основного капитала при использовании кредитной и лизинговой формы финансирования // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Иркутский государственный технический университет. Иркутск, 2011
5. Будаева М.С. Нормативное регулирование по налогам и сборам // Экономика, социология и право. 2016. № 1. С. 13 - 14
6. Игонина Л.Л. Инвестиции: Учеб. пособие / Л.Л. Игонина; Под ред. В.А. Слепова. – М.: Юристъ, 2012. – 480 с.
7. Колбачева Е.Б. Экономика. — М.: ИНФРА - М. — 2010. — 350 с.
8. Красникова Е.В.Экономика переходного периода. — М.: Омега - Л. — 2005. - 296 с.
9. Кругман, П.Робин. Основы экономикс. — СПб.: Питер. — 2012. — 876 с.
10. Кузнецов Б.Т. Макроэкономика. — М.: Юнити - Дана. — 2009. — 464 с.
11. Нечаев А.С., Антипина О.В. Налогообложение в России: анализ и тенденция развития // Финансы и кредит. 2014. № 1. С. 73.
12. Khokhlova G.I., Okladnikova D.R. Classification of factors as grounds for analysis of innovative - investment activity of small and medium businesses // Middle East Journal of Scientific Research. 2014. Т. 20. № 8. С. 900 - 904.
13. Хохлова Г.И. Платежные отношения как фактор развития рыночной экономики // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Байкальский государственный университет экономики и права. Иркутск, 2006
14. Янковский К. П. Инвестиции: Учебник / К. П. Янковский. – СПб.: Питер, 2012. – 368 с.

© Е.А. Пермякова, 2017

УДК 338

Н. Ю. Полякова, доцент кафедры "Экономика" НИМИ ДГАУ
Н.А. Пшеничная, Студентка 4 курса
Факультета бизнеса и социальных технологий НИМИ ДГАУ,
г. Новочеркасск, Российская Федерация

ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В условиях современной рыночной экономики планирование на предприятии приобретает особую значимость для обеспечения финансовой устойчивости бизнеса,

расширения производства, повышения конкурентоспособности продукции и других аспектов деятельности предприятия. Планирование является важным процессом, от которого во многом зависит конечный финансовый результат деятельности практически любого предприятия. Как технологический процесс планирование включает в себя создание комплекса мероприятий, которые определяют последовательность действий для достижения поставленных целей организации.

Планирование - один из экономических методов управления, выступающий как основное средство определения перспектив развития субъекта планирования, с расчетом необходимых ресурсов и методов достижения намеченных объемов деятельности [1, с. 7]. Уже в 1994 - 1996 гг. (через несколько лет после установления рыночных отношений) возникла необходимость в составлении бизнес - планов для обоснования финансовых вложений.

Таким образом, составление плана представляет собой начальный этап эффективного управления и стабильного развития предприятия. Постоянное ускорение процессов, протекающих на мировом рынке, ужесточающаяся конкуренция, рост требований рынка и нестабильное положение экономики страны требуют создания обоснованных планов, проектов и целевых программ, на основе которых будут приниматься эффективные управленческие решения.

В процесс планирования входит: определение и обоснование миссии предприятия, основополагающих принципов функционирования его структурных подразделений, постановка целей и задач среднесрочного и долгосрочного характера, описание способов достижения запланированного уровня экономических показателей, выбор тактики развития предприятия и средств реализации плана.

Основной критерий, помогающий определить, насколько качественно новой является производственная система конкретного предприятия, – это его способность конкурировать на профильном рынке. Именно поэтому производственный процесс в современных рыночных условиях должен соответствовать многим параметрам.

В первую очередь следуем обратить внимание на то, что в настоящее время жизненный цикл многих видов товаров значительно сократился. Например, если рассматривать рынок средств связи (мобильных телефонов, смартфонов, планшетов и т.д.), можно заметить, что с каждым годом обновленные модели технических приспособлений выходят на рынок все быстрее. Таким образом, в условиях набирающего обороты научно - технического прогресса современное предприятие для сохранения конкурентоспособности должно обладать высокой гибкостью производства и планировать свою деятельность, учитывая этот фактор. Новые принципы организации производства на современных предприятиях также предусматривают стремление нынешних руководителей бороться за качество не лишь путем соответствия продукции стандартам и техническим условиям, но и ориентацией на перспективные потребности аудитории.

Технология современного производства усложнилась настолько, что сейчас создателям производственных процессов нужно прибегать к совершенно новым формам контроля, организации и разделения труда. Новые принципы организации современного производства не представляются возможными, когда работа осуществляется сборочными линиями или стремлением разбить деятельность на отдельные частичные операции.

Повышение конкурентоспособности продукции сегодня становится реальным лишь посредством повышения качества и снижения издержек производства.

Стоит также отметить, что сегодня сильно возросли требования к качеству. Они значительно изменили характер принятия решений в этом направлении. Сейчас не достаточно выпускать просто качественную продукцию – нужно так же учесть необходимость послепродажного сервиса, что является стремлением максимально удовлетворить индивидуальные требования различных потребителей. Кроме того, новые принципы организации современного производства также предусматривают резкое изменение структуры издержек производства. Теперь производитель больше ориентируется на снижение прямых затрат труда.

Существует множество методов планирования на предприятии. К ним относятся: расчетно - аналитический метод, метод оптимизации плановых решений, балансовый, нормативный методы, методы экономико - математического моделирования, сетевой метод и др.

Современные условия деятельности предприятий вынуждают использовать сразу несколько методов планирования и внедрять новые, позволяющие более эффективно реагировать на изменение внешних условий, более понятно и наглядно описывать достижение результатов, анализировать последствия принятия тех или иных решений. Это связано с тем, что большинство из представленных методов не способны дать высокую точность прогнозов в современных условиях. [2]

Список использованной литературы:

1. Савкина Р. В. Планирование на предприятии: Учебник / Р. В. Савкина. - М.: Издательско - торговая корпорация "Дашков и К", 2013

2. Чумакова М. В. Современное состояние процессов планирования на предприятии // Молодой ученый. — 2016. — №20. — С. 451 - 457.

© Н. Ю. Полякова, Н. А. Пшеничная, 2017

УДК 336.77

Ю.Г. Притула
студентка факультета Экономики и управления
Е.А. Дегтяренко, А.А. Блащинская
студентки факультета ВШМБ
Южный институт менеджмента,
г. Краснодар, Российская Федерация

ЗНАЧЕНИЕ РОЗНИЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Кредит – это предоставление денежных средств или товаров в долг (главные условия – возвратность, срочность и платность) и с уплатой процента. Все кредиты обладают рядом

общих принципов, которые в обязательном порядке присущи каждой из операций данной разновидности:

– договорный режим отношений между кредитором и заемщиком (заключается кредитный договор);

– платность (установление и дальнейшее взимание с заемщика процентной ставки по кредиту);

– срочность (установление срока кредита);

– целевой характер (регулярный контроль кредитора за операциями заёмщика).

В зависимости от срока погашения, все кредиты подразделяются на следующие виды:

– краткосрочные (до 1 года);

– среднесрочные (1 года – 3 лет включительно);

– долгосрочные (свыше 3 лет).

В данной статье рассматривается розничный кредит (кредит для физических лиц). Это такой вид займа, который выдается населению на личные потребности. Данное определение почти идентично термину «потребительский кредит». В таком виде кредитования преобладают кредиты сроком от 31 дня.

В современной экономике кредит считается одним из основных условий и предпосылкой экономического развития страны, а кроме того, важной и необходимой составляющей финансового роста, все это обуславливает развитие концепции кредитования физических лиц. Ежегодно возрастает объем подобного кредитования и расширяется перечень предоставляемых банками кредитных товаров физическим лицам.

Рассмотрим подробнее виды кредитования физических лиц:

– потребительские займы (займ на ремонт дома, покупка дорогостоящей электробытовой техники либо тв техники);

– автомобильный кредит (подразумевает приобретение нового автомобиля либо подержанного);

– ипотечное кредитование (дает возможность приобрести недвижимости как в новостройке, так и в частном секторе);

– заимствование на получение образования (вид кредитования на обучение). В этом кредите минимальная процентная ставка и отсрочка платежа до окончания обучения);

– кредитные овердрафты (связаны с заработной платой);

– доверительные кредиты физическим лицам (данный вид кредитования весьма распространен, так как не имеет большой бумажной загруженности. При оформлении его требуется только паспорт);

– кредитование на неотложные потребности (так называемый «быстрый займ». Он выдается без поручителей и под максимальные проценты).

Нынешняя тенденция формирования раздела кредитования физических лиц такова, что большинство банков в первую очередь стремятся сделать все свои продукты направленными, в первую очередь, на удобство клиента. Почти все кредитные организации предпочитают выдавать кредит в виде счета, который в свою очередь привязан к пластиковой карте. В данном случае клиенту не приходится обналичивать всю сумму, а расходовать ее постепенно в безналичном порядке. Такой вид достаточно удобен и практичен, и, тем самым, он подкупает. Большинство банков рассылают подобные пластиковые карты по почте, либо предлагают оформить ее тем клиентам, которые уже

пользуются услугами банка. Определенные компании занимаются привлечением клиентов через сети Интернет, даже предоставляют такую возможность как оформление кредитных карты через сеть Интернет.

Рассмотрим статистику по выдаче кредитов. В 2016 году оформили 2,003 млн. новых кредитов на сумму 271,03 млрд. руб. Если сравнивать с 2015 г., то количество выданных кредитов уменьшилась на 4 % , что составило 2 млн., но объемы возросли на 13 % - 238,40 млрд. руб. Средняя статистика по выдаче кредита наличными средствами за год увеличилась с 93 тыс. руб. до 111 тыс. руб.

Если рассматривать кредиты, взятые на покупку автомобилей, то показатели возросли: количество новых кредитов – на 2 % , а их объем на 16 % .

В 2016 г. было выдано 22,35 тыс. автокредитов на сумму 17,20 млрд. руб. Средний размер автокредита составил 770 тыс. руб., что выше, чем в прошлом году (в 2015 г. средний размер автокредита составил 675 тыс.руб.).

В 2016 г. банки оформили 18,04 млн. новых кредитов на общую сумму 2,26 трлн. руб. Сравнивая с 2015 г., показатели возросли на 16 % , а общая сумма на 31 % .

Несмотря на непростое и далеко не прочное положение современной экономики, кредиты среди физических лиц пользуются достаточно большой популярностью. Общество предпочитает переплатить конкретный процент за использование заемными средствами, однако, заплатить за все свои потребности и нужды в данный момент. При этом, с каждым годом объемы размещенных кредитными организациями денежных средств увеличивается. Значительную долю из всех выданных кредитов оформляют в национальной валюте, т.е. рублях. Это связанно, в первую очередь, с тем, что курс иностранной валюты постоянно испытывает мощные изменения. По этой причине кредиты в иностранной валюте себе могут позволить лишь только те граждане, которые чаще всего бывают за границей (работа). Другим это просто - напросто нерентабельно.

Несмотря на непростую финансово - экономическую обстановку в государстве и в мире, потребность на кредитные банковские продукты у населения только увеличивается. Это подтверждают показатели, указанные на официальном сайте Центрального Банка Российской Федерации. Согласно этим данным, кредиты в иностранной валюте пользуются достаточно невысокой популярностью среди физических лиц, поскольку курс иностранной валюты способен достаточно сильно изменяться изо дня в день.

В заключении отметим, что розничное кредитование имеет очень важное значение как в развитии экономики страны за счет повышения совокупного спроса, так и в повышении благосостояния населения. Данный сегмент рынка банковских услуг имеет достаточно высокий потенциал, требующий дальнейшего развития и ориентацию на большее количество клиентов. Розничное кредитование стимулирует продажи товаров и услуг, сокращает издержки обращения, приносит кредиторам существенные доходы и прибыль. Вместе с тем, и население получает возможность приобретать необходимую вещь в момент ее наивысшей актуальности для потребителя.

Список использованной литературы:

1. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации. - https: // www.cbr.ru / .

2. Чумакова Н.А., Болтава А.Л. Скоринг как метод оценки кредитоспособности физического лица // Социально - экономические проблемы развития Южного макрорегиона Сборник научных статей. Под редакцией Ермоленко А.А.. Краснодар, 2010. С. 194 - 201.

© Ю.Г. Притула, Е.А. Дегтяренко, А.А. Блащинская, 2017

УДК 339.9

В.И. Рой
студент факультета ВШМБ
В.А. Сухенко, Ж.А. Адамян
студентки факультета Экономики и управления
Южный институт менеджмента,
г. Краснодар, Российская Федерация

ЕАЭС КАК СУБЪЕКТ МЕЖДУНАРОДНОГО ПРАВА

Евразийский экономический союз – это международная организация региональной экономической интеграции, для которой характерна международная правосубъектность. В настоящее время в мировом хозяйстве продолжается углубление процессов международной интеграции [2]. ЕАЭС создан в целях всесторонней модернизации, кооперации и повышения конкурентоспособности национальных экономик и создания условий для стабильного развития в интересах повышения жизненного уровня населения государств - членов.

Договор о Евразийском экономическом союзе, вступивший в силу 1 января 2015 года, юридически оформил ЕАЭС в качестве полноправного субъекта глобальных экономических отношений и стал прочным фундаментом для выстраивания международных связей между Союзом и другими субъектами международных отношений – третьими странами, их интеграционными объединениями и международными организациями [1]. Определив статус ЕАЭС как международной организации региональной экономической интеграции, государства - члены наделили новое образование международной правосубъектностью, то есть правом заключать международные договоры с другими субъектами международных отношений и принимать на себя соответствующие статусу международной организации обязательства.

Для придания Договору о Евразийском экономическом союзе соответствующего международного статуса и юридической силы на самом высоком международном уровне, а также для трансляции мировому сообществу стратегических целей и приоритетов экономического Союза, серьезности и долгосрочности принятых государствами - членами на себя и делегированных образованному ими экономическому Союзу соответствующих обязательств предусмотрена обязательная регистрация Договора в Секретариате ООН. Начатая в июле 2015 года регистрация Договора и публикация по ее завершении зарегистрированного текста Договора призваны продемонстрировать миру приверженность государств - членов целям и принципам Устава ООН, а также сделать содержание Договора достоянием мировой общественности.

За период, прошедший с принятия Генеральной Ассамблеей ООН (67 - я сессия, 2012 год) резолюции, отметившей начало функционирования Евразийской экономической комиссии как постоянно действующего регулирующего органа Таможенного союза и Единого экономического пространства Беларуси, Казахстана и России, до включения в повестку 70 - й сессии Генеральной Ассамблеи ООН (октябрь 2015 года) проекта резолюции о предоставлении Евразийскому экономическому союзу Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана и России статуса наблюдателя в Генеральной Ассамблее ООН (70

сессия, 2015 год) евразийский интеграционный проект приобрел не только юридическую самостоятельность и признанное на международном уровне влияние, но стал активным и заметным актором международных отношений.

В целях расширения международного признания Евразийского экономического союза ЕЭК вела работу, направленную на формирование представлений о ЕАЭС как о надежном и предсказуемом экономическом партнере. Представители Комиссии выступали с докладами и презентациями перед правительственными, деловыми и экспертными кругами Европы, Латинской Америки, Азии, стран СНГ, в США, ЮАР и др., принимали участие в регулярных встречах с дипломатическими представительствами и представительствами международных организаций и бизнес - структур.

Евразийская экономическая комиссия, начавшая функционировать в 2012 году, развивала международное сотрудничество в разных формах, на разных уровнях и по разным направлениям – с третьими странами и международными организациями (универсальными и региональными), с органами власти третьих государств и межгосударственными неправительственными объединениями. На сегодняшний день география международного сотрудничества охватывает практически все страны и регионы мира – государства СНГ и страны Европы, Азиатско - Тихоокеанского региона и Латинской Америки, Ближнего Востока и Африки.

В целом, реализуемое ЕАЭС и его органами международное сотрудничество позволяет не только зафиксировать взаимные намерения и взаимное понимание Сторон по отдельным вопросам, но через развитие торгово - экономического сотрудничества государств - членов с третьими странами содействовать устойчивому развитию государств - членов, диверсификации их экономик, инновационному развитию, повышению объемов и улучшению структуры торговли и инвестиций, ускорению интеграционных процессов, а также дальнейшему развитию Союза как эффективной и конкурентоспособной в международном масштабе организации.

Взаимодействие ЕАЭС на внешнем треке развивается в разных форматах – от меморандумов о взаимопонимании, сотрудничестве и углублении сотрудничества до соглашений о создании зоны свободной торговли (ЗСТ). С учетом признанной за ЕАЭС международной правосубъектности по вопросам, находящимся в сфере его наднациональной компетенции, подчиняемая решению задач, стоящих перед Союзом, международная деятельность Союза и его органов будет приобретать новые формы и содержание.

Создание сети преференциальных соглашений, которые обеспечат выгодные торговые связи с партнерами в различных регионах, является приоритетной задачей в области торговой политики ЕАЭС. Сеть из зон свободной торговли призвана одновременно и создавать лучшие условия для расширения экспортных поставок не сырьевых товаров, и включать экономики стран Союза в глобальные цепочки добавленной стоимости.

Сегодня ЕАЭС, сформировав общий рынок товаров и услуг, является привлекательным партнером по ЗСТ. Его очевидные преимущества – емкий рынок с населением более 180 млн человек, доступ к недорогим энергоресурсам и квалифицированной рабочей силе, транспортной инфраструктуре, а также уникальное географическое расположение, позволяющее связывать и укреплять отношения между Европой и Азией. В адрес ЕЭК и стран ЕАЭС регулярно поступают обращения о заключении подобных соглашений с

Союзом. Суммарное количество потенциальных партнеров, заявивших о своем интересе, достигает 40.

Реализуемое ЕАЭС и его органами международное сотрудничество позволяет не только зафиксировать взаимные намерения и взаимное понимание Сторон по отдельным вопросам, но через развитие торгово - экономического сотрудничества государств - членов с третьими странами содействовать устойчивому развитию государств - членов, диверсификации их экономик, инновационному развитию, повышению объемов и улучшению структуры торговли и инвестиций, ускорению интеграционных процессов, а также дальнейшему развитию Союза как эффективной и конкурентоспособной в международном масштабе организации.

Список использованной литературы:

1. Евразийский экономически союз. Правовой портал. Электронный ресурс. – Режим доступа: https: // docs.eaeunion.org / docs / ru - ru / 01012502 / clco _ 29122016 _ 229

2. Чумакова Н.А., Сапрыкина В.Ю. Современные тенденции внешнеэкономической деятельности // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2016. – №4(16). – С.42 - 46.

© В.И. Рой, В.А. Сухенко, Ж.А. Адамян, 2017

УДК 336.2

М.В. Рыбасова
Канд.полит.наук, доцент ,
ФГАОУ ВО «Северо - Кавказский федеральный университет»,
г. Ставрополь, Российская Федерация
Е.С. Карасева
студентка 2 курса
ФГАОУ ВО «Северо - Кавказский федеральный университет»

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ

Экономический анализ функционирования любого субъекта хозяйственной деятельности направлен на решение задач повышения эффективности вложенных средств, произведённых расходов и затрат. Анализ всех экономических вопросов в РФ показывает достаточно спокойное состояние. На основе данных ФНС России, поступление доходов в консолидированный бюджет РФ в 2015 году составляли 6 989,1 млрд. рублей. Если сравнивать 2014 год, то поступления в 2015 году на 796,1 млрд. рублей были больше, а это на 12,9 % .

Несмотря на то, что ФНС России успешно решает вопросы по поступлениям в консолидированный бюджет, можно сказать о том, что все это стоит на месте. Если сравнивать поступления в федеральный бюджет и общий объем поступлений в

консолидированный бюджет РФ на 2015 год и 2014 год, то явно видно, что он сохраняется на том же уровне в размере 51 % .

Таблица 1 - Динамика доходов консолидированного бюджета России и федерального бюджета за 2014 – 2015 гг.

Статьи доходов	2014 год				2015 год			
	КБ России	Удельный вес, %	ФБ	Удельный вес, %	КБ России	Отклонение, %	ФБ	Удельный вес, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
НДПИ, млрд.руб.	1 484	24	1 466	46	1 661	24	1 635	46
НДС	1 163	19	1 163	37	1 304	19	1 304	36
НДФЛ, млрд.руб.	1 198	19	-	-	1 245	18	-	-
Имущественные налоги	427	7	-	-	473	7	-	-
Акцизы	480	8	242	8	487	7	248	7
Остальные налоги	284	4	108	3	317	4	121	4
Всего, млрд.руб.	6 193	100	3 160	100	6 989	100	3 576	100

Составлено автором на основании [1]

Из данных таблицы 1 видно, что доходы в 2015 году в консолидированный бюджет России сформированы за счет поступления НДПИ (24 %), налога на прибыль (21 %), НДС (19 %), а также НДФЛ (18 %), в совокупности это нам дает 82 % , а на 2014 г. в том же периоде составила 81 % .

При этом, непосредственно, из общей суммы доходов в федеральный бюджет 2015 года поступили следующие доходы: НДПИ – 46 % , НДС – 36 % , акцизов – 7 % , а также налог на прибыль организации – 7 % .

В 2014 НДПИ составили 46 % , НДС – 37 % , налог на прибыль - 6 % , а акцизы – 8 % , что на один процент больше, чем в 2015 году. Представим структуру федерального бюджета.

При этом в совокупность доходов, полученных в 2014 году составили следующие налоги: НДФЛ, налог на прибыль, имущественные налоги и акцизы, а в совокупности они составили 93 % , в 2015 году эти же налоги также составили 93 % .

Таблица 2 - Поступления налога на прибыль организаций в консолидированный бюджет РФ в 2014 - 2015 гг.

	Поступило, млрд.руб.		Темп, %
	2014 г.	2015 г.	
1	2	3	4
В Консолидированный бюджет РФ	1157	1502	129,8
в том числе:			
в Федеральный бюджет	181	268	147,9
в Консолидированный бюджет субъектов РФ	976	1 234	126,4

Составлено автором на основании [1]

По данным ФНС поступления в 2015 году по налогу на прибыль организации составили 1 502 млрд. руб., а это на 29,8 % больше, чем в этот же период в 2014 году. Это происходит потому, что прибыли организаций растут, а значит и налоговые поступления тоже растут (таблица 2).

По данным Федеральной службы государственной статистики [2], в первом полугодии 2015 года финансовый результат крупных и средних организаций составил 5 477,7 млрд. руб., а это на 45, 5 % больше, чем в 2014 году, а консолидированный финансовый результат составил + 4 696,8 млрд. рублей, это на 57,7 % больше, чем в 2014 году. Количество организаций, которые потерпели убытки, понизилось на 1,8 % , и общая сумма убытков составила 780,9 млрд. рублей, это на 0,7 % меньше, чем в 2014 году.

Из всего можно сделать вывод, что суммы доходов растут, но нужно сказать, что этот рост практически не отличается, от того какими темпами растет инфляция, что говорит о том, что прибавки к доходам сразу же покрываются индексациями, которые необходимы для государственных расходов. Реальные доходы населения снижаются, но при этом растет прибыль организаций, которую они получают за счет повышения цен, но получаемые доходы они не вкладывают в производство (за счет льгот это показало бы снижение облагаемой прибыли), а просто выводят из производства, какими методами, это уже касается каждого предприятия в отдельности (это может происходить, например, за счет выплаты дивидендов).

Следует отметить, что снижение составило 1356,6 млрд. руб. к неналоговым поступлениям относятся городская и земельная рента, какие - либо доходы от тарифных платежей за услуги, которые предоставляются органами местного самоуправления, санкционные штрафы, пошлины и сборы. Понижение неналоговых поступлений могло быть вызвано понижением хотя бы одного из этих пунктов. Безвозмездные поступления в 2014 году были намного меньше, чем в 2013 году на 38,3 млрд. руб. Но в 2015 году они выросли высокими темпами на 195,6 млрд. руб.

Отметим, что в неналоговых поступлениях занимают большую часть таможенные пошлины и сборы, доходы от внешнеэкономической деятельности и доходы по использованию имуществом, которое находится в государственной собственности. В 2015 году неналоговые поступления снижаются в общем федеральном бюджете за счет значительного снижения таможенных пошлин, т.к. в 2014 году они составляли 32 % , а в 2015 году стали составлять 23 % .

Таблица 3 - Динамика расходов федерального бюджета РФ в 2013 - 2015 гг.

Расходы	2013		2014		2015	
	млрд.руб.	Удельный вес, %	млрд.руб.	Удельный вес, %	млрд.руб.	Удельный вес, %
1	2	3	4	5	6	7
Национальная оборона	2 103,60	15,8	2 478,60	16,7	3 031,30	19,5
Социальная политика	3 833,10	28,7	3 452,40	23,3	4 168,30	26,9
Национальная экономика	1 849,30	13,9	2,062,8	13,9	2205,5	14,2

Национальная безопасность	2 061,60	15,5	2 085,70	14,1	2 140,90	13,8
Общегос.вопросы	850,70	6,4	928,60	6,3	1 105,50	7,1
Межбюджетные трансферты	637,00	4,8	663,60	4,5	715,20	4,6
Прочие расходы	2 007,60	15	3 158,90	21,3	2 146,40	13,8
ВСЕГО	13 342,90	100	14 830,60	100	15 513,10	100

Составлено автором на основании [1]

По данным таблицы 3 видно, что государство с каждым годом увеличивает свои расходы в сфере национальной обороны, его часть в федеральном бюджете в 2015 году составляет 19,5 % . Большую часть составляет социальная политика почти 30 % .

Необходимо отметить, что в Федеральном законе от 01.12.2014 № 384 - ФЗ «О федеральном бюджете на 2015 год и плановый 2016 и 2017 годы» [3], указано, что доходная часть федерального бюджета будет строиться из расчета, что стоимость нефти будет стоить 100 долларов за баррель, а в данный момент цена колеблется от 40 до 45 долларов, а в 2015 году 60 долларов за баррель. Поэтому Министерство финансов предлагает сокращение расходов в 2016 году примерно на 10 % кроме расходов в сфере обороны. Говорить о том, что государство следует расходам, которые были запланированы в законе, нельзя. Т.к. там рассчитывалось на другую экономическую ситуацию.

Следовательно, расходы превышают доходы федерального бюджета. Также необходимо отметить, что Министерство финансов справе обратиться к Резервному фонду и использовать до 500 млрд.руб. (из 4,9 трлн.руб, которые там находятся).

Таким образом, в данный момент в России сложилась непростая экономическая ситуация. Это касается падения цен на нефть, введение санкций. Эти ситуации должны наталкивать на поиски новых доходов, зависящих не от нефти, а введение санкций должно наталкивать на развитие промышленности и проведение политики импортозамещения.

Как отмечает официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации, Материалы основных направлений налоговой политики необходимо учитывать как при планировании федерального бюджета, так и при подготовке проектов бюджетов субъектов Российской Федерации и бюджетов муниципальных образований. Основные направления налоговой политики не являются нормативным правовым актом, однако этот документ представляет собой основание для подготовки федеральными органами исполнительной власти проектов изменений в законодательство Российской Федерации о налогах и сборах и внесения их в Правительство Российской Федерации.

Помимо решения задач в области бюджетного планирования, основные направления налоговой политики позволяют экономическим агентам определить свои бизнес - ориентиры с учетом предполагаемых изменений в налоговой сфере на трехлетний период. Это повышает определенность условий ведения экономической деятельности на территории Российской Федерации [4].

Необходимо отметить, что когда государство разрабатывает экономическую политику, ему необходимо учитывать некоторые случаи.

Во - первых, это уклонение от налога, здесь выделяют легальное и нелегальное уклонение. Легальное, это когда потребитель в связи с повышением акциза на товар или его введение, начинает меньше покупать этого продукта. С этим уклонением государство может бороться только понижением акциза. К нелегальному отклонению относится, когда налогоплательщик незаконно уклоняется от платы налога. В этом случае, государство может только улучшать налоговый аппарат, который будет способен вовремя отслеживать такие случаи.

Во - вторых, налогоплательщик может усовершенствовать свое оборудование, для производства товара по более низкой себестоимости, и за счет этого выигрыша уплачивать налоговое бремя, которое было повышено.

Также необходимо отметить, что предприниматель при повышении налогового бремени будет рассматривать следующую ситуацию: если сумма налогового бремени будет выше, чем сумма, которую от уплатит при уклонении от уплаты, и при этом вероятность выявления отклонения будет мала, то, скорее всего он выберет уклонение от налога.

Поэтому, чтобы избежать такой ситуации, государство должно устранить слабость контроля. Также следует отметить, что государство не должно устанавливать слишком высокие налоги, иначе это приведет к свертыванию или точнее к краху экономической и хозяйственной деятельности предпринимателей.

Таким образом, среди основных направлений совершенствования налоговой системы можно выделить:

- Необходимо упорядочить и упростить налоговое законодательство;
- Усилить контроль;
- Снизить общую налоговую нагрузку;
- Необходимо увеличить доходы за счет выведения бизнеса «из тени».

Еще необходимым и важным направлением совершенствования налоговой политики РФ является то, что до 2018 г. планируется ввести налог на недвижимое имущество, и это будет касаться теперь не только физических лиц, но и организаций. Облагаться будет имущество, которое находится у организаций на праве собственности. Этот налог будет относиться к региональным налогом с передачей части в местные бюджеты.

Как отмечается в официальном сайте Министерства финансов Российской Федерации [4], в течение очередного трехлетнего периода приоритетом Правительства Российской Федерации останется недопущение какого - либо увеличения налоговой нагрузки на экономику. Такого рода предложения не будут вноситься Правительством Российской Федерации в Государственную Думу, а также не будут поддерживаться в тех случаях, когда они будут поступать от других субъектов права законодательной инициативы. Фактический мораторий на увеличение налоговой нагрузки в текущем 2016 году, а также в ближайшие два года должен обеспечить стабильность налоговой системы и повысить ее привлекательность для инвесторов. Одновременно Правительство Российской Федерации планирует дальнейшее применение мер налогового стимулирования инвестиций, проведения антикризисных налоговых мер, а также дальнейшее повышение эффективности системы налогового администрирования.

При этом налоговая политика Российской Федерации должна отвечать современным глобальным вызовам, среди которых, прежде всего, санкции, введенные против России.

Таким образом, для того чтобы обеспечить эффективное налогообложение необходимо наладить сочетание механизма, который выбран, с задачами и целями, которые поставило перед собой государство.

Список использованных источников

1. URL: http: // www.nalog.ru / rn77 / – сайт Федеральной налоговой службы.
2. URL: http: // www.gks.ru.
3. Федеральный закон от 01.12.2014 № 384 - ФЗ «О федеральном бюджете на 2015 год и плановый 2016 и 2017 годы».
4. Информация официального сайта Министерства финансов Российской Федерации: http: // minfin.ru / ru / document / ?id _ 4=62450&area _ id=4&page _ id=2104&popup=Y#ixzz46fdLzPsM.

© М.В. Рыбасова, Е.С. Карасева, 2017

УДК 331

Е.О. Сайпушева
студентка Уфимского филиала
Финансового университета при Правительстве РФ

СУЩНОСТЬ КОНТРОЛЯ И ЕГО НЕОБХОДИМОСТЬ В УПРАВЛЕНИИ

Аннотация: В статье рассматривается процесс контроля в управлении строительной организацией. Сформулирован вывод о необходимости контроля для повышения эффективной деятельности организации.

Ключевые слова: функция контроля, необходимость контроля, формы и виды контроля.

Выявить погрешности в принятии решения, а также определить, достигнуты ли назначенные цели организации можно благодаря выполнению одной из четырех функций менеджмента - функции контроля.

Контроль – это система наблюдения и проверки достижения объекта управления запланированных целей. Проводя контроль, руководство организации выясняет, верные ли его решения и не нужно ли их корректировать [1].

Без надежной системы контроля ни одна организация не может успешно функционировать. Так, консультант - психолог по управлению Н. М. Власова считает, что:

1) при контроле исчезает неопределенность. Даже в самых скрупулезно разработанных планах и программах не могут учесть все, что нужно;

2) контроль способствует предвидению кризисных ситуаций. Т.е. есть возможность вовремя выявить ошибки и исправить их, чтобы они не помешали достижению целей организации;

3) руководство, контролируя деятельность организации, помимо ошибок обнаруживает и успехи организации, а также определяет наиболее эффективные направления деятельности [2].

Выделяют следующие задачи контроля:

во - первых, контроль позволяет выявить во внешней, а также во внутренней среде организации факторы, оказывающие существенное влияние на ее функционирование и развитие;

во - вторых, контроль помогает обнаружить нарушения, ошибки, которые не избежать в деятельности любой организации, и оперативно принять меры по их устранению;

в - третьих, по результатам проведения контроля можно оценить работу организации, определить эффективность и надежность системы контроля.

При проведении функции контроля оценивается и измеряется как процесс осуществления принятых организацией решений, так и соответствие решений, которые были приняты ранее и реализовавшие развитие условий принятия решений [3].

ООО «Град» - строительное предприятие Московской области. Предприятие занимается строительством жилья – многоквартирных многоэтажных домов повышенной комфортности со встроенными помещениями и подземными автостоянками, офисными помещениями.

Анализ исполнения функции контроля показал, что в ООО «Град» используются две формы контроля: финансовый и административный.

Финансовый контроль проводится на основании соотношения результатов за определенный период с финансовым планом предприятия. Каждое хозяйственное подразделение предоставляет финансовую отчетность по важнейшим показателям деятельности.

Административный контроль – соответствие хозяйственных результатов показателям, которые запланированы в текущем бюджете. Формы проведения контроля в ООО «Град» – это должностные инструкции, положения о структурных подразделениях, правила трудового распорядка.

Предварительный контроль проявляется в проверке предстоящих расходов на строительство на их целесообразность, также в предотвращении незаконного оттока денежных средств.

Текущий контроль выполняют в ходе осуществления работ. Объектом текущего контроля являются подчиненные сотрудники. Текущий контроль над деятельностью на строительных площадках проводится производителями работ, а деятельность производителей работ контролируется главным инженером.

В ООО «Град» высший управленческий состав еженедельно проводит планерки в кабинете директора, там обсуждаются результаты деятельности организации, допущенные ошибки, а также разрабатывают ход дальнейших действий. Директор в ходе разработки решений поручает руководителям подразделений: приказы и рекомендации.

После завершения строительства здания проводится заключительный контроль, его выполняет руководство ООО «Град» путем проведения анализа фактических и плановых показателей.

Руководство ООО «Град» старается держать под контролем те факты, которые непосредственно влияют на результаты деятельности предприятия. Таким образом, они выявляют возможные слабые звенья и сразу же продумывают систему наблюдения для решения выявленных отклонений.

Контроль как функция менеджмента является необходимым условием для увеличения эффективности деятельности организации и повышения её конкурентоспособности.

Список использованной литературы:

1. Брусенцова, Л.С. Теория организации и организационное поведение: Учебное пособие / Л.С. Брусенцова. – Уфа: Здравоохранение Башкортостана, 2013. – 120 с.

2. Буравлева, М.Б. Управленческий контроль в деталях / М.Б. Буравлева // Управленческий учет и финансы. – 2010. – №2. – С. 106 - 113.

3. Веснин, В.Р. Менеджмент: учебник. – 4 - е изд., перераб. и доп. / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2015. – 616 с.

© Е.О. Сайпушева, 2017

УДК 338.2

В. В. Сарапулова
студент 4 курса экономического факультета
Северо - Кавказский федеральный университет
Г. Ставрополь, Российская Федерация

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время, эффективность экономической деятельности предприятия представляется в финансовых результатах.

Самостоятельность субъекта хозяйствования выступает в формировании цели, выбора вида деятельности, ассортимента предприятия, устанавливает цены, предоставляет сведения о прибыли, то есть принимает к учету выручку от реализации. Главной целью в условиях современного рынка– это получение прибыли и уменьшение убытков.

Предприятие достигает эту цель, только в том случае, когда субъект хозяйствования своей продукцией полностью удовлетворяет потребности общества.

На любом предприятии главная составляющая финансового результата отчетного периода - прибыль от реализации продукции. Она представляет собой разницу между выручкой от реализации и затратами на реализованную продукцию, т.е. себестоимостью. Иные доходы и расходы представляют финансовый результат от операций, которые имеют связь с движением имущества предприятия. Если происходит такая ситуация, при которой затраты по аннулированным доходам, прекращенному производству и подвергаются компенсации, покрывающие суммы включаются в прочие операционные расходы. В составе операционных доходов и расходов находят отражения так же операции, которые имеют связь с продажей предприятием иностранной валюты и возникающие курсовые разницы; операции и расходы, связанные с покупкой иностранной валюты, результаты переоценки имущества и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте, суммы причитающихся к уплате налогов за счет финансовых результатов и другие,

менее значительные доходы и расходы. Их сальдо определяет рост или снижение прибыли отчетного периода по сравнению с прибылью от реализации.

Показатели финансовой деятельности предприятия, являются информационной базой анализа финансовых результатов предприятия. Наиболее важные показатели финансовых результатов деятельности представлены в форме 2 годовой отчетности и квартальной бухгалтерской отчетности организации.

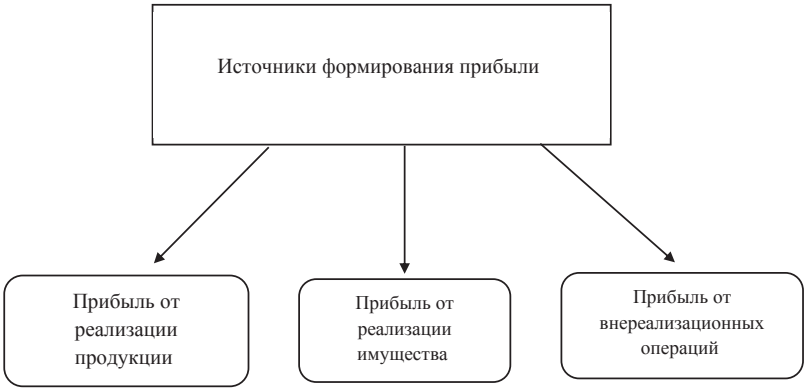


Рисунок 1.2 - Источники формирования прибыли

Прибыльность, как правило, принято считать основным показателем успешной работы предприятия. Прибыли, как критерия оценки, имеет слабые стороны. Иногда с целью сокрытия фактических результатов происходит манипулирование показателями прибыли, с целью сокрытия фактических результатов, что нередко происходит на предприятии. На самом деле прибыльность предприятия увеличивается за счет заемного капитала, а не за счет собственного.

Прочие внереализационные доходы и расходы включают финансовые результаты, которые не были отражены в предыдущих показателях прибыли. Их состав имеет особый характер: это либо случайные, нерассчитанные суммы, либо приобретенные и уплаченные штрафы, которые связанны с искажением договорных обязательств. Здесь, в частности, отражаются кредиторская и дебиторская задолженности; суммы, которые поступили в счет дебиторской задолженности, которая уже получила статус - безнадежной, полученные штрафы, неустойки, шарфы за нарушение договоров и возмещение причиненных предприятию убытков.

В современных условиях финансового состояния заключается в том насколько своевременно происходит оплата продукции, поскольку любая задержка поступления выручки тянет за собой рост кредиторской задолженности предприятия, штрафных санкций за просрочку платежей, приводит к необходимости привлекать банковские кредиты для пополнения оборотных средств. Это связанно с возникновения социальной напряженности в коллективе, возникновением финансовых проблем, ухудшением отношений с поставщиками сырья и материалов. Распределение поступивших средств от реализации продукции. В такой ситуации любой профессиональный руководитель должен применить функции менеджера и поставленные вопросы о количестве чистой прибыли, которую нужно направить на выплату дивидендов, определить необходимы объем средств

на техническое развитие, так как выплата дивидендов характеризует в настоящее время курс акций, а техническое перевооружение будет отраженно на курсе в перспективе, охарактеризовать в какой степени требует финансирования текущее производство.

Наилучшим показателем финансового здоровья, определяя рентабельность, вложенных средств в активы и степень навыка умелости организации навыка его хозяйствования, выступает прибыль.

Формирование и разработка возможных методов и методик финансового анализа, группировка факторов, которые оказывают существенное влияние на размер прибыли, способствует эффективному управлению финансовыми результатами предприятия. Группу внешних факторов представляют – транспортные затраты, природные условия, материалы, топливо, изменения отпускных цен на продукцию, тарифы на услуги, торговые скидки, наценки, нормы амортизационных отчислений, ставки заработной платы и количество начислений на нее ставок налогов и сборов, нарушения поставщиками, финансовыми, банковскими дисциплины, которая касается хозяйственных вопросов. К внутренним факторам относят нарушение хозяйственной дисциплины самим предприятием (цен, торговых накидок, отступлений от стандартов, технологий производства).

Таким образом, для определения эффективности работы предприятия необходимо сопоставить финансовые результаты с затратами или ресурсами, обеспечивающие эти результаты. Одним из важнейших показателей эффективности работы предприятия является рентабельность. Которое выражается в существенном влияние на финансовые результаты, оказываемые правильной группировкой затрат предприятия в соответствии с принятыми принципами налогообложения прибыли: расходы, которые включаются в затраты на производство; расходы и потери, подлежащие отнесению на счет прибылей и убытков; расходы, осуществляемые за счет целевых поступлений и за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия после уплаты налога на прибыль; прочие расходы предприятия.

Список использованной литературы:

1. Николенко Н.Г. Финансовые риски // Банковское дело – 2009 - №5 – С. 29 - 30.
2. Перминов С.Б. Экономического роста // Экономическая наука современной России – 2012 – №2 – С. 102 – 115.
3. Ухотная Д.Г. Финансы / . – М.: Изд - во МГУ, 2010. – С.50.

© В. В. Сарапулова

УДК33

В. В. Сарапулова
студент 4 курса экономического факультета
Северо - Кавказский федеральный университет
Г. Ставрополь, Российская Федерация

МЕСТО МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Малое предпринимательство - сектор экономики, который определяется деятельностью субъектов малого предпринимательства на рынке товаров, работ и услуг. Субъектом малого предпринимательства является малое предприятие.

Как свидетельствует мировая практика, основным показателем, позволяющим признать хозяйствующие субъекты малыми предприятиями, является численность работников за определённый период времени. Наряду с указанным показателем используются также такие критерии, как ежегодный оборот предприятия, величина его активов, размер уставного капитала.

Важно отметить, что согласно российскому законодательству к субъектам малого бизнеса относятся также предприниматели без образования юридического лица, так как к ним применяются правила, которые регулируют деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями.

Таким образом, определен критерий выделения малых предприятий – по численности работающих.

Малые – это не вид, не организационно - правовая форма, а размер предприятия. Понятие малого предприятия всегда применяется к каким - либо конкретным видам предприятий. Из всех имеющихся видов предприятий: государственных, коллективных, совместных, кооперативов и т.д., выделяется их часть по критериям численности работающих. Таким образом, существуют малые государственные, малые совместные, малые частные и прочие виды малых предприятий.

Постоянное развитие малого предпринимательства в Российской Федерации является одним из основных и ключевых моментов обновления всей экономики страны.

Согласно статье 3 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся «хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесённые в соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям».

Статус малого или среднего предприятия организации приобретают после внесения их в единый государственный реестр юридических лиц. К ним относятся потребительские кооперативы и коммерческие предприятия (исключение составляют государственные муниципальные и унитарные предприятия). К малым предприятиям также относятся физические лица, которые внесены в реестр индивидуальных предпринимателей и, осуществляющие свою предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

Малый бизнес играет значительную роль в экономике страны.

Во - первых, малый бизнес выполняет для государства важные экономические и социальные задачи.

Во - вторых, помимо установленных законом налоговых отчислений, малый бизнес развивает ещё и экономический сектор, создаёт дополнительные рабочие места и способствует развитию конкуренции.

В - третьих, малый бизнес более устойчив к внешним изменениям.

Устойчивость малого бизнеса к внешним условиям обуславливается его мобильностью. В отличии от крупных компаний малые предприятия быстрее адаптируются к внешним изменениям. Так, хорошим примером может служить Россия в 90 - е годы, когда именно малый бизнес в условиях кризиса поддержал экономику страны и вовремя адаптировался

под внешние изменения, в то время как крупные компании и предприятия обанкротились, приватизировались или были разрушены.

Малый бизнес рассматривается как один из основных источников налоговых поступлений, потому что он участвует в формировании бюджетов всех уровней. А благодаря тому, что такие предприятия являются источниками рабочих мест, они помогают в сборе налогов с физических лиц .

Тем не менее, несмотря на большое количество плюсов, малому бизнесу присущ ряд недостатков:

- высокий уровень риска в неосуществлении задуманных проектов;
- зависимость от крупных монополистических компаний;
- слабая компетентность руководителей;
- трудности в заимствовании финансовых средств;
- недостатки в управленческой базе.

Ряд этих недостатков создаёт некое подобие барьера для успешного функционирования вновь создающихся малых предприятий. А на фоне развития монополий и крупных сетевых магазинов существующие малые предприятия не в силах выдержать конкуренцию, часто разоряются. Тут же наблюдается тенденция постоянного увеличения малых предприятий, которым необходима услуга кредитования. Доля заёмщиков банков в лице индивидуальных предпринимателей существенно выросла. Однако, на фоне этого наблюдается и появление льгот на получение кредитов со стороны банков, а именно: сокращение бумажной волокиты, плата за пользование заёмными деньгами для предпринимателя может составлять до 10 % , предоставление банковских субсидий, увеличение сроков кредита .

Согласно «Глобальному мониторингу предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), который проводился в 2013 году в 70 странах мира, уровень предпринимательской активности в Российской Федерации составляет – 5,75 % , это намного меньше чем в странах БРИКС. И только 3,4 % вновь созданных малых предприятий в России продолжают существовать на рынке и успешно конкурировать более трёх лет, что существенно ниже, чем в странах, в которых количество предпринимателей равно количеству предпринимателей в России: Норвегия – 6,15 % , Финляндия – 6,65 % , Испания – 8,39 % , Греция – 12,6 % .

Следует отметить, что 2014 - 2015 года стали одними из самых насыщенных по количеству инициатив и законодательных актов, которые были направлены на поддержку малого и среднего бизнеса.

Так, по данным Росстата на 1 января 2014 года, в Российской Федерации зарегистрировано 5,6 млн субъектов малого и среднего предпринимательства. На них работают 25 % от общей численности занятых в экономике и приходится около 25 % от общего объёма оборота продукции и услуг, производимых предприятиями по стране. Основными видами деятельности малых и средних предприятий являются торговля (более 39,6 %) и предоставление услуг (35,4 %).

В 2014 году ситуация в России резко ухудшилась в связи с санкциями западных стран против крупных российских компаний, а также падением цен на нефть (таблица 1) [7]. Тогда российская экономика плавно вошла в период рецессии – экономического кризиса. На самом деле, такое положение вещей для многих экспертов не стало неожиданностью, а

скорее закономерностью в сфере экономики. Потому что политика российского правительства скорее носила популистский характер, а доходы федерального бюджета больше половиной зависели от поступлений денежной массы от продаж природных богатств страны: нефти, газа.

Таблица 1. Количество малых предприятий в РФ 2010 - 2014 г.

	Малые предприятия (включая микро предприятия)				
	2010	2011	2012	2013	2014
Число предприятий (на конец года), тыс.	3059,5	3430,2	3763,0	3891,7	2103.7

Как можно заключить по данным таблицы 1, рост количества малых предприятий наблюдался до 2013 года включительно. Действие экономических санкций Запада, как и следовало ожидать, привело к сокращению субъектов малого бизнеса на более чем на 46 %.

Правительство Российской Федерации уже в течении нескольких лет запускает программы по поддержке малого бизнеса в стране, принимает ряд мер для взращивания малых предприятий. И на настоящий момент, главным и важным критерием является то, что значительно сокращена бюрократическая волокита, начиная с создания собственного предприятия.

Ещё один плюс для малого бизнеса, возникший в результате данных преобразований – уменьшение количеств проверок со стороны контролирующих органов. Для частных предпринимателей также строят огромные площади, офисные центры с низкой арендной ставкой, а так же предлагаются различные виды грантов, кредиты с широкой линейкой тарифов. Однако, несмотря на все усилия правительства не удаётся заметно улучшить рост и развитие малого предпринимательства - малый бизнес в ВВП России составляет около 30 % , что довольно мало для такой огромной страны.

По прогнозам правительства, количество малых предприятий через несколько лет должно значительно вырасти, доля малого бизнеса в ВВП должна составлять около 50 % , но такой сценарий развития событий, как нам представляется, маловероятен.

Экономический кризис несколько изменил ситуацию на рынке труда, и многие люди начали открывать небольшие предприятия, но активного роста количества малых предприятий не наблюдается, так как покупательная способность россиян значительно снизилась. Кроме того, большинство наших сограждан предпочитают работать на крупных предприятиях, а не в малом секторе бизнеса, так как в условиях жёсткой конкуренции малые предприятия склонны сильно урезать свои издержки и, соответственно, заработную плату работников – вследствие этого она оказывается относительно невысокой по сравнению с крупными компаниями.

Отметим главные проблемы, вследствие наличия которых малые предприятия в современной экономике России развиваются с большими трудностями.

Первая и очевиднейшая проблема – постоянный поиск инвестиций, а причина постоянной нехватки денежных средств обуславливается тем, что инвестирование в малый бизнес всегда затруднительно.

Сама же политика государства в отношении малого предпринимательства носит несистемный характер. Зачастую принимаемые решения могут противоречить друг другу и

сводить все предшествующие усилия к минимуму, если совсем не уводить их в отрицательный баланс, как было в случае со страховыми взносами для индивидуальных предпринимателей в 2013 году. А государственные структуры, которые располагают доступными средствами, скорее вкладывают их в крупные и перспективные предприятия, чаще всего являющиеся лидерами на рынке. Помимо всего, криминализация предприятий малого предпринимательства частично связана с тем, что к ним не проявляют интереса крупные инвесторы.

Существует и такая проблема, что ввиду отсутствия или небольшого объема у начинающих предпринимателей имущества, банки также не имеют достаточного стимула, чтобы предоставлять таким предприятиям какие - либо кредиты, даже при условии проводимых государственных программ.

Нельзя не отметить, что за последние пару лет практически все наиболее глобальные инициативы бизнес - сообщества (налоговые каникулы, экономическая амнистия, надзорные каникулы) все - таки были государством, хотя и не на 100 % поддержаны и реализованы. Это позволяет говорить о некотором прогрессе в отношениях власти и бизнес - сообщества, который в перспективе за нескольких лет, возможно, позволит переломить тенденцию "вымирания" малых и средних предприятий .

Из всего вышесказанного следует, что малые предприятия составляют для российской экономики весьма важный сектор. Малый бизнес осуществляет решение важных для страны экономических и социальных задач. Однако ряд проблем замедляет процесс их развития в России, что подтверждается статистикой «Глобального мониторинга предпринимательства», где уровень активности предпринимателей России намного ниже, чем в других странах. Далее из - за кризисной ситуации в 2014 году и вводом санкций со стороны европейских государств предпринимательство в стране и вовсе пошло на спад.

На данный момент правительство Российской Федерации прилагает значительные усилия на поддержку и развитие малого предпринимательства, в частности, принимаются новые программы, в интересах малого бизнеса подвергаются поправкам некоторые законы. Благодаря принимаемым мерам уже в 2015 году следует наблюдать некоторый подъём развития малых предприятий.

Список использованной литературы:

1. Николенко Н.Г. Финансовые риски // Банковское дело – 2009 - №5 – С. 29 - 30.

2. Перминов С.Б. Экономического роста // Экономическая наука современной России – 2012 – №2 – С. 102 – 115.

3. Ухотная Д.Г. Финансы / . – М.: Изд - во МГУ, 2010. – С.50.

© В. В. Сарапулова

УДК33

Семенычева Я.Н., магистрант
ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, г.Воронеж, Российская Федерация

СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРАТИФИКАЦИЯ ПЕРСОНАЛА И ЭФФЕКТИВНЫЕ МОДЕЛИ МОТИВАЦИИ В АГРАРНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Мотивы труда – это побудительные причины трудовой деятельности работника, вызванные его интересами и потребностями, удовлетворение которых возможно

посредством получения благ, являющихся жизненно необходимыми, с наименьшими моральными и материальными издержками [6].

Выделяют несколько групп мотивов трудовой деятельности, которые в совокупности образуют единую систему:

- мотивы содержательности труда;
- мотивы общественной полезности труда;
- статусные мотивы;
- мотивы получения материальных благ;
- мотивы, ориентированные на определенную интенсивность работы.

Основные формы мотивации (стимулирования) работников в ООО «Агроцех» следующие:

- заработная плата с доплатами и премиями;
- система внутрихозяйственных льгот (льготное питание, бесплатные транспорт и услуги по обработке приусадебного участка, предоставление беспроцентных ссуд и др.);
- прочие (нематериальные) льготы и привилегии – предоставление права на скользящий, гибкий график работы, отгулов, дополнительных отпусков и т д.;
- мероприятия по улучшению условий труда, стимулированию квалификационного роста работников и др.;
- создание благоприятной психологической атмосферы, развитие доверия и взаимопонимания, моральное поощрение работников [12].

Материальное стимулирование является одной из важнейших форм стимулирования работников. Оплата труда работников ООО «Агроцех», занятых на сельскохозяйственных работах, производится исходя из установленных норм выработки, норм обслуживания животных и расценок.

Развитие рыночных отношений и расширение самостоятельности трудовых коллективов повышают значимость социальных льгот и выплат, доля которых постоянно растет в объеме совокупного дохода работника.

Проведем оценку морального стимулирования труда и социальных выплат, представленный в таблице 1.

Таблица 1– Оценка динамики структуры заработной платы
и фонда потребления работников предприятия

	Годы				Изменение	
Показатели	2010 г. (базовый)		2014 г. (отчетный)		(+, -)	
	руб.	% к итогу	руб.	% к итогу	в руб.	в %
1	2	3	4	5	6	7
1. Среднемесячная заработная плата работников по предприятию, тыс.руб.	1005,33	100,00	1155,67	100,00	150,33	х
в том числе: 1.1. тарифная (основная)	899,40	89,46	823,40	71,25	-828,15	-18,21
1.2. премии	218,33	21,72	313,08	27,09	94,75	5,37

1.3. надбавки за стаж	101,83	10,13	0,00	0,00	-101,83	-10,13
1.4. оплата питания	4,08	0,41	19,17	1,66	15,08	1,25
2. Размер среднемесячного фонда потребления работников по предприятию, тыс. руб.	1027,50	100,00	1159,75	100,00	132,25	х
в том числе: 2.1.основная оплата труда	673,60	65,56	693,90	59,83	20,30	-5,73
2.2.премии и надбавки за стаж	320,17	31,16	313,08	27,00	- 7,08	-4,16
2.3.социальные выплаты	22,17	2,16	4,08	0,35	-18,08	-1,81
2.4. оплата питания	4,08	0,40	19,17	1,65	15,08	1,26
2.5. материальная помощь	8	0,73	11,17	11,17	3,67	10,44

Из данной таблицы видно, что за период с 2010 года по 2014 год произошло увеличение среднемесячной заработной платы работников на 150 тыс.руб. В составляющую часть заработной платы на 2014 год входят основная заработная плата и премии и социальные выплаты. Если рассмотреть размер среднемесячного фонда потребления, то можно сделать вывод, что и он за анализируемый период увеличился на 132 тыс.руб. Его размер состоит в основном из основной заработной платы и премий. Материальная помощь в 2014 году по сравнению с 2010 годом незначительно увеличилась, что может положительно отразиться на процессе управлении персоналом.

Сегодня связь тарифной части оплаты труда с его нормой такова, что предполагает уменьшение оплаты лишь при невыполнении сменной нормы выработки.

Номинальная заработная плата - заработная плата в денежном выражении, которая выплачивается рабочим и служащим в соответствии с количеством и качеством затраченного ими труда за определенный период рабочего времени (Таблица 2.).

Таблица 2 – Оценка динамики уровня номинальной заработной платы работников в ООО «Агроцех»

Показатели	Годы					Показатели 2014 г. в % к 2010 г.
	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	
1	2	3	4	5	6	7
1.Среднемесячная заработная плата всех работников предприятия, тыс.руб.	12064	12648	11024	11814	13868	114,95
в том числе: 1.1.трактористы - машинисты	1478	1810	1546	1883	1834	124,09
1.2.операторы	1616	2283	1473	1743	1676	103,71

машинного доения						
1.3.скотники по обслуживанию крупного рогатого скота	2309	1046	1562	0	754	32,65
1.4.сезонные и временные рабочие	721	85	322	630	235	32,59
1.5. работники, занятые в подсобных предприятиях	0	0	61	148	166	0
1.6.руководители	373	821	677	815	1356	363,54
1.7.специалисты	1557	1523	1636	2185	2178	139,88
2.Размеры прожиточного минимума в месяц, руб.	5075	5679	5800	7157	7640	150,54
3.Коэффициент воспроизводства труда общий по предприятию (стр. 1 : стр.2)	2,377	2,227	1,901	1,651	1,815	76,36
в том числе: 3.1.по трактористам - машинистам	0,291	0,319	0,267	0,263	0,240	82,43
3.2.по операторам машинного доения	0,318	0,402	0,254	0,244	0,219	68,89
3.3.по скотникам, обслуживающим крупный рогатый скот	0,455	0,184	0,269	0,000	0,099	21,69
3.4.сезонные временные рабочие	0,142	0,015	0,056	0,088	0,031	21,65
3.5. по работникам, занятые в подсобных предприятиях	0,000	0,000	0,011	0,021	0,022	0
3.6.по руководителям	0,073	0,145	0,117	0,114	0,177	241,49
3.7.по специалистам	0,307	0,268	0,282	0,305	0,285	92,92

В целом показатели номинальной заработной платы в ООО «Агроцех» положительные и имеют тенденцию возрастать. Произошло сокращение числа работников предприятия, но при этом, заработная плата всего персонала выше прожиточного минимума. Это говорит о положительной тенденции.

Список использованной литературы:

1. Голубева А.И., Фадеева Г.В. Стимулирование труда работников сельскохозяйственных организаций в условиях трансформации механизма хозяйствования. – Караваево: Костромская ГСХА, 2014. 191 с

2. Дугин П.И., Дугина Т.И. В.Е. Бердышев М.В.Боровицкий, Л.Р Барахоева, С.А. Борина, С.М. Боровицкий, Г.Л.Васильева, А.Н. Дугин, М.А. Рычагова; под общей редакцией заслуженного деятеля науки РФ, д.э.н. профессора П.И. Дугина. – М.: «Центр современного образования», 2010. – 392 с.

3. Журкина Т.А. Анализ производительности труда, факторы ее роста / Т.А.Журкина, Т.Н.Лихачева // Экономика и предпринимательство. - 2015. - № 10 - 2 (63 - 2). - С. 1012 - 1014.

4. Журкина Т.А. Учет и анализ рабочего времени // Т.А.Журкина, Н.Н.Межерицкая, С.А.Насонова // Научный альманах. - 2016. - № 7 - 1 (21). - С. 69 - 74.

5. Карпухин Д.Н. Формирование и эффективное использование трудового потенциала / Д.Н. Карпухин, И.С. Маслова. // Вопросы экономики. – 2011. – №6. – с. 44 - 56.

6. Коновалова С.Н. Мотивационные модели в сельскохозяйственном производстве / С.Н.Коновалова, Т.В.Сабетова // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. - 2010. - № 4. - С. 29 - 34.

7. Сабетова Т.В. Развитие компетенций и система вознаграждения за труд / Т.В.Сабетова // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. - 2016. - № 1 (67). - С. 282 - 287.

8. Сабетова Т.В. Изменения уровня оплаты труда в экономике Воронежской области в результате кризиса / Т.В.Сабетова, И.Ю.Федулова // Стратегия устойчивого развития регионов России. - 2015. - № 27. - С. 37 - 41.

9. Сабетова Т.В. Состояние оплаты труда на общероссийском и воронежском рынке труда / Т.В.Сабетова, Н.М.Шевцова // Агропромышленный комплекс современной России: проблемы, приоритеты развития: ГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет» Экономический факультет; ФГБНУ Научно - исследовательский институт экономики и организации агропромышленного комплекса Центрально - Черноземного района Российской Федерации. - 2015. - С. 166 - 170.

10. Шевцова Н.М. Актуальные вопросы качества жизни населения в Центрально - черноземном регионе / Н.М.Шевцова // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. - 2014. - № 4. - С. 249 - 253.

11. Шевцова Н.М. Конкурентоспособность областей Центрально - черноземного региона РФ / Н.М.Шевцова, И.Ю.Федулова // Экономика и предпринимательство. - 2016. - № 2 - 1 (67 - 1). - С. 265 - 268.

12. Sabetova T.V. Corporate Culture As A Tool Of A Company's Competability Improvement Within Labour Market / T.V.Sabetova // Russian Journal of Agricultural and Socio - Economic Sciences. - 2016. - Т. 55. - № 7. - С. 47 - 53.

© Семенычева Я.Н., 2017

УДК 334.7

М.С. Соломатин
студент 2 курса экономического факультета
Кубанский государственный университет
Н.Ю. Сайбель
к.э.н., доцент кафедры теоретической экономики
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Российская Федерация

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ КРАУДФАНДИНГА В РОССИИ

Одной из главных проблем бизнеса всегда являлось привлечение капитала на взаимовыгодных условиях для обеих сторон. Как правило, в условиях финансовой системы

РФ не достижимо условие «win - win», поскольку высокие процентные ставки делают кредит дорогим, а условий льготного кредитования малого или среднего бизнеса нет. В связи с такой ситуацией словосочетание «краудфандинга», которое достаточно крепко закрепилось на устах западного и европейского населения, всё больше входит в лексикон и российских интернет - пользователей, предпринимателей, журналистов. Это говорит не только о жизнеспособности идеи краудфандинга, но и о ее практической выгоде для предпринимателей, фирм и частных лиц.

Краудфандинг (Crowdfunding) – привлечение финансовых ресурсов от большого количества людей (от англ. crowd − толпа и funding − финансирование) с целью реализации продукта или услуги, помощи нуждающимся, проведения мероприятий, поддержки как физических, так и юридических лиц, и так далее. Считается, что термин «краудфандинг» появился в 2006 году, и его автором является писатель Джефф Хауи. Краудфандинг осуществляется при помощи специальных сайтов − краудфандинговых платформ, которые соединяют организаторов или идейных вдохновителей и частных инвесторов. По сути, краудфандинг − это сбор частных пожертвований разного объема, который позволяет каждому рядовому гражданину осуществить свою идею, если она придётся по души остальным, либо поучаствовать и поддержать начинания других [2].

Классификация краудфандинга:

1) по цели краудфандингового проекта: бизнес - проект, креативный, политический, социальный;

2) по виду вознаграждения для спонсоров: без вознаграждения (пожертвование), нефинансовое вознаграждение, финансовое вознаграждение (краудинвестинг) [5].

Краудинвестинг является разновидностью краудфандинга, с тем отличием, при котором сбор необходимых для любого проекта средств предполагает будущее материальное вознаграждение после его успешной реализации. Модель краудфандинга с добровольными пожертвованиями применяется в социальных, политических и медицинских проектах – сбор средств на помощь в лечении заболевания или на деятельность благотворительной организации. До 2012 года это направление было доминирующим в рамках всего краудфандинга.

Самыми значимыми и популярными в России являются краудфандинговые площадки Boomstarter и Planeta, вышедшие в середине 2012 года. Обе площадки работают по модели предоставления спонсору «нефинансового вознаграждения» и копируют западные проекты Kickstarter и Indiegogo.

Так, например, за период 2015 - 2016 гг. на крупнейших краудфандинговых площадках РФ, Boomstarter.ru и Planeta.ru, было привлечено около 573 млн. руб. средств, из которых около 360 млн. было передано непосредственно на развитие проектов инициаторам идей [4]. Не все собранные деньги были переданы потому, что спецификой, например, Бумстартера является сбор средств по модели «Все или ничего» – собранные деньги авторы проекта могут забрать только в том случае, если собрали 100 % заявленной суммы, либо выше ста. Всего на этих платформах заявлено было 8548 проектов, из которых 1252 завершились успешно, что составляет 15 % от общего числа [1]. В России успешно собираются средства на проекты, связанные с благотворительностью – помощь или подарки детским домам; киноленты и музыкальные альбомы, кода люди взамен на средства получают билет на будущую ленту или концерт; квесты, настольные и видеоигры; проекты,

связанные с сельским хозяйством, где вознаграждением является непосредственно фермерские продукты; проекты ремесленников; туризм и многое другое [5]. Также краудфандинг является успешным инструментов для успешных компаний, которые уже заняли свое место на рынке, но нуждается в тестировании идей и новых продуктов, а краудфандинговые площадки позволяют непосредственно проверить реакцию пользователей и спрос [3]. Так, некоторые проекты завершаются с успешность на 4000 % , т.е. собирают в 40 раз больше заявленной необходимой суммы, что свидетельствует о массовом интересе и необходимости среди населения.

Таким образом, краудфандинг в России хоть и является относительно молодым направлением, но оно уже состоялось как бизнес - инструмент для тестирования идей и привлечения средств, а потому есть все основания полагать, что объем денег в этой сфере будет неуклонно расти вместе с количеством проектов.

Список использованной литературы:

1. Краудфандинговые платформы в России и мире. URL: https: // ria.ru / disabled _ know / 20160822 / 1474985105.html.

2. Сайбель Н.Ю., Волкова В.В. Краудфандинг как источник финансирования малого бизнеса в условиях экономического кризиса // Молодой ученый. 2016. № 28 (132). С. 531 - 534.

3. Сайбель Н.Ю., Мезер С.Д. Теория оптимизации бизнес - процессов // Актуальные проблемы экономической теории и практики: Сборник научных трудов / под ред. В.А. Сидорова. Выпуск 18. Краснодар: КубГУ, 2015. С. 35 - 41.

4. Трекер краудфандинга в России. URL: http: // thestartman.ru / stats.

5. Успешные проекты площадки Boomstarter. URL: https: // boomstarter.ru / discover / successful.

© М.С. Соломатин, Н.Ю. Сайбель, 2017

УДК 65

В.С. Сулягина
магистрант
КубГУ
г. Краснодар, Российская Федерация
С.М. Саввиди
к.э.н., доцент
КубГУ
г. Краснодар, Российская Федерация

ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ – КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ

Качество продукции является одним из важнейших факторов успешной деятельности любого предприятия. В современном мире усилились требования, предъявляемые

потребителями к качеству продукции. Усиление этих требований сопровождается необходимостью постоянно повышать качество, без чего невозможно достигнуть и поддержать эффективную экономическую деятельность.

Понятие качества продукции регламентировано в России государственным стандартом, ГОСТ 15467–79 «Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения», согласно которому «качество – совокупность свойств продукции, обусловливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением» [1, с.2].

В литературе присутствуют и альтернативные определения понятия «качество продукции». Например, В.Ю. Огвоздина под качеством продукции понимает совокупность объективно присущих ей свойств и характеристик, уровень или вариант которых формируется при создании продукции с целью удовлетворения существующих потребностей [2, с.15].

Тем не менее, мы будем рассматривать качество продукции как совокупность свойств продукции, обусловливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.

В современном мире проблемы улучшения качества продукции занимают важное место по нескольким причинам:

1) развитие НТП – повышаются требования к свойствам и характеристикам продукции, к сырью, материалам, комплектующим, к оборудованию, неисправность которого влечет огромные убытки для предприятия. Появляется необходимость внедрения прогрессивных технологий, оборудования, а также методов организации труда;

2) усиление разделения труда – качество конечного продукта во многом зависит от деятельности, профессионализма, взаимодействия множества рабочих, которые задействованы на разных этапах жизненного цикла продукции;

3) выход на первое место качественных характеристик товара, которые важны для потребителя;

4) развитие конкуренции внутри страны, которая помогает предприятиям, выпускающим более качественную продукцию по сравнению с конкурентами;

5) расширение торгово - экономических связей с другими странами, что приводит к борьбе за рынки сбыта.

В настоящее время потребители обращают пристальное внимание на показатели качества товаров и услуг. В силу этого именно качество продукции или услуги становится мощным фактором ее конкурентоспособности. Причем согласно международным стандартам под качеством понимается способность продукции или услуги удовлетворять не только обусловленные, но и предполагаемые потребности. Последнее является значимым фактором конкурентоспособности продукта.

Качество продукции играет важную роль в ускорении экономического, социального и научно - технического прогресса. Поэтому качество необходимо постоянно улучшать. Нельзя останавливаться на достигнутом результате, ведь каждый день появляются новые потребности, новые товары, которые могут оказаться лучше.

Качество продукции сильно влияет на конкурентоспособность продукции. Ведь только качественная продукция будет пользоваться наибольшим спросом у потребителей, повышать имидж товара, что приведет к росту конкурентоспособности продукции.

Увеличение конкурентоспособности продукции также скажется и на конкурентоспособности предприятия - изготовителя.

Повышение качества продукции диалектически связано с ростом эффективности производства, продаж, повышение конкурентоспособности товара и, следовательно, предприятия в целом.

В современных условиях качество продукции является неотъемлемой характеристикой ее конкурентоспособности и конкурентоспособности предприятия в целом. Предприятие не сможет выйти на новый уровень развития без продукции высокого качества, повышающегося на постоянной основе в условиях жесткой конкуренции.

Список использованной литературы:

1. ГОСТ 15467 - 79. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения – введ. 01.07.79. – М.: Стандартинформ, 2010.
2. Аристов О. В. Управление качеством: Учебное пособие для вузов / О. В. Аристов. – М.: НИЦ Инфра - М, 2013. – 224 с.

© В.С. Сулягина, 2017.

УДК 334.009

В.С. Сулягина
магистрант
КубГУ
г. Краснодар, Российская Федерация

ОБЪЕКТЫ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

С развитием конкуренции на отечественном и международном рынке все большее значение принимает конкурентоспособность предприятия. Конкурентоспособность важна не только для производителя, который стремится производить продукцию высокого качества с минимальной себестоимостью, но и для потребителя, который старается купить продукцию, которая удовлетворяет всем его потребностям.

Мы будем исходить из того, что конкурентоспособность предприятия – это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами.

Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия - производителя продукции, взаимосвязанные понятия. Возможность компании конкурировать на определённом товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности приемов и методов деятельности предприятия, оказывающих воздействие на результаты конкурентной борьбы [1, с.2].

По нашему мнению, конкурентоспособность товара – совокупность его качественных и стоимостных характеристик, которая обеспечивает удовлетворение определенных потребностей покупателя и выгодно для покупателя отличает товар от аналогичных

товаров – конкурентов. Т.е. конкурентоспособность товара это его коммерческое качество, т.е. качество с точки зрения маркетинга. При этом конкурентоспособность обусловливается не только качественными и стоимостными свойствами данного товара, которые учитываются покупателем согласно их непосредственной значимости для удовлетворения потребностей, но и такими факторами как свойства конкурирующих товаров и особенности потребителей.

При оценке конкурентоспособности пользуются критериями конкурентоспособности, которые можно классифицировать по двум признакам: по виду удовлетворяемых потребностей и по количеству учитываемых характеристик. По виду удовлетворяемых потребностей критерии делятся на:

– уровень качества – способность продукции удовлетворить весь комплекс потребностей;

– социальная адресность – необходимость учитывать индивидуальные потребности социальной группы, для которой предназначена данная продукция;

– подлинность – потребность в том, чтобы не быть обманутым;

– безопасность – потребность в защите здоровья, имущества, окружающей среды;

– потребительская новизна – способность продукции удовлетворять не только выявленные потребности, но и предполагаемые;

– имидж – репутация изготовителя;

– информативность – потребность в получении информации;

– цена потребления – установление такой цены, которая будет соответствовать материальным возможностям потребителей.

По количеству учитываемых характеристик критерии разделяют на:

– единичные – характеризуют одну из нескольких характеристик конкурентоспособности;

– групповые – включают несколько характеристик конкурентоспособности;

– обобщенные – по данным критериям принимают решение о конкурентоспособности (рейтинг товара) [2, с.15].

При определении конкурентоспособности необходимо учитывать причины снижения значения критериев конкурентоспособности и устанавливать факторы, которые повышают конкурентоспособность. Для этого используют факторный анализ, который является частью общей оценки конкурентоспособности и часто проводится при освоении новой продукции.

Конкурентоспособность предприятия, как многоаспектное понятие, зависит не только от качества и конкурентоспособности продукции или услуги, но также и от ряда других показателей, которые отражают способность предприятия выдерживать соперничество с хозяйствующими субъектами - конкурентами на рынке. К таким показателям отнесем:

– объем продаж;

– объем прибыли;

– репутацию предприятия;

– высокое качество обслуживания;

– воздействие рекламы и т.д.

Естественно, большим спросом будет пользоваться продукция того предприятия, которое по большему числу параметров отвечает взглядам и запросам покупателя данной категории (группы).

Цель любого предприятия – занять лидирующие позиции в конкурентной борьбе, что зависит от конкурентоспособности продукции и услуг предприятия, то есть от того, насколько они лучше в сравнении с товарами и услугами предприятий - конкурентов. То есть, конкуренцию можно определить как движущую силу развития объектов и субъектов рынка.

Список использованной литературы

1. Понятие и сущность конкурентоспособности [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http: // www.openmanager.ru / opmans - 81 - 1.html

2. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учеб. пособие / Р.А. Фатхутдинов – М.: Эксмо, 2012. – 544 с.

© В.С. Сулягина, 2017.

УДК 65.018

В.С. Сулягина
магистрант
КубГУ
г. Краснодар, Российская Федерация
С.М. Саввиди
к.э.н., доцент
КубГУ
г. Краснодар, Российская Федерация

НЕКОТОРЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ВЛИЯНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Заинтересованность предприятия в результатах деятельности увеличивает необходимость повышения конкурентоспособности продукции, требующая повышения качества продукции, совершенствования работы всех подразделений предприятия. Качество продукции следует отнести к числу наиболее важных показателей деятельности фирмы. Повышение качества в значительной степени обеспечивает успех и выживаемость предприятия среди конкурентов, темпы технического прогресса, рост эффективности производства, экономию ресурсов, которые используются на предприятии.

Показателями конкурентоспособности предприятия являются:

— показатели прибыли (profit) – если они растут, то это положительно характеризует конкурентоспособность предприятия;

— объемы продаж (sales) в количественном и стоимостном выражении – спрос на продукцию растет, когда стоимость проданной продукции увеличивается быстрей, чем ее

физический объем. Спрос падает, если стоимость продукции увеличивается медленней, чем ее физический объем;

— рентабельность продаж – отношение прибыли к объему продаж, при росте рентабельности продаж растет конкурентоспособность продукции;

— отношение объема продаж к стоимости запасов (sales to inventories) – характеризует скорость оборота средств вложенных в производство.

Оценка конкурентоспособности предприятия является важным моментом деятельности и проводится для:

1) разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности;
2) выбора контрагентов для совместной деятельности;
3) составления программы выхода фирмы на новые рынки сбыта;
4) осуществления инвестиционной деятельности [1].

Для оценки уровня конкурентоспособности используется множество методов. Рассмотрим некоторые из них:

1) Оценка с позиции сравнительных преимуществ – предполагает выгодное производство и реализацию продукции, когда издержки ниже, чем у предприятий - конкурентов. То есть основной критерий – низкие издержки, преимущество метода – простота оценки.

2) Оценка с позиции теории равновесия – каждый фактор производства рассматривают с одинаковой и при этом наибольшей производительностью. В то же время предприятие не имеет дополнительной прибыли, которая обусловлена действием какого - нибудь фактора производства и у предприятия нет стимулов для совершенствования использования какого - либо фактора. Основной критерий данного метода – факторы производства, не используемые в полной мере, а преимуществом метода выступает – возможность выявления внутренних резервов.

3) Оценка исходя из теории эффективности конкуренции – существует два подхода: структурный подход, основной критерий конкурентоспособности которого – это концентрация капитала и производства и функциональный подход, оценка конкурентоспособности по которому проводится путем сопоставления экономических показателей деятельности – соотношение цены, нормы прибыли, затрат.

4) Матричный метод – конкурентоспособность предприятия рассматривают в динамике. Критерием является сравнение показателя конкурентоспособности предприятия с табличным значением [2].

5) Оценка на базе качества продукции. Данный метод заключается в сопоставлении параметров продукции, которые отражают потребительские свойства. Критерием является качество продукции.

Преимущество данного метода – это возможность учета предпочтений потребителя при обеспечении конкурентоспособности. Так как качество продукции оценивается некоторым набором параметров, оценка конкурентоспособности продукции и предприятия базируется на использовании параметрических индексов, которые характеризуют удовлетворенность потребности в рассматриваемой продукции.

Способами оценки уровня конкурентоспособности предприятия на базе качества продукции являются непосредственный опрос и анкетирование потребителей, в местах продажи продукции, рассылка анкет на электронные почты, а также экспертный метод.

Параметрами качества продукции, на которые делается упор при оценивании уровня конкурентоспособности, являются цена, полный набор необходимых свойств, гарантийное обслуживание, надежность, безопасность, экологичность, эстетичность, новизна и т.д.

Путем более полного удовлетворения потребностей потребителей в качественной продукции предприятие будет неуклонно увеличивать свою конкурентоспособность на отечественном и международных рынках по сравнению с теми предприятиями, которые выпускают товары - аналоги.

Список использованной литературы

1. Басовский Л. Е. Управление качеством: Учебник / Л. Е. Басовский, В.Б. Протасьев – М.: ИНФРА - М, 2011. – 156 с.

1. Ильенкова С. Д. Управление качеством: Учебник для вузов / С. Д. Ильенкова, Н. Д. Ильенкова, В.С. Мхитарян и др. – М.: Юнити, 2010. – 229 с.

© В.С. Сулягина, 2017.

УДК 338.2

Е.В.Сущева
студентка 1курса магистратуры института менеджмента
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»
г. Оренбург, Российская Федерация
E - mail: esushcheva@yandex.ru

ВЗАИМОСВЯЗЬ КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ И СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассмотрены понятие кадровой стратегии, составные элементы стратегии развития, выделены задачи кадровой стратегии организации, определена взаимосвязь кадровой стратегии и развития организации.

Ключевые слова: организация, персонал, кадры, кадровая стратегия, стратегия развития.

Современные условия рыночной экономики требуют от руководителей уделять большое внимание развитию организации. Вместе с тем на первое место зачастую выходит персонал организации. В связи с этим возникает необходимость разработки кадровой стратегии.

Под стратегией понимается взаимосвязанный комплекс долгосрочных мер, которые направлены на то, чтобы укрепить мощь и жизнеспособность исследуемой организации в сравнении с конкурентами.

В качестве главной цели стратегии выступает достижение долгосрочных конкурентных преимуществ, позволяющих организации достичь высоких показателей рентабельности, а также получать в долгосрочном периоде устойчивую прибыль. Таким образом, стратегия развития включает в себя обобщенную модель действий, которые необходимо выполнять

организации для того, чтобы достичь поставленных целей за счет координации и распределения ресурсов организации [1].

Составные элементы стратегии развития организации представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 – Составные элементы стратегии развития организации

Стратегия развития организации находится в тесной взаимосвязи с еще одним понятием – «кадровая стратегия».

Под кадровой стратегией следует понимать приоритетное направление действий, которые определены руководством организации и настроены на то, чтобы сформировать сплоченный, высокопрофессиональный и ответственный коллектив [2].

Каждая организация, независимо от формы собственности, стремящееся к тому, чтобы достичь высоких результатов на рынке, должно уделять значительное внимание разработке кадровой стратегии.

Основные черты кадровой стратегии представлены на рисунке 2.

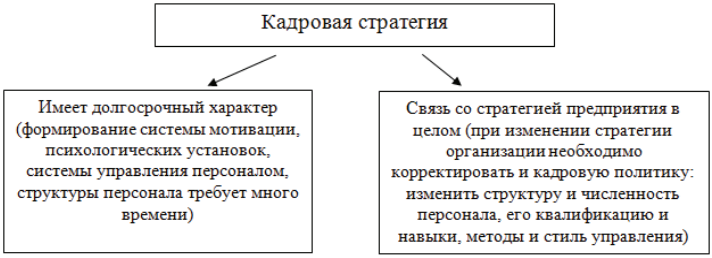


Рисунок 2 – Черты кадровой стратегии организации

Процесс разработки и реализации кадровой стратегии организации должен всегда быть непрерывным. Данный факт подтверждается тесной взаимосвязью с решением стратегических задач современных организаций на перспективу (на краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный периоды) [3].

Конкретная информация о кадровой стратегии организации отражается в стратегии развития организации. В стратегии развития организации зафиксированы цели, задачи и основные направления ее реализации. При этом в стратегии развития обязательно указывается перечень ответственных лиц, а также объем ресурсов, которые будут необходимы для реализации. Основные задачи кадровой стратегии представлены на рисунке 3.

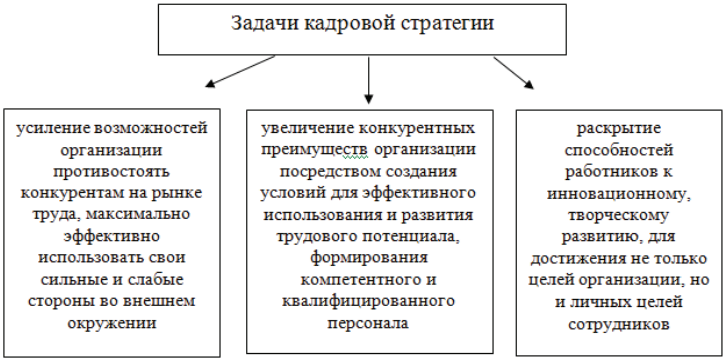


Рисунок 3 - Задачи кадровой стратегии организации

Для определения роли и места кадровой стратегии, определения ее взаимосвязи со стратегией развития организации, необходимо провести анализ взаимосвязи некоторого числа основных категорий, относящихся к теории кадровой стратегии и теории управления.

Цели кадровой стратегии формируются на основании главной цели деятельности организации и схожа со стратегической целью развития организации.

В статической фазе разрабатываются концептуальные основы кадровой работы, проектируется и создается система управления кадрами. В динамической фазе практически реализуется совокупность сформулированных высшим руководством организации положений, официальных требований и практических мер по обеспечению дееспособности кадрового корпуса в условиях действительности [4]. Обобщая приведенные определения кадровой политики и учитывая взаимосвязь категорий теории управления, под кадровой политикой будем понимать деятельность, направленную на реализацию кадровых принципов, определяющих соответствующие цели.

Анализируя деятельность организации как системы, необходимо использовать системно - структурный подход. Результаты анализа обязательно нужно отразить в кадровой стратегии и в стратегии развития организации.

Факторы, которые оказывают влияние на формирование как кадровой стратегии, так и стратегии развития, представлены на рисунке 4.

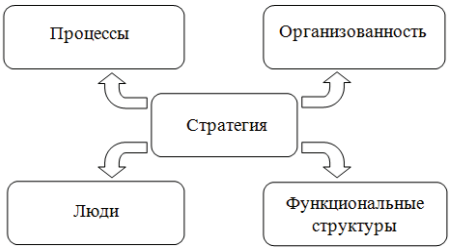


Рисунок 4 – Факторы, влияющие на кадровую стратегию

Стратегия требует выделения уровневой иерархии функциональной структуры как элемента механизма управления. В свою очередь, механизм управления, являясь частью системы управления, воздействует на факторы, определяющие результат деятельности [5].

Как средство организации кадровой политики кадровая стратегия определяет методологическую основу управления кадровой работой на тактическом уровне. Кадровая стратегия тесно связана со стратегией организации, в первую очередь, со стратегией ее развития, и отражает идеологию маркетинга персонала. Стратегия определяет структурные и поведенческие взаимосвязи подразделений и работников организации, организует системную деятельность по достижению ее целей.

Таким образом, кадровая стратегия – это приоритетные направления действий организации, учитывающие его стратегические задачи и ресурсные возможности, направленные на формирование и развитие высокопрофессионального, сплоченного и ответственного коллектива нацеленного на эффективное и качественное выполнение своих функциональных обязанностей.

Процесс стратегического планирования является инструментом, обеспечивающим нововведения и изменения в организации для обеспечения конкурентных преимуществ организации. Для разработки стратегии необходимо проводить анализ среды, который направлен на выявление угроз и возможностей, возникающих во внешней среде по отношению к организации, а также сильных и слабых сторон, которыми обладает организация.

Список использованной литературы:

1. Кадровая политика организации – электронный ресурс - http: // center - yf.ru / data / Kadroviku / Kadrovaya - organizaciya.php

2. Взаимосвязь кадровой стратегии и стратегии развития – электронный ресурс - file: /// C: / Users / ACER % 20PC / Downloads / vzaimosvyaz - kadrovoy - strategii - i - kadrovoy - politiki - organizatsii.pdf

3. Взаимосвязь кадровой политики и стратегии развития предприятия – электронный ресурс - http: // allrefs.net / c9 / 1pybk / p1 /

4. Колпаков, В. М., Дмитренко Г. А.. Стратегический кадровый менеджмент: Учеб. пособие. – 2 - е изд., перераб. и доп. – К.: МАУП,. – 752 с.. 2005

5. Основные определения кадровой стратегии предприятия – электронный ресурс - http: // min.usaca.ru / uploads / article / attachment / 461 / % D0 % 92 % D0 % B0 % D1 % 81 % D0 % B8 % D0 % BB % D1 % 8C % D1 % 87 % D0 % B5 % D0 % BD % D0 % BA % D0 % BE.pdf

6. Шестакова, Е. В. Типологизация экономических механизмов промышленного предприятия / Е. В. Шестакова // Микроэкономика. – 2014. – № 2. – С. 17–23.

7. Печеркина, Е. В. Организационно - экономическое обеспечение конкурентоустойчивости предприятия : автореферат дис. … канд. экон. наук : 08.00.05. / Е. В. Печеркина. – Оренбург, 2005. – 18 с.

© Е.В.Сущева, 2017

УДК 336.717.1

Текучев В.В.
д.э.н., профессор ФГБОУ ВО РГАТУ, г. Рязань, Российская Федерация

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ

Эффективность инноваций в сфере дистанционного банкинга и сокращение сроков окупаемости инвестиций могут быть достигнуты главным образом за счет увеличения

числа новых клиентов, степени проникновения дистанционного обслуживания и предложения в рамках дистанционного сервиса широкого спектра банковских продуктов. В условиях конкуренции увеличение количества новых клиентов требует выхода на новые территориальные сегменты рынка, что достигается за счет повсеместного распространения систем дистанционного обслуживания. Таким образом, банк, добиваясь эффективности инноваций, распространяет технологии дистанционного обслуживания, что обеспечивает доступ бизнеса к глобальной финансовой инфраструктуре, его вход на новые рынки и взаимодействие бизнеса с государством.

Привлечение новых клиентов в банковскую систему позволяет увеличить количество средств на депозитах. Расширение спектра банковских продуктов, предоставляемых банком дистанционно, создает возможности для внедрения ориентированных на клиента решений. За счет этого увеличивается гибкость управления финансами предприятий, что повышает оборачиваемость денежных средств. Сокращение стоимости транзакций как для банка, так и для клиентов, и увеличение их эффективности в соответствии с составленной схемой выводит издержки денежного обращения за рамки реального сектора экономики и тем самым позволяет бизнесу сосредоточить время и капитал на основных бизнес - процессах и производственной деятельности.

Наконец, любой банк, который ценит свою репутацию среди клиентов — а в сфере дистанционного банковского обслуживания репутация банка играет важнейшую роль — будет принимать все меры для ее поддержания на высоком уровне, что в конечном итоге увеличивает доверие к банковской системе в целом. За счет этого в банковскую систему привлекается больше клиентов, следовательно, увеличивается количества средств на банковских счетах, а это обеспечивает необходимый капитал для развития производства, экономического роста и улучшения макроэкономических показателей.

Системы дистанционного обслуживания дают возможность банку предлагать свои услуги клиентам, находящимся на территориях, где еще нет офисов банка (что особенно важно в сельской местности для предприятий АПК). Это, с одной стороны, расширяет географическое присутствие банка, а с другой стороны, помогает избежать затрат на содержание традиционных офисов на этих территориях. Активно продвигая дистанционные сервисы среди существующих клиентов, банк также может, при определенных объемах, достичь сокращения издержек на содержание и существующих традиционных офисов – это особенно актуально для обслуживания физических лиц, при котором могут применяться мобильные платежи и системы самообслуживания на основе банковских карт.

Таким образом, эффективные инновации в сфере дистанционного банковского обслуживания в условиях конкуренции возможны только при условии гибкой тарифной политики, наличия широкого спектра предоставляемых дистанционно банковских продуктов, расширения географического охвата рынка, и, в конечном итоге, создания в банке бизнес - модели дистанционного обслуживания, ориентированной на потребности клиентов.

С другой стороны, перечисленные действия банка в сфере дистанционного обслуживания с помощью создания эффективной системы управления дистанционными сервисами оказывают положительное влияние на создание более благоприятных условий

развития бизнеса и, соответственно, на рост экономики и улучшение макроэкономических показателей, в том числе и в аграрном секторе.

Список использованной литературы:

1. Ваулина О.А., Балакина Л.Х. Оценка эффективности инноваций в банковской сфере // В сборнике: Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации сборник статей победителей II Международной научно - практической конференции. - МЦНС «Наука и Просвещение». - 2016. - С. 58 - 60.

2. Морозова Л.А., Текучев В.В., Черкашина Л.В. Особенности формирования инфраструктуры национальной системы платежных карт // В сборнике: Инновационные подходы к развитию агропромышленного комплекса региона. - ФГБОУ ВО РГАТУ. - 2016. - С. 191 - 194.

3. Черкашина Л.В., Морозова Л.А., Текучев В.В. Особенности расчетов электронными денежными средствами // В сборнике: Проблемы экономики, организации и управления в России и мире. - 2015. - С. 308 - 310.

4. Черкашина Л.В. Особенности оплаты товаров и услуг платежной картой // В сборнике: Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2013. - С. 141 - 144.

5. Черкашина Л.В. Информационные технологии и инструменты управления проектами // В сборнике: Роль интеллектуального капитала в экономической, социальной и правовой культуре общества XXI века: - 2015. - С. 496 - 500.

6. Черкашина Л.В. Безопасность расчетов с использованием платежных карт // В сборнике: Проблемы экономики, организации и управления в России и мире. - 2014. - С. 410 - 412.

7. Черкашина Л.В. Предоплаченные платежные карты - перспективный инструмент безналичных расчетов // В сборнике: Проблемы экономики, организации и управления в России и мире. - 2013. - С. 515 - 517.

© В.В. Текучев, 2017

УДК 334

Н.С. Трушина
студентка 4 курса
Факультет экономики и менеджмента
Саратовский государственный аграрный университет
Г. Саратов, Российская Федерация

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ФИРМ СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

На данный момент времени уделяется большое внимание предпринимательству. Специалисты, с помощью проведенных исследований, выявили, что по сравнению с медленным ростом большинства крупных и малых компаний, предпринимательские фирмы среднего бизнеса выделяются высокой динамичностью и способностью поддерживать значительные темпы роста. Предпринимательские фирмы обеспечивают

прирост ВВП и занятости. Важную роль в таких компаниях играет подготовка кадров. Это связано с тем, что при выполнении заказа, данным компаниям необходимо удовлетворить потребности клиента, а для этого требуется умение вникать в многочисленные нюансы, возникающие при оформлении заказа [2, с.63].

Предпринимательские фирмы среднего бизнеса проводят довольно тщательный отбор своих сотрудников. И даже в неблагоприятных экономических условиях, стараются сохранить высокоспециализированные кадры, организуя повышение квалификации и переобучение работников. Средний бизнес – один из факторов стабильности национальной экономики. Такие фирмы обеспечивают качественный рост процессов в экономике, так как на данных предприятиях ведутся научные разработки, позволяющие поддерживать неоспоримую конкурентоспособность. Отличительная особенность предпринимательских фирм среднего бизнеса – инновационная направленность их деятельности.

Компании среднего бизнеса тратят гораздо больше процентов от выручки на научно - исследовательские и опытно - конструкторские работы (R&D) – 3,6 % , когда крупные фирмы тратят лишь 3 % от выручки. Так же в средних компаниях преобладает количество патентов, приходящих на одного работника. Если в крупных организациях на одного работника приходится 6 патентов, то в средних предпринимательских компаниях – 31[2, с.229].

Средний предпринимательский бизнес выделяет намного меньше средств на разработку патентов в сравнении с крупными игроками рынка. Высокие затраты на R&D характерны также для российских предпринимательских фирм среднего бизнеса. Это обусловлено тем, что важнейшим механизмом функционирования данных фирм являются инновации, обеспечивающие конкурентоспособность и развитие бизнеса.

Важное свойство инновационных продуктов – их уникальность. Отсутствие аналогов товара позволяет получить большой объем доходов, но только на определенный период времени, так как утрачивается оригинальность продукции, и ее активно начинают использовать конкуренты. Таким образом, одной из главных задач предпринимательских фирм является постоянный поиск инноваций и способов усовершенствования товаров.

Предпринимательскими фирмами в частности используются технологические и нетехнологические инновации. Технологическая инновация – результат, полученный в ходе инновационной деятельности. Это может быть продукция, услуга или же внедренный на рынке новый процесс производства услуг, использованный в дальнейшем в практической деятельности. Нетехнологические инновации – маркетинговые и экологические инновации [1, с.38].

Для предпринимательских фирм важнейшим фактором развития своего бизнеса является усовершенствование и разработка инновационных продуктов, а также наличие высокопрофессиональных кадров. В свою очередь, выбираемая предпринимательскими фирмами среднего бизнеса стратегия, играет важнейшую роль и, как правило, позволяет избежать столкновения с крупными конкурентами.

Помимо всего вышесказанного, необходимо учесть опасности, связанные с ограниченностью ниши, в которой работает деятель. С опасностью, которая связана с ограниченным спросом на государственном рынке, позволяет справиться глобализация, что означает вывод компаний на зарубежные рынки. Но вывод на зарубежные рынки требует вложения крупных сумм, связанных с сертификацией изготовления продаж [3, с.344].

Большинство российских производителей не могут преодолеть барьеры, возникающие при выходе на зарубежный рынок. На данную проблему может повлиять правительство, упростив условия для выхода предпринимательских фирм на зарубежный рынок. Государственная поддержка среднего бизнеса всегда оказывала положительный результат, об этом говорит опыт зарубежных стран. Ведь во многих странах поддержка среднего бизнеса – главная составная часть экономической политики, направленная на повышение эффективности данных фирм. В России необходимо принять программы по оказанию помощи предприятиям среднего бизнеса, ведь в деятельности каждой из компаний заложен потенциал, которому необходимо раскрыться.

Список использованной литературы:

1. GR для малого и среднего бизнеса / А.С. Никитин и др. – М.: Проспект, 2015. – 112 с.

2. Виленский, А. В. Малый и средний бизнес в крупном мегаполисе / А.В. Виленский. – М.: Издательский дом Международного университета в Москве, 2012. – 488 с.

3. Круглова Н. Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): учебник / Н.Ю. Круглова. – М.: КНОРУС, 2010. – 544 с.

© Н.С. Трушина, 2017

УДК 336

М.В. Тяжелков
Студент Оренбургского государственного университета,
г. Оренбург, Российская Федерация

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ

Ориентация на развитие рыночных отношений оказала существенное влияние на изменение содержания стоящих перед регионами задач и на средства их решения. Развитие рыночной экономики сопряжено с требованием реализации гражданских прав и свобод граждан России, вот почему все регионы должны обеспечить право свободного выбора места жительства и трудовой деятельности, право на достойный уровень благосостояния, право на образование и другие.

Решение отмеченных и других задач в регионах не может быть обеспечено исключительно на основе механического подхода к выравниванию уровня и качества жизни. Оно в определенных пределах достижимо в результате смягчения противоречий между экономическими и социальными целями развития регионов, через определение приоритетов в их развитии, через компромисс общественных сил, достижение экономической эффективности и социальной справедливости.

Для регионов России актуально обеспечение примерно равных стартовых условий для всех граждан, независимо от места проживания и рождения, включая право на получение профессии, выбор сферы трудовой деятельности, право на самообеспечение для всех трудоспособных, на социальную защиту вследствие нетрудоспособности, потери работы и в других случаях — как это принято в условиях развитых рыночных отношений.

К числу новых региональных экономических задач необходимо отнести «переспециализацию» новых приграничных районов, создание новых рабочих мест, ускоренное развитие инфраструктуры с учетом переселенцев из стран СНГ, зон конфликтов и передислокации воинских частей. Регионы нуждаются в стимулах развития экспортных и импортозамещающих производств, в свободных экономических зонах, технополисах.

Ориентация на развитие рыночных отношений предполагает включение российских регионов в систему международного разделения труда и, следовательно, использование имеющихся у них преимуществ в интересах ускоренного экономического и социального развития на более высокой, чем ранее, научно - технической основе.

Решение отмеченных задач невозможно без дальнейшего формирования и развития территориально - производственных комплексов и промышленных узлов, особенно в северных и восточных районах с приоритетным развитием производств комплексной переработки добываемого сырья, при соблюдении строгих экологических стандартов.

Постепенная рыночная оптимизация хозяйственной деятельности и численности населения в регионах, столкнувшись с неэффективной пространственной организацией страны, привела к росту расходов на поддержание инфраструктурного хозяйства, избыточного в теряющих население и производственные активы территориях и недостаточного в растущих регионах (ограниченность возможностей портового хозяйства, экспортных трубопроводов в нефтегазовом комплексе, систем жизнеобеспечения в ЖКХ).

Унаследованная от СССР система расселения и территориальная хозяйственная организация Российской Федерации предопределили закрепление в первую очередь сырьевой специализации страны. Наиболее конкурентоспособной на мировом рынке частью страны оказываются сырьевые зоны России. Они «стягивают» на себя проектные мощности, поглощают свободные капиталы, квалифицированную и мобильную рабочую силу. В частности, большинство инфраструктурных проектов последнего десятилетия нацелены на обеспечение транзитной экономики. Специфической является направленность проектируемых крупных транспортных путей: от сырьевых зон к портам и пограничным переходам для вывоза на экспорт. Отсутствие зон высокоорганизованной урбанистической среды жизни (дефицит современных городских инфраструктур, информационных каналов, экологически благоприятных условий жизни в населенных пунктах, ограниченная транспортная доступность основных мировых центров) становится препятствием для концентрации на территории Российской Федерации ресурсов будущего: высококвалифицированной мобильной рабочей силы, инновационных технологий, источников информации, культурных ценностей и так далее.

Список использованной литературы

1. Гомола А.И., Кириллов В.Е., Жаннин П.А. Экономика. – М.: Академия. – 2011. – 336с.
2. Гребнев Л.С. Экономика. Курс основ. Учебник. - М.: Вита - Пресс. — 2001. — 432 с.
3. Елисеев А.С. Экономика: бизнес – курс МВА. — М.: Дашков и К. — 2011. — 488 с.
4. Емцов Р.Г., Лукин М.Ю. Микроэкономика. - М.: ДИС. – 2004.
5. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент. М.: Финансы и статистика, 2012. 768 с.

6. Коробейникова О.О. Анализ и формирование нормативного подхода к воспроизводству основного капитала предприятий на базе внутренних источников инвестиций // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 1. С. 41 – 45.

7. Маховикова Г.А. Микроэкономика. — М.: Эксмо. — 2009. — 224 с.

8. Микроэкономика. Теория и российская практика / Под ред. А.Г. Грязновой и А.Ю.Юданова. 3 - е изд. — М.: КноРус. — 2007. — 659с.

9. Нечаев А.С., Антипин Д.А., Антипина О.В. Государственные и муниципальные финансы / А. С. Нечаев, Д. А. Антипин, О. В. Антипина; Иркутский национальный исследовательский технический университет. Иркутск, 2016.

10. Muftahova O., Nechaev A., Antipina O. The use of financial and credit tools to minimize the risks in the organization of production // International Journal of Economics and Financial Issues. 2015. Т. 5. № 4. С. 1060 - 1065.

11. Тарасевич Л.С.Экономика: учебник для вузов по неэкон.спец. — М.: ИНФРА - М. — 2000. — 265 с.

12. Трунин С.Н., Вукович Г.Г. Макроэкономика. Учебное пособие. — М.: Финансы и статистика. — 2007. — 312с.

13. Фрейдин И., Структура финансов в холдинге // Финансы. 2015. № 3. С. 17 – 19.

© М.В. Тяжелков, 2017

УДК 332.628

И.В.Усачева
Студентка 4 курса Факультета Экономики и Финансов
Ростовский Государственный Экономический Университет (РИНХ)
г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

ОЦЕНКА АНТИКВАРИАТА

В теории оценочной деятельности под нематериальными активами понимают активы, лишенные физической формы. Главным критерием является полезность, доходность актива, его способность приносить прибыль. В связи с этим возникает вопрос о непрерывности существования в нем главного атрибута – прибыльности. Другая сложность анализа стоимости любых нематериальных активов состоит в исключительности и уникальности не только свойств этой группы активов, но и в той специфике использования, которая заключена в них.

Основной задачей при оценке нематериальных активов является разумное игнорирование компонента субъективности и нацеленность на получение достоверных и объективных данных.

Под оценкой же антикварных изделий понимается деятельность по установлению стоимости объекта, обладающего исторической ценностью. С позиции теории оценочной деятельности антиквариат представляет собой изделие, имеющее художественную ценность и отвечающее определенным временным характеристикам (возраст предмета антиквариата должен превышать 50 лет).

Данная процедура должна проводиться оценщиком, который помимо прямых профессиональных навыков владеет знаниями в области искусствоведения и культурологии. Компетентность оценщика определяется его общим уровнем знаний об оцениваемом изделии. Плохое понимание специфики этих предметов может стать причиной допущения серьезной ошибки, что повлечет неверное истолкование стоимости. Стоит помнить, что оценка антиквариата сопряжена с существованием проблем, которые вытекают из особого исторического и культурного статуса изделия.

Для получения наиболее точной стоимости антикварного изделия и минимизации искажений результатов при проведении процедуры оценки следует руководствоваться следующим технико - аналитическим алгоритмом:

- изучить физическую структуру изделия
- определить технологию производства изделия и личность мастера;
- рассчитать базовую стоимость и определить повышающие и понижающие стоимость коэффициенты, оценить износ

Оценка антиквариата не может проводиться с помощью использования стандартных подходов ввиду отсутствия общепринятых теоретических принципов экономического обоснования, необходимых для стоимостной оценки данных объектов.

Именно поэтому при определении стоимости объектов антиквариата возникают сложности, связанные с практическим применением подходов к их оценке. Например, неоднозначность использования сравнительного подхода состоит не только в поиске объекта - аналога, но и в установлении критериев - признаков, доказывающих сопоставимость антикварных изделий. Здесь задача оценщика состоит в выявлении базовых числовых, художественных и культурных характеристик. Эти факторы вкупе с рыночной неопределенностью данного сегмента ограничивают применение сравнительного подхода, оттого делают его использование несостоятельным.

Метод анализа иерархий, разработанный американским математиком Т. Саати, нивелирует недостатки сравнительного подхода. Его суть состоит в последовательной классификации признаков, влияющих на стоимость объекта оценки.

Данный метод применяется тогда, когда перед оценщиком возникает необходимость выбора отдельных свойств из ряда существующих. Альтернативные свойства характеризуются числовой оценкой, это помогает оценщику осуществить правильный отбор критериев - признаков. Заранее неизвестные числовые оценки должны быть получены путем применения метода анализа иерархии. Использование МАИ предполагает поиск предметов - аналогов, их сравнение, основанное на их взаимном сопоставлении и использовании шкалы оценки. Далее формулам выводятся коэффициенты, и только потом считается стоимость объекта.

Первый этап МАИ - структурирование проблем оценки и построение на их основе иерархии. Второй этап предполагает установление приоритетов критериев, оценку каждой из альтернатив на их основе. Здесь элементы задачи сравниваются попарно по отношению к их воздействию на общую для них характеристику. Преимущество МАИ состоит в том, что оценка производится по субъективным критериям, которые отбирает сам оценщик, исходя из специфики оцениваемого объекта и цели его оценки.

К основным критериям оценки можно отнести: историческую и художественную ценность, известность автора, инвестиционную привлекательность, сохранность, уникальность работы, идейно - эстетическое содержание, эстетичность, древность.

После выбора критериев, можно переходить к непосредственному сравнению и анализу оцениваемого объекта и объектов - аналогов. Здесь используется относительная шкала важности Т.Саати. Данная шкала должна предоставлять понимание разницу в характеристике объектов - аналогов. Также должна подтверждать правильность градации признаков, выделенных оценщиком.

Оценка объектов антиквариата не подпадет под каноны типового определения стоимости одним подходом и требует их совместного использования.

Список использованной литературы:

1. Саати Т. Л. Принятие решений. Метод анализа иерархий. — М.: Радио и связь, 1989. — 316 с.

© И.В. Усачева, 2017

УДК 336.01

И.В.Усачева
Студентка 4 курса Факультета Экономики и Финансов
Ростовский Государственный Экономический Университет (РИНХ)
г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

ГЛОБАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Значимость экономики и экономических проблем в современном глобальном мире велика, поскольку именно рынок в последние 100 лет диктовал и продолжает диктовать свои условия при реализации деятельности во всех сферах человеческой жизни. Экономические отношения, материальные ценности и коммерческая деятельность служит основой национальных и корпоративных интересов. Это означает, что экономические процессы оказывают огромное влияние на окружающую среду, безопасность социального развития и реализацию научно - технических достижений. Решение глобальных проблем во многом зависит от уровня развития и избранных обществом направлений экономической деятельности, поскольку они зачастую имеют экономический характер.

Некоторые глобальные проблемы носят краткосрочный характер (например, финансовый кризис 2008 года). Другие имеют долгосрочные последствия (например, нефтяные шоки 1970 - х годов, которые навсегда изменили мировой рынок нефти) [1].

Характер глобальных экономических проблем определен тем, что они охватывают всю мировую экономическую систему. Впервые о них заговорили в 20 веке, когда национальные экономики были разделены на промышленно развитые страны (бывшие колонизаторы) и страны с обильными запасами сельскохозяйственных ресурсов (бывших колонии). В научных кругах сформировалось мнение, что большинство глобальных

экономических проблем вызвано экспансией индустриально развитых стран и их господством на отраслевых и потребительских рынках.

Отличительной чертой всех глобальных экономических проблем является то, что они имеют серьезное значение как для мировой экономики, так и для национальных экономических систем, а также для развития цивилизации, международных отношений и окружающей среды.

Рост потребления минерального топлива привел к глобализации энергетической проблемы. Она связана с зависимостью стоимости денег и механизмов ценообразования от цен на энергоносители. Эта взаимообусловленность создает нестабильность на валютных и фондовых рынках. Она влечет за собой увеличение потребления всех видов природных ресурсов, следствием является рост отходов производственной деятельности и ускоренное ухудшение глобальной экологической ситуации[2].

Другой проблемой является расширяющееся расхождение в доходах граждан наиболее и наименее развитых стран, которое и влияет на качество жизни в этих странах. Бедность во многих развивающихся странах растет пропорционально росту численности населения, что связано с нехваткой продовольствия. Следствием является рост безработицы в развивающихся странах, а с ним и рост трудовой миграции в развитые регионы мира, действие которых осложняется отсутствием системы управления общемировой занятостью.

За последние годы объем общемировых инвестиций, направленных в военную отрасль, возрос в 10 раз. Это оказывает неблагоприятное воздействие на национальные и мировую экономики, поскольку противоречит потребностям рынка и интересам общества. Такой рост ведет к деформации нормального функционирования экономической системы. Следствием являются упадок индустриально - технологического развития; увеличение бюджетного дефицита; стимулирование инфляции; отвлечение трудовых и материальных ресурсы от решения насущных социально - экономических проблем, негативно влияющих на международные отношения и обостряющих напряженность между странами[3].

Экономика некоторых стран основана на нелегальном бизнесе. Во многих странах с переходной экономикой теневая экономическая деятельность является частью легального бизнеса. Исследования показывают, что теневая экономика влияет на все отрасли экономики, в том числе рынок ценных бумаг[4].

Как показывает практика, экономические проблемы вызывают наибольшую сложность по сравнению с другими глобальными проблемами современного мира, поскольку экономические противоречия и трудности лежат в основе всех существующих и возникающих глобальных проблем. Проблема преодоления бедности и неравенства решается очень медленно. Усилия, направленные на устранение этой проблемы мало эффективны из - за инфляции, высоких темпов роста населения в странах третьего мира. Самая главная причина состоит в том, что практика международной помощи бедным поверхностна и бесперспективна, потому что не решает проблем, а лишь маскирует их.

Список использованной литературы:

1. Гнатюк, С.Н. Макроэкономика : учебно - методический комплекс / С. Н. Гнатюк . — Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2015. — 350, [1] с.
2. Гусейнов, Р.М. Макроэкономика : учебное пособие для бакалавров / Р. М. Гусейнов, В. А. Семенихина. — Москва : Омега - Л, 2014. — 254 с.

3. Капканщиков , С.Г. Макроэкономика : учебник / С. Г. Капканщиков. — 3 - е изд., переработанное и дополненное. — Москва : КноРус, 2016. — 406 с.
4. Киселева, Е. А. Макроэкономика. Экспресс - курс : [учеб. пособие] / Е.А. Киселева. - 2 - е изд.. - М. : Кнорус, 2014. - 379

© И.В. Усачева, 2017

УДК 332

Л.К. Хафизова
Студентка Института нефтегазового бизнеса
ФГБОУ ВО Уфимский государственный нефтяной технический университет
Г. Уфа, Российская Федерация
М.М. Гайфуллина
К.э.н., доцент
Институт нефтегазового бизнеса
ФГБОУ ВО Уфимский государственный нефтяной технический университет
Г. Уфа, Российская Федерация

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬЮ И ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Управление энергоэффективностью предприятия предполагает эффективное решение производственных задач на основе применения энергосберегающих технологий. Система управления энергоэффективностью предприятия представляет собой некую совокупность организационных и экономических элементов, воздействующих на процесс энергосбережения с целью повышения энергоэффективности [1, 2] (рис. 1).

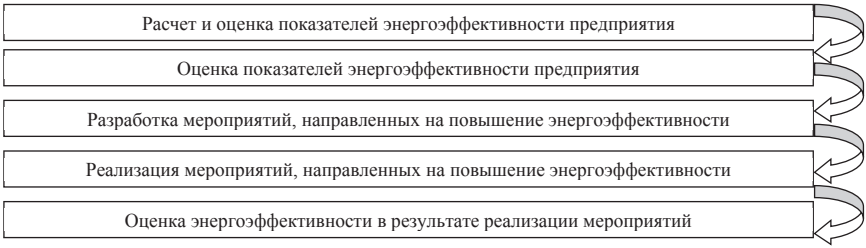


Рисунок 1. Система управления энергосберегающей деятельностью

Управление энергосберегающей деятельностью предприятия можно рассмотреть как систему, которая включает четыре компонента: 1) нормативно - правовая составляющая, который включает законы, постановления, указы, федеральные, региональные и муниципальные программы в сфере энергосбережения и увеличения энергоэффективности, и т.д.; 2) техничеко - технологический компонент (технические решения, модернизация оборудования, и т.д.) [3, 4, 5]; 3) организационный компонент - формирование

информационных систем, организация систем бухгалтерского учета и анализа технических и экономических показателей, и т.д.); 4) социально - экономический компонент (экономическая и социальная заинтересованность, мотивация персонала к энергоэффективности и энергосбережению [6, 7, 8, 9, 10]).

Энергосбережение представляет собой эффективное употребление ресурсов, за счет употребления инновационных решений. Предприятие, формируя систему управления энергоэффективностью, должно ответить на следующие вопросы: 1) анализ текущей ситуации (как эффективно предприятие управляет энергопотреблением в настоящий момент и как система энергосбережения включена в существующую систему управления); 2) определение перечня действий, которые следует реализовать для изменения текущей ситуации (разработка сценариев перехода от исходного уровня энергетических издержек к более низкому уровню); 3) желаемая ситуация по уровню использования энергетических ресурсов [11].

Список использованной литературы:

1. Макова М.М. Энергоэффективное развитие предприятия [Текст] / М.М. Макова // Вестник торгово - технологического института. - 2011. - № 1(4). - С. 104 - 111.

2. Макова М.М. Нефтегазовое товароведение и сбыт продуктов нефтегазопереработки: учебное пособие [Текст] / М.М. Макова. – Уфа: ООО «Монография», 2010. 64 с.

3. Маков В.М. Использование методов стратегического моделирования для отбора приоритетных направлений финансирования инновационной деятельности предприятий нефтегазового комплекса [Текст] / В.М. Маков // Транспортное дело России. - 2009. - № 8. - С. 173 - 176.

4. Макова М.М. Активизация инвестиционных процессов как основа устойчивого развития предприятия (на примере нефтяного комплекса) [Текст] / М.М. Макова // Экономика и управление: научно - практический журнал. 2012. № 1. С. 77 - 83.

5. Маков В.М. Анализ системы управления инновационной деятельностью предприятий нефтегазового комплекса [Текст] / В.М. Маков // Экономический анализ: теория и практика. 2010. № 15. С. 13 - 22.

6. Гайфуллин А.Ю., Гайфуллина М.М. Методический подход к оценке социальной безопасности региона [Текст] / А.Ю. Гайфуллин, М.М. Гайфуллина // Фундаментальные исследования. - 2015. - № 12 - 5. - С. 1001 - 1006.

7. Гайфуллин А.Ю. Методический подход к оценке социальной устойчивости территориальных образований [Текст] / А.Ю. Гайфуллин // Известия Уфимского научного центра РАН. - 2016. - № 1. - С. 104 - 109.

8. Лейберт Т.Б., Гайфуллина М.М., Халикова Э.А., Земцова В.Д. Оценка факторов, влияющих на динамику производительности труда в отраслях топливно - энергетического комплекса [Текст] / Т.Б. Лейберт, М.М. Гайфуллина, Э.А. Халикова, В.Д. Земцова // Экономика и управление: научно - практический журнал. - 2015. - №3 (125). - С. 43 - 50.

9. Гайфуллина М.М., Ибрагимова Н.В. Управление персоналом и интеллектуальной собственностью в инновационном малом и среднем бизнесе: учеб. – метод. комплекс [Текст] / М.М. Гайфуллина, Н.В. Ибрагимова. - Уфа: Изд - во УГНТУ, 2010. - 385 с.

10. Martynova S.E., Dmitriev Y.G., Gajfullina M.M., Totskaya Y.A. «Service» municipal administration as part of the development of youth entrepreneurship in Russia [Текст] / S.E. Martynova, Y.G. Dmitriev, M.M. Gajfullina, Y.A. Totskaya // Social Indicators Research. 2016. С. 1 - 14.

11. Макова М.М. Оценка устойчивого развития промышленного предприятия [Текст] / М.М. Макова // Экономика и управление: научно - практический журнал. - 2012. - № 6 (110). - С. 54 - 59.

© Л.К. Хафизова, М. М. Гайфуллина, 2017

УДК 330

Е.Н. Цыбина, к.э.н.,
Частное Профессиональное Образовательное Учреждение
«Газпром колледж Волгоград»,
г. Волгоград, Российская Федерация

УРОВЕНЬ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Ни у кого не вызывает сомнения то, что фундаментом процесса модернизации является использование современных технологий, научных достижений и разработок, что одним из приоритетных направлений развития российских предприятий является внедрение нововведений. Не смотря на это, отечественный бизнес не стремиться внедрять новшество, которое обеспечивает качественный рост эффективности продукции или процессов, востребованных рынком, и лишь каждое шестое предприятие готово идти на это. Безусловно, инновации являются ключевым фактором конкурентоспособности, однако российские предприятия не спешат их использовать на практике.

В чем кроется основная проблемы не желания отечественных предприятий быть инновационно активными? Этот вопрос и обусловил актуальность нашего исследования.

Инновации в современном мире играют важную роль. Те задачи, которые можно решить посредством инновации в области развития экономики, да и общества в целом очень разнообразны и многочисленны (Рис.1).

Инновации помогают развиваться фирме, улучшить качество выпускаемой продукции, получить выгоду, снизить затраты производства за счет использования нововведений. Почему же инновационная деятельность российских предприятий не находится на должном уровне?

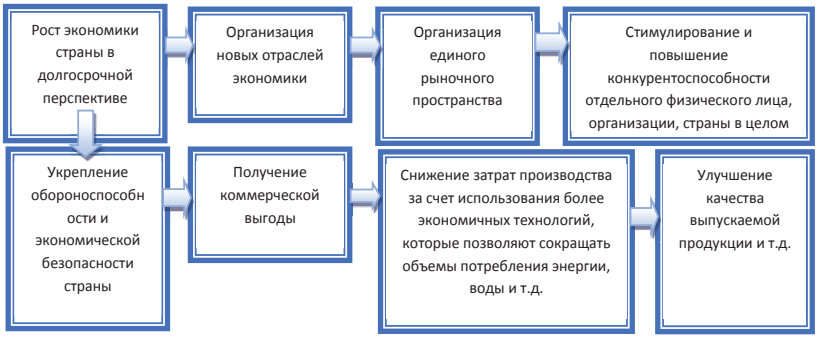


Рис.1. Задачи, решаемые инновациями в области экономики

Уровень инновационной активности отечественных предприятий заметно уступает показателям стран - лидеров в этой сфере, таким как США, Великобритания, Китай и другие (Рис.2.).

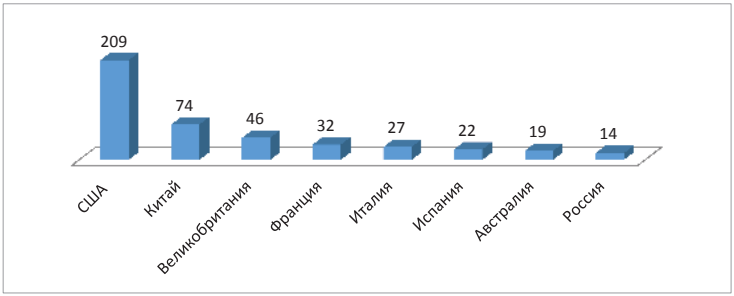


Рис.2. Уровень инновационной активности, тыс. шт.

Видимо на практике внедрение инноваций становится сверхсложным процессом. Необходимо выявить весь комплекс проблем, препятствующих внедрению нововведений (Таблица).

Безусловно, это далеко не все проблемы и значительное отставание России в инновационной сфере обусловлено многим количеством проблем, которые представляют серьезную угрозу для процесса развития инновационной деятельности и экономики в целом.

Нельзя не забывать еще об одной серьезной проблеме - недостаток квалифицированных работников. Тому причина наличие «псевдоспециалистов» на рынке труда, не способных ориентироваться на стратегию развития и отсутствие у них мотивации к развитию.

Таблица - Факторы препятствующие инновациям

Факторы	***Проблемы***
Экономические	1. Недостаток собственных денежных средств. 2. Недостаток финансовой поддержки со стороны государства. 3. Низкий платежеспособный спрос на новые продукты. 4. Высокая стоимость нововведений. 5. Высокий экономический риск. 6. Длительные сроки окупаемости нововведений.
Производственные	1. Низкий инновационный потенциал предприятия. 2. Недостаток информации о новых технологиях. 3. Недостаток информации о рынках сбыта. 4. Изношенность основных средств предприятий. 5. Недостаток возможностей для кооперирования с другими предприятиями и научными организациями.
Административные	*1. Предоставление льгот.* *2. Коррупционная составляющая.*

	3. Отсутствие условий внедрения инноваций. *4. Нормативно - правовая сторона и пр.*
Другие	1. Неопределенность сроков инновационного процесса. 2. Неразвитость инновационной инфрасистемы. 3. Неразвитость рынка технологий 4. Слабая подготовленность проектов. 5. Субъективное представление о значении инновации.

Для соединения всех видов инноваций в единую систему требуются высокообразованная, профессионально подготовленная рабочая сила. Очевидно, что необходим целый ряд высококвалифицированных специалистов, начиная от исследователей рынка и заканчивая техническими специалистами и инновационными управленцами. Частично данную проблему можно решить посредством планомерной подготовки и переподготовки новых кадров, способных создавать, продвигать и реализовывать инновационный продукт.

Решение этой и других указанных проблем, позволит активизировать инновационную деятельность. Успешно реализовать научно – исследовательские идеи в инновационные продукты способны лишь специализированные подготовленные кадры.

Лишь не многие менеджеры, осознавшие всю значимость и ценность интеллектуального капитала (Рис.3) для перспективного развития своего предприятия, принимают решающие меры по трансформации системы менеджмента, прибегая к новым методам управления.

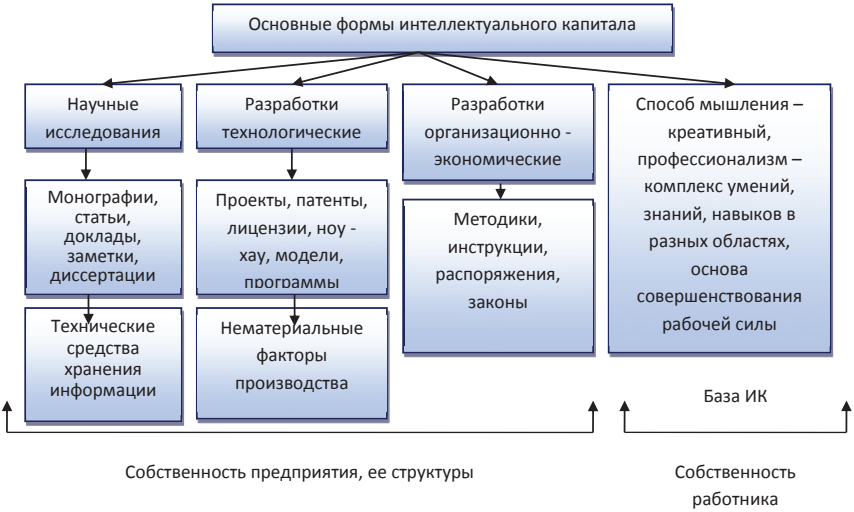


Рис.3. Основные формы интеллектуального капитала.

Назрела необходимость активного перехода на российских предприятиях к наращиванию интеллектуального капитала, использованию дорогостоящей, но эффективной рабочей силы, стимулированию талантливых инновационных менеджеров и

специалистов, обеспечению высокого профессионального уровня персонала, разработке и внедрению новых мотивационных подходов.

Список использованной литературы:

1. Иванова, С.А. Основные проблемы инновационного развития России (компаративный анализ) // Современные научные исследования и инновации. 2014. № 4 [Электронный ресурс]. URL: http: // web.snauka.ru / issues / 2014 / 04 / 33127 (дата обращения: 19.11.2016).
2. Долженкова О.В., Горшенина М.В., Ковалева А.М. Проблемы внедрения инноваций в России. Пути их решения // Молодой ученый. - 2012. - №12. - С. 208 - 210.
3. Белоусов, В. Предпосылки инновационного развития // Экономист. – 2011. – № 10. – С. 52 - 56.
4. Брукинг, Э. Интеллектуальный капитал / Пер. с англ. под ред. Л.Н.Ковалик. – СПб: Питер, 2001. – 288с.

© Е.Н. Цыбина, 2016

УДК 338.2

Р.К. Шакирова
к. э. н., доцент
Д.А. Крылова
студентка 4 курса
Институт экономики, управления и финансов
ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет»,
г. Йошкар - Ола, Россия

РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РФ*

В последнее время развитие малого и среднего предпринимательства в России заметно активизировалось. Даже несмотря на негативные последствия мирового экономического кризиса, можно отметить возрастающую потребность общества в воспитании и формировании нового поколения молодых бизнесменов, способных играть активную роль в экономике, бизнесе и обществе в целом. Развитие молодежного предпринимательства должно способствовать успешному переходу страны на инновационный путь развития.

На сегодняшний день построение инновационной экономики стало актуальной задачей [1]. Ее невозможно представить без молодых, активных, полных креативных идей предпринимателей. Поэтому новое поколение бизнесменов должно стать ведущим элементом современной экономической стратегии. Но к настоящему времени еще не сформировалась комплексная система, которая позволит воспитывать новое поколение предпринимателей. Несмотря на то, что государственные структуры заняли активную позицию по реализации мер, направленных на поддержку малого и среднего

* Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта №16 - 12 - 12008

предпринимательства, нерешенным остается ряд проблем, которые оказывают негативное влияние на готовность и желание молодых людей создавать собственный бизнес. Среди проблем можно выделить следующие:

1. Социальный настрой молодежи. Среди молодых людей слабо выражена готовность идти на риск, создавать что - то новое, отсутствует дух предпринимательства.

2. Уровень и содержание образовательных программ. Учебные заведения не формируют стимулы и поведенческие компетенции, без которых успешная предпринимательская деятельность невозможна.

3. Восприятие обществом предпринимателей. Молодые люди воспринимают предпринимателей, как людей, которым приходится постоянно преодолевать трудности, а не как стремящихся к успеху бизнесменов.

4. Недостаточная информированность молодежи об организациях, осуществляющих государственную поддержку малого предпринимательства.

5. Низкие стартовые условия

На сегодняшний день основными сферами деятельности малого и среднего бизнеса являются торговля и общественное питание, сельское хозяйство, промышленность и строительство. Около 10 % современных предпринимателей занято в сфере производства. Примерно столько же – в сфере оказания услуг населению. Мала доля людей, занимающихся переработкой сельскохозяйственной продукции. Массовыми потребителями товаров и услуг малого и среднего предпринимательства является местное население, частные фирмы, государственные учреждения.

Частный бизнес сталкивается с рядом трудностей, в числе которых высокие налоги [2, 3], дороговизна материально - технических средств, отсутствие кредитных ресурсов. В последствие эти проблемы негативно отражаются на финансовом результате и общем состоянии бизнеса. Но надо понимать, что сегодня государство заинтересовано в развитии предпринимательства, поэтому оно предлагает предпринимателям разнообразные программы, как федерального, так и регионального уровня. Они вполне доступны, рассчитаны на разные категории и сферы бизнеса, предусматривают различные суммы, виды финансирования и помощи. Для того чтобы в этих программах участвовать, нужно просто знать о них и не бояться обратиться в соответствующие структуры.

Помимо общероссийских программ [4] и структур, поддерживающих предпринимателей, существует великое множество региональных и муниципальных программ.

На 2016 г. на программы развития малого бизнеса запланировано в федеральном бюджете 11 млрд. руб. С июля текущего года введены обязательные квоты на приобретение у субъектов малого бизнеса продукции в процессе госзакупок, что определенный гарантированный спрос.

Таким образом, малый и средний бизнес помогает решать проблемы, связанные с занятостью населения, он повышает эффективность производства, стимулируя развитие конкуренции, способствует внедрению инноваций, которые потом служат всему обществу. Поддерживать малый бизнес необходимо, т.к. он является залогом к развитию экономики страны, а, следовательно, и росту ее международного престижа.

Список использованной литературы:

1. Шакирова Р.К. Институциональная среда региональной отраслевой кластеризации // Финансы и управление. — 2016. - № 3. - С.63 - 75.

2. Шакирова, Р.К. Налоговое регулирование предпринимательской деятельности в сфере торговли (на примере Республики Марий Эл) // Современные проблемы и перспективы экономики и инновационного предпринимательства.– Ижевск: Изд - во ИжГТУ.– 2015.– с. 333–343.

3. Шакирова, Р.К. Регулирующая роль специальных налоговых режимов в системе региональной налоговой политики Республики Марий Эл / Р.К. Шакирова, Н.В. Курочкина // Финансы и кредит. - 2014. - № 26. - С. 49 - 55.

4. Шакирова, Р.К. Реализация плана антикризисных мероприятий 2015 года в части налоговой политики и малого бизнеса // Актуальные проблемы экономики современной России.– Й - Ола: Мар гос. ун - т.– 2016.– С. 286 - 291.

© Р.К. Шакирова, Д.А. Крылова, 2017

УДК 336.2

Р.К. Шакирова
к. э. н., доцент
Н.В. Ямбарцева
студентка 4 курса
Институт экономики, управления и финансов
ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет»,
г. Йошкар - Ола, Россия

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА РФ НА БЛИЖАЙШУЮ ПЕРСПЕКТИВУ*

Налоговая политика является только частью стратегии развития государства и частью институциональной среды предпринимательства [1, 2]. Налоговая политика не может существовать обособленно от планов развития других направлений социально - экономической политики [3, 4]. Объединить все направления государственной политики позволяет федеральный закон «О стратегическом планировании в РФ» от 28.06.2014 № 172 - ФЗ.

Документ, содержащий основные направления налоговой политики на текущий момент, был представлен Минфином России и одобрен Правительством РФ 01.07.2014. «Основные направления налоговой политики на 2015 год и плановый период 2016 и 2017 годов» – комплексный документ, включающий несколько разделов. Раздел «Меры в области налоговой политики» начинается с комплекса мер, направленных на исполнение Послания Президента РФ Федеральному собранию РФ от 12.12.2013. Вводятся особые условия для деятельности предпринимателей на территориях опережающего развития, а именно

* Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта №16 - 12 - 12008

каникулы сроком на 5 лет по ряду налогов, и определяются эти территории. Определяются меры по стимулированию развития малого предпринимательства, включающие право устанавливать в отношении отдельных категорий индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную и патентную систему налогообложения, налоговую ставку 0 %.

Отдельно обозначена проблема уклонения от налогообложения, в том числе с использованием офшоров. В связи с существующей проблемой разработаны мероприятия по противодействию уклонению от уплаты налогов и сокрытию бенефициарных собственников. Согласно налоговой политике в налоговое законодательство РФ внесены следующие изменения: 1) определено понятие налогового резидентства; 2) разработан механизм налогообложения прибыли иностранных компаний, в которых участвуют налоговые резиденты РФ; 3) определен порядок обмена информацией с низконалоговыми юрисдикциями и порядок участия налоговых органов РФ в проверках за рубежом; 4) совершенствуется налогообложение иностранных компаний; 5) регламентируется представление документов по контролируемым сделкам с налоговыми резидентами других государств вне рамок налоговых проверок.

В налоговой политике на 2015–2017 годы отдельно выделено налогообложение имущества физических лиц: налоговой базой по налогу на имущество для физических лиц станет кадастровая стоимость недвижимого имущества. Также в отношении физических лиц предусматривается изменение к подходу по освобождению доходов от продажи имущества.

В рамках налоговой политики для стимулирования инвестиций планируется предоставлять льготы по налогу на прибыль при реализации крупных региональных инвестпроектов. Также предполагается поддержать туристическую отрасль, виноградарство и виноделие. При этом в налоговой политике обозначены ставки акцизов с учетом их индексации. В части табачной продукции учитывается Концепция противодействия потреблению табака (утвержденная распоряжением Правительства РФ от 23.09.2010 № 1563 - р) и федеральный закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» от 23.02.2013 № 15 - ФЗ.

Отличительной особенностью налоговой политики государства на 2016–2018 годы является ее антикризисная направленность. В связи с этим:

1. Планируется развивать новые производства не только на территориях опережающего развития, но и во всех субъектах РФ, для чего им будет дано право принимать решения о налоговых льготах для таких производств.

2. Рассматривается порядок стимулирования малого бизнеса через специальные налоговые режимы. Предполагается упрощение процедуры регистрации и уплаты страховых взносов самозанятыми лицами.

3. Повышение порога по выручке в 1,2–1,5 раза позволит платить авансовые платежи по налогу на прибыль только поквартально.

4. Продлевается использование величины процентной ставки 0 % по займам между зависимыми обществами. В законодательство вводится понятие займа, направленного на капитализацию дочерних предприятий.

5. Планируется упростить начисление и принятие к вычету НДС, уплаченного в составе аванса. А также решить другие вопросы, связанные с исключением потерь бюджета,

которые возникают, когда покупатели ставят на вычет НДС по авансу, а продавцы не включают его в налогооблагаемую базу.

6. Рассматривается возможность упрощения процедуры предоставления освобождения от уплаты акциза при продаже подакцизных товаров на экспорт.

7. Планируется при контроле за трансфертным ценообразованием ввести критерии проверки, которые позволят снизить издержки налогоплательщиков.

8. Для поддержки экспортеров налоговой политикой предусматривается упрощение процедуры получения вычета по НДС. Порядок получения вычета планируется сделать таким же, как по внутренним операциям.

Налоговая политика в 2016–2018 годах будет во многом направлена на совершенствование порядка налогообложения НДС. В частности, планируются меры, направленные на одинаковое толкование НК РФ в части вычета по НДС при получении и уплате авансов по сделкам в условных единицах налоговыми агентами, а также по сделкам с имущественными правами. Обозначены меры по исключению занижения базы и неправомерному возмещению НДС.

Минфин России задолго до начала наступающего года публикует на своем сайте документ о налоговой политике. Так, налоговая политика на 2016–2018 годы была размещена на сайте 27 июля 2015 г. Это значит, что у юридических и физических лиц есть почти полгода для того, чтобы оценить влияние планов государства на их деятельность. Кроме того, это позволяет заранее планировать доходную часть бюджетов всех уровней.

С помощью налоговой политики Минфин России пытается выполнить следующие основные задачи: поддержать инвестиции в новые производства, противостоять кризису и выводу прибыли через офшоры, стимулировать малое предпринимательство и экспортеров, легализировать деятельность самозанятых граждан, уравновесить бюджеты различных уровней. Планируется принять ряд мер для усиления контроля за недобросовестными налогоплательщиками [1]. Таким образом, налоговая политика государства непосредственным образом влияет на институциональную среду развития бизнеса, на деловой климат.

Список использованной литературы:

1. Шакирова, Р.К. Институциональная среда региональной отраслевой кластеризации // Финансы и управление. - 2016. - № 3. - С.63 - 75.

2. Шакирова, Р.К. Институциональная среда региональных инноваций в аграрной сфере: кадровый аспект // Тренды и управление. – 2016. – № 3. – С.287–302.

3. Шакирова, Р.К. Налоговая политика Российской Федерации: краткая ретроспектива и перспектива // Теоретические и прикладные аспекты современной науки.– Белгород: АПНИ, 2015.– с. 160–162.

4. Шакирова, Р.К. Соотношение приоритетов российской социально–экономической политики и мер налогового регулирования в кризисный период // Теоретические и прикладные аспекты современной науки.– Белгород: АПНИ, 2015.– с. 152–154.

5. Шакирова, Р.К. Программные документы о развитии налоговой системы России // Современные тенденции развития науки и технологий. - Белгород: АПНИ, 2015. – с. 152–155.

© Р.К. Шакирова, Н.В. Ямбарцева, 2017

УДК 33

Н.А. Шмачилина
бакалавр
ТИБ, ТГПУ им. Л.Н. Толстого
Г. Тула, Российская Федерация

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ (ТОВАРОВ) В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Важную роль в развитии и повышении конкурентоспособности современных организаций играет построение эффективной системы продвижения, которая выступает одной из ключевых составляющих маркетинговой деятельности. Продвижение обеспечивает известность торгового бренда, направлено на формирование благоприятного образа продукции и самой организации в представлении потребителей и в конечном итоге ориентировано на стимулирование потребителей к покупке товара. Продвижение продукции должно возбуждать у потребителей желание сделать первую покупку и совершать все последующие. Современный уровень насыщенности рынка не позволит достичь желаемого уровня продаж без предварительной подготовки потребителей с помощью различных инструментов продвижения. Таким образом, эффективность деятельности организации по продвижению продукции оказывает непосредственное влияние на эффективность маркетинговой деятельности компании и финансовые результаты в целом.

В современных российских условиях, характеризующихся усложнением конкурентной среды, снижением платежеспособности населения, значимость деятельности по продвижению продукции приобретает особую актуальность. Отсутствие развитой системы продвижения может привести к недостаточному уровню спроса на предлагаемую продукцию и уходу организации с рынка (в силу отсутствия достаточных продаж, либо реализации продукции по цене ниже среднерыночного уровня). При этом важное значение имеет исследование опыта продвижения продукции крупными зарубежными компаниями в целях оценки возможности использования данного опыта в современных российских условиях. Исследование данного опыта полезно также с точки формирования учебных материалов для преподавания маркетинговых дисциплин.

Исследование опыта ведущих организаций в сфере продвижения продукции (товаров) позволяет решить следующие цели и задачи:

- изучить сущность, содержание и формы деятельности ведущих организаций в области продвижения продукции (товаров);
- изучить методы и инструменты продвижения, применяемые ведущими организациями в рамках деятельности по продвижению продукции (товаров);
- выполнить оценку возможности использования зарубежного опыта продвижения продукции (товаров) российскими компаниями;
- разработать учебные материалы для преподавания дисциплины маркетинг (кейсы, задачи).

Изучение подходов к трактовке понятия «продвижение продукции» в литературных источниках [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7] позволило сделать вывод, что во многом предлагаемые

определения тождественны и авторы связывают продвижение продукции с доведением информации о данной продукции, ее преимуществах, особенностях до потенциального потребителя различными методами и инструментами. Вместе с тем, по нашему мнению, данный подход является ограниченным, в нем рассматриваются лишь отдельные функции продвижения, а именно информирование потенциальных потребителей о продукции, товарах, услугах предприятия. При этом продвижение продукции должно рассматриваться как комплексный процесс. Эффективное продвижение продукции невозможно без предварительного анализа рынка, конкурентов, потребителей предприятия, планирования процесса продвижения.

В связи с этим, мы предлагаем рассматривать продвижение продукции (товаров) как следующую взаимосвязанную совокупность элементов:

- планирования продвижения продукции, имеющего целью выбор оптимальных методов продвижения (коммуникаций с потребителями) и объемов финансирования деятельности организации в данной области;
- анализа рынка, имеющего целью выявление основных рыночных тенденций, определение привлекательных рыночных ниш, оценку платежеспособного рыночного спроса на предлагаемую продукцию;
- анализа конкурентов, по результатам которого выявляются факторы конкурентоспособности продукции предприятия на рынке, основные конкуренты, осуществляется оценка используемых ими методов продвижения;
- механизма обратной связи, предполагающего регулярный анализ эффективности продвижения продукции и корректировки политики продвижения в соответствии с целями и задачами предприятия, состоянием рыночного окружения.

При таком подходе, целью продвижения продукции выступает обеспечение реализации продукции предприятия в объемах, предусмотренных маркетинговым планом.

В соответствии с предложенным подходом, планирование продвижения продукции предприятия включает следующие этапы, отражающие сущность данного вида маркетинговой деятельности:определение целевой контактной аудитории;определение целей продвижения;конкурентный анализ;анализ рынка;создание обращения;выбор каналов коммуникации;принятие решения о средствах продвижения;оценка результатов продвижения;управление осуществлением комплексных маркетинговых коммуникаций и координация этого процесса.

Ведущие организации в рамках деятельности по продвижению продукции (товаров) предприятия используют широкий набор методов и инструментов. Так, одним из важнейших инструментов продвижения продукции предприятия выступает реклама. Сравнительный анализ различных средств рекламы представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительный анализ
различных средств рекламы

Вид рекламы	Средства рекламы	Преимущества	Недостатки
Реклама на телевидении	Специальные передачи, рекламные ролики, заставки	Широкая целевая аудитория, высокая степень вовлеченности телезрителя, возможность выбора целевой аудитории	Высокая стоимость выхода рекламы и ее разработки, не подходит для рекламы товаров узкого спроса,

		(например, реклама мужских товаров в рамках спортивной трансляции)	негативное отношение телезрителя к телерекламе (прерывание программ), короткое время ролика
Реклама в прессе	Информационные, общие, рекламные и тематические газеты и журналы, каталоги, телефонные и отраслевые справочники, бюллетени	Широкий охват потребителей, невысокая стоимость рекламы, возможность выбора целевой аудитории (специализированные журналы)	Сложность оценки численности целевой аудитории, периодичность подачи рекламы определяется выходом печатного издания, ограничения по рекламной площади
Реклама на радио	Ролики в рекламных блоках, рекламные передачи, реклама по ходу радиопередач	Высокий охват аудитории, возможность выбора целевой аудитории (тематические радиоканалы, передачи), невысокая стоимость	Время рекламного обращения ограничено, важная информация (например, телефон) требует повторов
Наружная реклама	Щиты с информацией, столбы, тумбы, киоски, павильоны, ламбрекены, пилоны, ламбрекены; перетяжки, транспаранты, надписи в небе, вывески в магазинах, световые экраны и др.	Высокий охват аудитории при размещении в местах с большим клиентопотоком; широкий выбор различных средств в соответствии с бюджетом	Применение ограничено для краткосрочных рекламных кампаний; высокая стоимость при размещении в людных местах; мимолетный характер рекламы
Печатная реклама	Проспекты; каталоги продукции; плакаты; листовки; открытки; календари; планшеты; брошюры; визитные карточки	Высокая информативность, возможность распространения в районе торговой точки	Малый охват целевой аудитории, высокая стоимость распространения

Реклама на транспорте	Надписи на наружных поверхностях транспортных средств; печатная реклама в транспорте; реклама на мониторах в транспорте	Хорошо подходит для рекламы товаров широкого потребления, высокий охват аудитории, доступность	Сложность восприятия при движении, в темное время суток, ограниченность рекламного пространства
Интернет - реклама	Порталы, доски объявлений, сайты, медийная реклама, контекстная реклама	Низкая стоимость, широкий охват аудитории, возможность выбора целевой аудитории	Высокая конкуренция (поисковые системы, доски объявлений), тщательный отбор рекламных площадок, возможное недоверие пользователей
Реклама в местах продаж	Информация о проводимых акциях в местах продаж, выделение товара специальными ценниками, рекламные каталоги, плакаты в торговом зале и др.	Высокая результативность и влияние на потребителей, низкая стоимость (только затраты на изготовление)	Аудитория ограничена только посетителями торговой точки, высокая конкуренция (например, в торговых центрах)
Инструменты New Media	Для доведения информации о продукте используются нестандартные рекламные носители	Нестандартность рекламы, что позволяет привлечь внимание потребителя	Высокая стоимость, ограниченный охват целевой аудитории
Реклама в социальных сетях	Реклама распространяется путем размещения рекламных объявлений в социальных сетях	Широкий охват аудитории, возможности таргетинга	Достаточно высокая стоимость в крупных социальных сетях
Реклама с использованием мобильной связи	Рекламное сообщение распространяется посредством SMS	Экономичность, высокая вероятность просмотра, индивидуальный характер	Для рассылки рекламных сообщений необходимо согласие потребителя

В зарубежной практике применяются и другие виды рекламы. Так, в США используется такой оригинальный вид рекламы, как реклама с использованием воздушных носителей, в частности реклама на воздушных шарах, самолетах, вертолетах.

Важную роль в продвижении продукции (товаров) отечественных и зарубежных компаний играют методы стимулирования. Основные приемы и средства стимулирования систематизированы в таблице 2.

Таблица 2 – Приемы и средства стимулирования сбыта

Виды стимулирования	Задачи, решаемые в рамках стимулирования	Средства и приемы продвижения
Стимулирование потребителя продукции	Создание и улучшение процесса взаимодействия между товаром, предприятием и потребителем	Различные виды скидок с цены (акции, бонусные, сезонные, предпраздничные, на устаревшие модели, при покупке товаров за наличные расчет, при покупке товара с возвратом старой модели и так далее), купоны, реализация товаров с премией (бесплатный товар, сувенир), распространение бесплатных образцов, конкурсы, викторины, лотереи, презентации товаров, реализация товаров в кредит, гарантия возврата денег в случае неудовлетворенности товаром
Стимулирование торговых посредников	Стимулирование и мотивация торговых посредников для улучшения производственного потенциала каналов сбыта	Скидки с цены (в зависимости от объема, оборота, повторных покупок), бесплатное предоставление образцов товара, бесплатная апробация образцов, обучение и повышение квалификации персонала торговых посредников, конкурсы между торговыми посредниками, компенсация затрат на рекламу посредника, реклама на местах реализации
Стимулирование собственных работников сбыта	Стимулирование собственного торгового персонала в целях выполнения плана продаж	Реализуется через систему премирования персонала (премия выплачивается при выполнении плана продаж), оплату труда в виде процента от объемов продаж; подарки и сувениры персоналу, продвижение по службе при выполнении планов продаж

Таким образом, стимулирующие мероприятия могут быть направлены на непосредственное стимулирование потребителя продукции, а также на стимулирование торговых посредников. Также может осуществляться стимулирование торгового персонала предприятия, направленное на увеличение объемов продаж, в частности системы премирования персонала, направленные на выполнение плана продаж; подарки и сувениры персоналу; продвижение по службе при регулярном выполнении планов продаж и др.

В практике продвижения продукции (товаров) находят применение инструменты личных продаж, в рамках которых осуществляется личное информирование потребителя о товаре. Главным преимуществом личных продаж выступает непосредственный контакт с потребителем, в рамках которого продавец может донести всю необходимую информацию о товаре. При этом, ограниченность использования личных продаж обусловлена высокой стоимостью данного инструмента, значительными затратами времени на каждый контакт. В результате охват целевой аудитории достаточно небольшой.

Помимо традиционных средств продвижения продукции, ведущими организациями в отечественной и зарубежной практике используются специфические методы продвижения, в частности реклама, внедренная в текст произведения (product placement), спонсорство, Indoor реклама, Life placement, SMS - маркетинг (мобильный маркетинг), Bluetooth - маркетинг, Flogo - продвижение («летающий логотип») или «реклама в облаках», экран 3D, аромамаркетинг, игровой маркетинг.

Научная проблема исследований проблем продвижения продукции состоит в том, что недостаточно изучены особенности продвижения конкретных видов товаров. При этом для каждого вида товаров характерно применение специфического набора инструментов продвижения, которые необходимо использовать маркетологам для наибольшей отдачи от применяемой маркетинговой политики. Также достаточно мало исследований посвящено специфике продвижения товаров зарубежных торговых марок на отечественный рынок, сравнительному анализу методов продвижения, применяемых отечественными и зарубежными производителями.

Список использованной литературы:

1.Багиев Г.Л. Маркетинг: учебник. – СПБ.: Питер, 2011.
2. Голубков Е.П. Основы маркетинга: учебник. М.: Финпресс, 2003.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Вильямс, 2012.
4. Нуралиев С.У., Нуралиева Д.С. Маркетинг: учебник. М.: Дашков и К, 2013.
5.Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг. – М.: Финансы и статистика, 2009.
6. Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В. Маркетинг: учебник. М.: Дашков и К, 2013.
7. Эриашвили Н.Д., Пичурин И.И., Обухов О.В. Основы маркетинга. Теория и практика: учебное пособие. М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2012.

© Н.А. Шмачилина, 2017

УДК 338.2

А. В. Якименко, студентка
Санкт - Петербургский государственный университет, г. Санкт - Петербург, РФ

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В БИЗНЕСЕ

Проблема развития инноваций в Российской Федерации, построения инновационной инфраструктуры и промышленности, основанной на высокотехнологичных отраслях, не является новой. Из года в год она поднимается на различных уровнях: государственном, деловом, научно - образовательном. Принимается немало государственных программ с целью развития инноваций, проводятся исследования факторов построения инновационной модели экономического развития.

Однако, несмотря на все усилия, Россия пока не стоит в числе стран лидеров по развитию инноваций: согласно исследованию «Глобальный инновационный индекс 2016» [5] РФ занимает 43 место по инновационному развитию в мире.

В условиях рыночной экономики наиболее логично развивать инновации в рамках развития бизнеса и компаний. Если говорить о России, то доля компаний, внедряющих организационные, технические или маркетинговые инновации составляет порядка 10 % [4] (в развитых странах данный показатель колеблется от 40 до 50 %).

При этом одной из главных проблем в РФ является промышленное освоение полученных результатов исследовательской деятельности и их превращение в интеллектуальную собственность, что делает данную статью достаточно актуальной.

Основным методом исследования является изучение и анализ нормативно - правовой базы интеллектуальной собственности в РФ, совокупности экономических знаний, посвященных данной теме, взглядов экономистов, занимающихся проблемами в данной области – Валдайцева С.В., Азгальдов, Г.Г., Спиридоновой Е.А., Молчанова Н.Н. и ряда других.

Значимость ИС в современном обществе постоянно возрастает в связи с усилением значения НИОКР и технологического прогресса. Это в первую очередь касается объектов промышленной собственности, непосредственно влияющей на развитие отдельных фирм и компаний.

ИС приносит владельцу следующие стратегические преимущества:

Во - первых, **нематериальные активы наряду с материальными формируют баланс предприятия**, а значит влияют на стоимость имущественного комплекса. Под нематериальными активами согласно российскому законодательству понимаются «объекты, не обладающие материально вещественной формой и способные приносить фирме экономические выгоды, при условии, что фирма имеет права на данные объекты, и они предназначены для длительного использования (более 12 мес.)» [3, п3]. Таким образом, нематериальными активами являются РИД и деловая репутация фирмы (именуемая неидентифицируемыми нематериальными активами). «Положительная деловая репутация означает, что стоимость предприятия превышает совокупную стоимость его активов и пассивов, что предприятию присуще нечто такое, что не определяется стоимостью его активов и пассивов. Таким нечто может быть наличие стабильных покупателей, выгодное географическое положение, репутация качества, навыки маркетинга и сбыта, техническое ноу - хау, деловые связи, опыт управления, уровень квалификации персонала и т. п.» [2, с 82]. Таким образом, ИС оказывает не только прямое воздействие на стоимость компании, являясь частью ее активов, но и косвенно обеспечивает рост стоимости фирмы за через влияние на деловую репутацию.

Во - вторых, **само наличие перспективного РИД может увеличить рыночную стоимость компании** в связи с возникновением эффекта дальнейших ожиданий повышения прибыльности компании. Так, если акции компании торгуются на фондовом рынке, то новость о наличии у компании перспективной ИС может вызвать рост интереса к компании, рост спроса на ее акции, и как следствие повышение рыночной стоимости акций.

В - третьих, **ИС является серьезным инструментом конкурентной борьбы**, так как открывает перспективы удешевления себестоимости производства, предложения рынку новых продуктов или модификаций уже имеющихся. Справедливо замечено, что «Инновационная продукция, выпускаемая на основе РИД, характеризуется высокими технико - эксплуатационными параметрами, а соответственно, обеспечивает большую степень удовлетворения потребителя, что приводит к росту конкурентоспособности и доли рынка» [1, с 80]. Оформление прав на РИД через патентование или соблюдение режима

коммерческой тайны позволяет компании на определенное время стать монополистом, тем самым получая экономическую прибыль выше среднеотраслевой. Более того, если речь идет об объектах ИС, которые являются «прорывными инновациями», то их коммерциализация может привести к открытию не только новых рынков, но и отраслей.

В - четвертых, на современном этапе рыночного развития **возрастает роль маркетинговой ИС** (средств индивидуализации). В стоимости многих известных компаний значительную роль играют торговая марка, бренд, логотип предприятия, которые ассоциируются у потребителя с определенным товаром и компанией, а также уровнем цены, качества и категории потребителей, для которых предназначен данный товар. Неудивительно, что компании тратят огромные средства не только на разработку, рекламу и продвижение средств индивидуализации, а также на их правовую защиту.

Роль интеллектуальной собственности в современном мире сложно переоценить: ее наличие или отсутствие влияет на развитие компаний, определяет лидеров и отстающих на рынке, сказывается на стоимости компании. Само понятие интеллектуальной собственности весьма неоднозначно, и включает в себя как юридический, так и экономический аспекты.

Однако все выгоды от ИС могут появится только при условии успешной коммерциализации РИД, то есть его внедрении в производство с целью получения прибыли.

Список литературы

1. Валдайцев С. В. Теория и практика управления / С. В. Валдайцев, Е. А. Спиридонова, С. В. Мясникова // Вестник Санкт - петербургского университета сер. 5. Вып. 2 – 2009.
2. Оводенко А. А. Понятие и структура нематериальных активов интеллектуальной собственности / А.А. Оводенко, А.М. Колесников // Экономика и управление №4 (90). – 2013.
3. «Положение по учету нематериальных активов» ПБУ 14 / 2007 от 27 декабря 2007 г. N 153н.
4. Федеральная служба государственной статистики URL: http: // www.gks.ru /
5. The Global Innovation Index 2016: http: // www.wipo.int / edocs / pubdocs / en / wipo _ pub _ gii _ 2016.pdf

© А.В. Якименко, 2017

УДК 336

З.Р. Ярыкова
студентка 4 курса экономического факультета,
Северо - Кавказский федеральный университет
Ю.А. Коноплева
к.э.н., доцент кафедры «Финансы и кредит»
Северо - Кавказский федеральный университет
Г. Ставрополь, Российская Федерация

ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА США: ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ

На сегодняшний день внимание всего мира устремлено на процентные ставки Федеральной резервной системы (далее ФРС), так как мировая финансовая система

основана на долларе США. Базовая ставка ФРС, она же ставка по федеральным фондам, определяется на плановых заседаниях Федерального комитета ФРС США по операциям на открытом рынке.

В истории ФРС были очень разные уровни базовой ставки, и самый высокий уровень ставки зафиксирован тогда, когда председателем ФРС был Пол Волкер в 1980 - 1981 годы. И в то время ставка поднялась до 20 % .

К 2000 - ым годам экономика США сильно разогрелась, и ФРС пыталась ее охладить с помощью процентной ставки. Уже в июне 2006 года ставка достигла максимального значения и составила 5,25 % , но для Америки такая ставка была достаточно высокой. Однако даже такая ставка не сумела предотвратить американский ипотечный кризис, что привело к мировому финансовому кризису. В связи с этим ФРС стала резко снижать ставку, чтобы затормозить развитие кризиса, а после смягчить его последствия. Уже к декабрю 2008 года, ставка упала до уровня, находившегося в диапазоне от 0 до 0,25 % (рисунок 1).

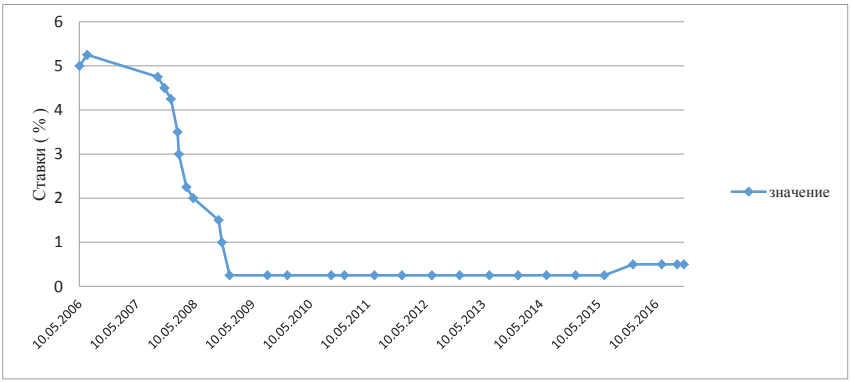


Рисунок 1. Динамика процентных ставок ФРС США [4].

ФРС имеет исключительное право на принятие решения по процентной ставке, что может привести к глобальным проблемам, и разбалансированию мировой финансовой системы. Ведь ни для кого не секрет, что валютные резервы многих стран содержаться в долларах США. Например, главными держателями американской валюты являются Китай и Россия. Именно эти страны среди многих и были против того, чтобы в 2008 году ФРС начала снижение процентной ставки, что неминуемо привело бы к снижению стоимости их валютных резервов [3].

Сверхнизкий уровень процентных ставок сохранялся на протяжении многих лет. В декабре 2015 ФРС подняла ставку на 0,25 процентных пункта и составила 0,5 % , до этого она поднимала ставку в июне 2006 года. После объявления о повышении учетной ставки, цена на нефть марки Brent упала на 3 % , так как повышение учетной ставки в США означает последующее повышение курса доллара по отношению к другим валютам.

По итогам последнего заседания, которая состоялась в ноябре 2016 года, ФРС приняла решение сохранить базовую ставку на уровне 0,25–0,5 % , то есть ФРС в очередной раз не решился на ужесточение денежно - кредитной политики, сохранив сверхнизкий уровень ставок в американской экономике.

Как сообщает агентство Bloomberg, лишь трое представителей Федерального комитета по открытому рынку высказались за повышение целевого диапазона ставки до 0,5 - 0,75 % . Следующее заседание пройдет 13 - 14 декабря и будет сопровождаться публикацией макроэкономических прогнозов и пресс - конференцией главы ФРС Джанет Йеллен. По многим прогнозам аналитиков базовая ставка, возможно, поднимется и будет в диапазоне от 0,5 - 0,75 % [2].

Повышение ставки ФРС США может привести к росту экономической нестабильности как в самих Штатах, так и в мире. Для США этот шаг может означать появление проблем с рынком труда, замедление инфляции, а также замораживание роста зарплат. Такое положение дел может вызвать дальнейшее укрепление доллара и, в свою очередь, существенное падение экспорта.

Ужесточение денежно - кредитной политики ФРС ударит и по простым жителям Америки, ведь увеличение ставки заставит крупный капитал больше платить за межбанковский кредит, а это в свою очередь приводит к увеличению стоимости кредитов для потребителей в самих банках.

Повышение ставки ФРС сулит снижение спроса со стороны США на импортные товары. И хуже всего дело будет обстоять в Китае и КНР, которые зарабатывают в основном на продаже своих товаров именно в США.

Укрепление доллара уже приводит к выводу капитала с развивающихся рынков, в том числе из Китая, что выливается в необходимость девальвировать национальную валюту. Американские доллары, выпущенные в рамках программ количественного смягчения, обеспечивали рост доходов американцев и стимулировали внутреннее потребление. Расходы американцев на 2,5–3 трлн. долларов в год превышают реальные доходы. Реальная средняя заработная плата в стране находится на уровне 1958 года, а все, что сверху, было обеспечено денежной эмиссией.

Китай, в свою очередь, живет на эмиссии доллара. Ему надо около 2,5–3 трлн. долларов ежегодно вкладывать во внутренний рынок, поэтому ужесточение денежно - кредитной политики может ударить и по США, и по китайской экономике.

Повышение учетной ставки ФРС оказывает давление на валюты стран с развивающимися рынками, в том числе на российский рубль. Прямого влияния на Россию шаги ФРС не окажут. Однако и косвенного воздействия через укрепление доллара и падение нефтяных котировок может оказаться достаточно для нового падения российской экономики. Есть надежда на то, что санкции сыграют как раз положительную роль. Так как экономические связи между Россией и США сейчас не так сильны, как ранее, и это поможет России справиться с последствиями повышения ставки легче, чем другим развивающимся рынкам.

Таким образом, следует учитывать, что ставка ФРС это не просто значение, которое указывает на стоимость валюты США, это еще и инструмент финансового воздействия на мировую экономику в целом. Поскольку США является одной из крупнейших экономик мира с колоссальным финансовым рынком, а доллар — главная резервная валюта, то ставка ФРС влияет на всех. Повышение ставки приводит к массовому уходу инвесторов в американские активы, что означает укрепление курса доллара и снижение цен на сырьевые товары.

Список использованной литературы:

1.Официальный сайт Федеральной резервной системы США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // www.federalreserve.gov

2. Официальный сайт информационного агентства Bloomberg [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // www.bloomberg.com

3. Процентная ставка ФРС США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // voprosik.net / procentnaya - politika - frs - ssha /

4. Ставка ФРС США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // quote.rbc.ru / macro / indicator / 24 / 95.shtml

© З.Р. Ярыкова, 2017

ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ

УДК1

В.В. Котлярова
д.ф.н., профессор кафедры «Социально - гуманитарные дисциплины»
Донской государственный университет
ИСОиП (филиал) ДГТУ в г. Шахты, Ростовская область
А.Р.Баласаньян
студентка 2 курса
Донской государственный университет
ИСОиП (филиал) ДГТУ в г. Шахты, Ростовская область

ЧТО ЛУЧШЕ БРАК ПО ЛЮБВИ ИЛИ ПО РАСЧЕТУ ?

Аннотация:
В данной статье рассмотрена одна из важных проблем современного общества – что лучше брак по любви или по расчету? Выделены достоинства браков, приведены высказывания выдающихся лиц, таких как Ж.Санд, Н.Шанфор, ДФорчун.

Ключевые слова:
Брак по любви, брак по расчету, любовь, семья, брак, расчет.

На протяжении всей жизни нам необходимо делать какой - либо выбор, независимо от того желаем мы этого или же нет. Выбор одежды, выбор образа жизни, выбор места учебы или работы – все это является частью нашей жизни. Но самый главный выбор – это с кем же связать свою судьбу? Выбрать человека, которого любишь или же выбрать богатого и успешного мужчину? Для кого - то ответ покажется, очевиден: выбрать того, кого любишь. Но так ли это на самом деле? На выбранную мной тему размышляли многие писатели.

Так, например, Жорж Санд писала: «Брак без любви – это пожизненная каторга». Ведь и правда! Как жить с человеком, провести с ним большую часть своей жизни, ведь ты его не любишь. На мой взгляд, в такой семье отношения между супругами только потребительские и не больше. Нет счастливых совместных воспоминаний, нет романтики в отношениях. Все серо и обыденно. Но, с другой стороны, существуют народы, у которых принято, чтобы родители выбирали пару для своих детей, утверждая, что при совместной жизни дети друг друга полюбят. Возможно, так и было на самом деле. Но не все согласятся жениться на человеке, которого ты вовсе не знаешь. Удивительно, если задуматься, то можно увидеть, что браки по расчету крепче, чем браки по любви. Как и с чем это связано? Чтобы это выяснить мы рассмотрим достоинства браков по любви и по расчету.

Достоинства брака по расчету:

Во - первых, отношения между супругами спокойные, без ссор. Во - вторых, оба партнера трезво смотрят на недостатки и достоинства друг друга, без розовых очков на глазах. В - третьих, различные цели, интересы. Развлекаетесь отдельно друг от друга.

Достоинства брака по любви:

Во - первых, желание делать приятное друг другу. Во - вторых, не замечаете недостатки в своем партнере. В - третьих, всегда хорошее настроение, вместе стремитесь к одной цели. В - четвертых, в таком браке рождаются желанные дети.

О браке также задумывался Н.Шанфор: «Удачен лишь разумный брак, увлекателен лишь безрассудный. Любой другой построен на низменном расчете». Задумываясь о браке,

можно проследить следующую ситуацию. Расчет есть во многих браках, просто не во всех он заметен. Каждая девушка при выборе спутника жизни ищет среди всех хорошего мужа и отца для будущих детей. Разве это не расчет? Или же каждый мужчина выбирает супругу по принципу: « Гуляй с красавицей, женись на хозяйке». И это разве тоже не расчет? Вступая в такой союз, кто - то мечтает избавиться от материальных проблем, кто - то ищет «родную душу», а кто - то просто потенциального родителя своему ребенку. Пускай, это может показаться низко и недостойно, но почти каждый человек сталкивается с такими проблемами в этом современном мире. Как известно по статистике 2012 года в России на 1 % браков приходилось половина разводов. Какова же причина? Или же любовь прошла? Ответы на эти вопросы так и остались без ответа.

Котлярова В. В., Григорчук К. В. и Рештаненко И. Н. в своей статье «Проблема прочности семейных отношений» указали, что семья - это ячейка общества, основанная на браке супругов и их детей. Именно она является единственным истинным богатством человека. Это то место, где создается окружение долгосрочных отношений, заботы и образца нашего развития.

Дион Форчун в своей книге «Эзотерическая философия любви и брака» писал: « Некоторое время назад один статистик установил, что 25 % английских семей постоянно живут раздельно; 50 % живут вместе, но без любви и лишь 25 % - счастливы. Таким образом, лишь четвертая часть всех браков в Англии достигает тех целей, ради которых они заключались, а у человека, вступающих в брак, есть на счастье лишь один шанс из четырех». Но все же интересно, много ли браков именно по любви? Брак по любви - это союз мужчины и женщины, по мнению которых будет длиться бесконечно. Многим сначала кажется, что в таком браке всегда будет царить любовь и понимание между супругами, но, собственно говоря, в этом проблема и заключается . Доверяя такому браку, супруги порой не задумываются о том, когда любовь начнёт угасать с годами, ведь такие семейные проблемы как: недопонимания, бытовые проблемы, всегда будут приводить даже сильную любовь к ссорам и скандалам, а ещё хуже это может закончиться разводом для влюблённых. Но в жизни очень часто встречаются такие пары, состоящие в браке, которые даже в присутствии таких проблем, сохраняют семью, ради благополучия и спокойствия своих детей.

Итак, подводя итоги, хочется пожелать всем все - таки обрести крепкую семью, которая сумеет выдержать любые трудности на своем пути, ведь любой брак, будь он по расчету или по любви, не защищен от проблем.

Список использованной литературы:

1) Форчун Д. Эзотерическая философия любви и брака / Д.Форчун – 1998
2) Харчев А.Г. Брак и семья / А.Г. Харчев – 1 - е изд.: М,1964
3) Эйдемиллер Э.Г., Юстицкий В. Психология и психотерапии семьи / Э.Г. Эйдемиллер, В.Юстицкий - СПб: Питер, 2000 - 656 с.
4) Сысенко В.А. Супружеские конфликты / В.А. Сысенко – М.: Мысль, 1989 – 155 с.
5) Котлярова В. В., Григорчук К. В., Рештаненко И. Н. Проблемы прочности семейных отношений // Молодой ученый. — 2016. — №11. — С. 1814 - 1816.

© В.В Котлярова, А.Р. Баласаньян,2017

УДК 141

Зубкова С.В.
студент 2 курса факультета
«Экономика, сервис и предпринимательство»
Котлярова В.В.
доктор философских наук
ИСОиП (ф) ДГТУ
Г. Шахты, Российская Федерация

ВЛИЯНИЕ КОСМОСА НА СУЩЕСТВОВАНИЕ ЧЕЛОВЕКА

На сегодняшний день проблема исследования влияния космоса, рассматриваемого как живой разум, на человека стала неотделимой частью философии.

Актуальность проблемы обусловлена тем, что в начале XXI столетия проблема космоса и человека не перестаёт являться центральной проблемой философии. Исследование других звёзд, планет, полёты в космос способствуют тому, что человечество начинает пересматривать общепринятые ориентиры своего существования.

Если прежде человечество считало, что луна, звёзды, солнце являются непостижимым для людей, что никогда не удастся увидеть их вблизи, то сейчас человечество уже пытается узнать, не ведёт ли себя космос по отношению к нам, как живой разум. Вследствие этого в первые ряды выносится проблема изучения космоса; проблема связи всего существующего с космосом.

Люди ещё в древности заметили воздействие космоса на происходящие процессы на нашей планете. Например, древние египтяне определяли по Луне, когда будет происходить отлив и прилив Нила. Но взаимосвязь человека и космоса понималась скорее как научная гипотеза, или же абсолютно выходила за границы науки. В XX веке знания о воздействии космоса на Землю значительно расширились. В этом заслуга и российских учёных, в первую очередь, Н.В. Фёдорова, А.Л. Чижевского, К.Э. Циолковского, которые были представителями русского космизма.

Чижевский Александр Леонидович был первым, кто понял и осмыслил масштаб воздействия космоса на жизнь людей. Смысл его исследования, который основывался на обширном фактическом материале, заключался в доказательстве существования космических ритмов и в зависимости общественной и биологической жизни на нашей планете от пульса космоса. Александр Леонидович утверждал, что космос оказывает влияние как на биологические, так и на социальные конфликты. Всё это обуславливается активностью и поведением Солнца[1, с. 56]. По подсчётам Чижевского, в период минимальной активности Солнца происходит минимум биологических и социальных проявлений. А в период, когда солнечная активность достигает пика, число этих проявлений достигает больше половины.

Также крайне не без интересными являлись космические идеи Фёдорова Николая Фёдоровича – первого русского космиста. Например, он говорил, что из - за большого скопления людей, станет необходимой реальностью заселение их на другие планеты.

Циолковский Константин Эдуардович поддержал идеи Н.Ф. Фёдорова о расселении людей во всём космосе. Циолковскому принадлежат оригинальные философские идеи. Он

считал, что жизнь вечна: «После каждой смерти получается одно и то же - рассеяние. Мы всегда жили и всегда будем жить, но каждый раз в новой форме и, разумеется, без памяти о прошлом»[2, с. 110]. Циолковский полагал, что разум и жизнь на нашей планете неединственные во Вселенной. Он был последователен и рационалистичен в своей философской этике, возводя в абсолют идею постоянного улучшения материи. Он говорил, что на других планетах, более старших, чем Земля, жизнь гораздо совершеннее, и она оказывает влияние на другие жизни, в том числе на земную. В.И. Вернадский, изучая развитие биосферы, высказал похожую теорию.

Следуя учению Чижевского, о воздействии Солнца на социальные и биологические конфликты, можно утверждать о влиянии луны, солнца, космоса на существование человечества. Люди стали понимать, что космос значительно влияет на нашу жизнь. Например, по данным ТЕСИС от 13.04.2015 на Солнце зафиксированы вспышки класса М, которые относятся к средним вспышкам, и в этот же день в Хакасии сразу одновременно в разных точках разгорелись большие пожары на полях. Если исходить из учения Чижевского, то можно сказать, что поля загорелись из - за солнечных вспышек. И это далеко не единственный факт возникновения природных катаклизмов из - за вспышек на Солнце.

Исходя из вышесказанного, хочется отметить, что человеку ещё предстоит постичь тайны космоса и его влияние на существование человечества, воздействие на психическом и психологическом уровне. Людям стоит относиться к космосу не как к предмету, а как к живому организму, оказывающему на нас огромное влияние. Для этого при изучении космоса стоит учесть, что он имеет свой разум, дух, волю.

Список использованной литературы:

1. Чижевский А.Л. Космический пульс жизни. М.: Мысль, 1995. С. 56.
2. Лыткин В.В. Естественно - научные основания формирования "космической философии" К.Э. Циолковского / В.В. Лыткин // Мир науки, культуры, образования, 2012. С. 110.
3. Влияние космоса на жизнь человека. URL:http: // inoplanetyanin.ru / vliyanie - kosmosa - na - zhizn - cheloveka /
4. Орлова А.С. Почему человек стремится в космос. URL: http: // cyberleninka.ru / article / n / pochemu - chelovek - stremitsya - v - kosmos

© С.В. Зубкова, В.В. Котлярова, 2017.

УДК 101.1:316

С. С. Котова
старший преподаватель кафедры информатики и вычислительной техники
МГПИ им. М. Е. Евсевьева, г. Саранск, Российская Федерация

ИДЕНТИФИКАЦИЯ КАК ФАКТОР ВОСПРОИЗВОДСТВА ОБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ МИФА О МИНОТАВРЕ)

Общество как организованная социальная система стремится к самовоспроизведению, социализируя своих представителей. В связи с этим во все времена актуальной была

проблема идентификации. Идея отождествления человека с собой, с другими и обществом в целом рассматривается в философии, начиная с античности и до наших дней. Так Аристотель, в своем трактате «Политика», систематизировал сложившиеся к тому времени взгляды на общественное устройство и дал свой ответ на вопрос о лучших и худших видах организации совместной жизни людей. «Очевидно, – утверждает Аристотель, – государство существует по природе и по природе предшествует каждому человеку; поскольку последний, оказавшись в изолированном состоянии, не является существом самодовлеющим, то его отношение к государству такое же, как отношение любой части к своему целому» [1, с. 379].

Идентификация как процесс уподобления (подражание) встречается еще на уровне сообщества стадных (стайных) животных. Во - первых, детеныши имитируют действия, формы поведения взрослых особей. Во - вторых, врожденные формы поведения выступают для всех особей одного вида как сигнальные и одновременно идентификационные стимулы. В - третьих, в сообществах стадных (стайных) животных наблюдается склонность к кооперации именно потому, что они объединены идентификационными отношениями. Тревога, защита, общение и игры происходят в соответствии с врожденными сигналами (позы, действия, звуки), которые идентифицируют состояния животных и кооперирует их для последующих действий – к бою, охоте или бегству и т.д. [3, с. 215].

Усложнение идентификации на биологическом уровне и необходимость кооперироваться на социальном развивала идентификацию, поднимая ее с биологического уровня на социальный.

Однако полностью преодолеть природное, биологическое в процессе идентификации человека невозможно, поскольку само рождение культуры, человеческого происходит через внутренний диалог в результате преобразования природного, биологического. По этой причине природа всегда лежит в основании человеческого. Доказательство этому тезису мы находим в мифе о Минотавре.

На наш взгляд, центральным персонажем мифа о Минотавре, является Дедал, легендарный скульптор, архитектор. Образ Дедала представляет собой связующее звено между естественной и искусственной природой (культурой), через его действия раскрывается глубина идентификационного процесса.

Во - первых, Дедал обманывает естественную природу. Он «изготовил деревянную корову на колесах..., выдолбил ее внутри и, содравши шкуру с какой - то коровы, обшил деревянную корову этой шкурой; поместивши ее на том именно лугу, на котором привык пастись бык Посейдона, предложил прийти туда Пасифае. Бык, придя сюда, сошелся с нею, как с настоящей коровой. От связи Пасифаи с этим быком и появляется Минотавр, получеловек, полубык…» [2, с. 236 - 237]. Минотавр – часть природы, результат искажения природного, порожденное человеческим сознанием.

Во - вторых, Дедал служит царю Крита Миносу, помогая ему реализовать свои замыслы, распространить свою власть на Афины и идентифицировать себя с мощью этого государства, уходя от мужского начала в семье, заниматься искусством правления, властью. Преобладание у Миноса не идентификационных качеств мужа и отца, а правителя рождает у него «блуждание сознания» и он приказывает Дедалу построить лабиринт. Здесь Лабиринт – продукт сознания Миноса, символ чего - то бесконечного запутанного,

хаотического, стихийного, гибельного и ужасающего для всех (и для носителя лабиринта и для окружающих).

Затем, Дедал предоставляет Ариадне клубок ниток, с помощью которого Тесей смог выбраться из Лабиринта. В данном случае Дедал олицетворяет верховенство человеческой культуры над природой, творит в человеке человеческое (идентификацию себя с социальным человеком как женщины или мужчины); открывает путь выхода из трудных жизненных, психологических ситуаций, дает надежду на будущее.

Таким образом, в мифе о Минотавре идентификационный процесс выступает как основной фактор воспроизводства человека через соотношение системы ценностей женского (образы Пасифаи и Ариадны) и мужского (образы Миноса и Тесея) начал. Здесь важную роль играет так же баланс природного и социокультурного. Поскольку человек – существо биосоциальное, то и процесс идентификации личности содержит в себе оба компонента. Достижение же биологической и социальной гармонии в процессе идентификации выступает как идеал, стремление к которому способствует развитию как отдельно взятого человека, так и общества в целом.

Список использованной литературы:

1. Аристотель: сочинения в 4 - х томах / перевод с лат. М. Л. Гаспаров. – М. : Мысль, 1983. – Т. 4. – 830 с.
2. Лосев, А. Ф. Мифология греков и римлян / А. Ф. Лосев. – М. : «Мысль», 1996, – 940 с.
3. Мухина, В. С.Возрастная психология / В. С. Мухина. – М. : Издательский центр «Академия», 2003. – 456 с.

© С. С. Котова, 2017

УДК 124.31

Ю.А. Сидоренко
студентка 3 курса ветеринарного факультета
Уральский государственный аграрный университет
Ю.Г. Полетаева
к.ф.н., доцент кафедры философии
Уральский государственный аграрный университет
г. Екатеринбург

ПРОБЛЕМА ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ В ИССЛЕДОВАНИИ ИСТОРИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Термин «философия истории» был введен французским просветителем Вольтером в 18 веке. Он считал, что историк не просто должен описывать события, а философски истолковывать исторический процесс.

Философия истории исследует имманентную логику развития человеческого общества, единство и многообразие исторического процесса, проблемы социального детерминизма и

социального прогресса. Она дает теоретическую реконструкцию исторического прошлого, устанавливает истинность исторических фактов и событий.

Выделено два значения философии истории: теоретическое и практическое. С точки зрения теории, философия истории удовлетворяет потребности людей в теоретическом осмысления всего исторического процесса, она представляет необходимое условие научности всякой истории. Практическое значение философии истории заключается в том, что она оказывает непосредственное влияние на практическую жизнь людей, на принятие ими тех или иных политических решений. Все люди нуждаются в том, чтобы знать, куда идет человечество, а на этот вопрос отвечает, как раз философия истории. [2, с.23].

Таким образом, одни (онтология) главное внимание уделяют бытию исторического процесса, а другие (гносеология) – теоретической реконструкцией исторического прошлого.

Узловым пунктом, в котором находили пересечение многие из этих вопросов, была проблема исторической целесообразности. В отечественной социальной науке и философии XX века ввиду идеологического господства марксизма - ленинизма был по существу законсервирован подход к решению данной проблемы, выработанный в русле гегелевско - марксовой диалектической традиции. Поэтому обращение к текстам из истории философии, в том числе и к работам советских философов - марксистов имеет археологическое назначение – раскрыть теоретико - методологические и социокультурные истоки ряда ключевых философско - исторических положений. Они носят характер самоочевидностей, аксиом, на которых во многом еще держится историческая картина мира. [5, с. 14].

В рамках немецкой классической философии проблема исторической целесообразности представлена двумя основными подходами к ее решению. Первый из них связан с анализом проблемы целесообразности через призму телеологической (свободной) причинности. Основоположник этого подхода Кант исходил из того, что противопоставление причинного (механического) и телеологического способов миропонимания заключено в различных способностях человека. Телеологическое миропонимание опирается на способность желания, в которой находит свое выражение человеческое стремление к конструированию предметного мира. «В практическом познании, т.е. таком, которое имеет дело только с основаниями определения воли, основоположения, которые мы составляем себе, потому что еще не законы, что в сфере практического разум имеет дело с субъектом, а именно со способностью желания». [3, с. 295]. При этом человек исходит из понятий свободы, «которые покоятся на законодательстве разума и a priori заключают в себе основу всех чувственно - безусловных практических предписаний». [4, с.42].

Кантовская концепция исторической целесообразности заключала в себе предостережение против губительного воздействия на историю попыток противопоставить человечество (общество, социум) – отдельному индивиду, сделать индивида материалом осуществления великих целей. Дело в том, что рационалистическая телеология, независимо от того, на какие основания она опиралась – вечные принципы метафизики, теорию разумного эгоизма, идею всеобщего блага или волю народа, приводит к абстрактным конструкциям. Таким образом, Кант отрицает тождество бытия и мышления в сфере теоретического познания. Отвлеченный характер этих конструкций в ходе их практического осуществления оборачивается взрывным распространением зла в мире – жуткая ирония истории, открытая Кантом и которую иногда истолковывают как

проявление подспудного пессимизма кантовской философской антропологии и философии истории. Кантовское решение проблемы целесообразности в истории в силу различных причин казалось его современникам утопическим, равно как, например, и идея вечного мира. Возможно, что общая духовная атмосфера Просвещения, в которой доминировал откровенный и принципиальный антиисторизм, отбрасывала соответствующую тень и на восприятие кантовских идей.

Второй подход к решению проблемы исторической целесообразности является субстанциалистский подход к рассмотрению историзма, реализованный Гегелем. Преодоление кантовского априоризма Гегель начинает с ревизии оснований его метода. Содержание понятия как системы, соединяющий в некоем отвлеченном пространстве возможного мышления и субстанцию, интерпретируется Гегелем как объективный, независимый от сознания онтологический процесс. Кардинальным следствием этого факта станет «восстание масс» - феномен, в полной мере проявившийся в XX веке. Реконструкция гегелевской концепции позволяет выделить основные представления и принципы, образующие структуру исторической картины мира, находящейся в массовом обороте и сегодня. Тем самым социальная мысль сосредотачивается вокруг вопроса о смысле переживаемой эпохи. Для одних основным выводом является идея конца истории, для других – идея нового начинания, перспектива нового мира. [6, с. 135].

Список используемой литературы

1. Александрова Н.А., Мышьянова Е.Ю. Организационная культура: поиски алгоритма управления изменениями // Дискуссия. 2012. №10. С. 70 - 77.
2. Гречко П.К. Концептуальные модели истории / П.К. Гречко.–М.: Логос, 1995. – 144с.
3. Кант И. Сочинения: в 4 - х т. Т.3. Критика практического разума // И. Кант; пер. с нем. Л.Д. Хвостова, А.К. Судакова. – М.: Моск. философск. ф - д, 1997. – С. 276 - 733.
4. Кант И. Сочинения: в 4 - х т. Т.3. Основоположения к метафизике нравов // И. Кант; пер. с нем. Л.Д. Хвостова, А.К. Судакова. – М.: Моск. философск. ф - д, 1997. – С. 39 - 273.
5. Мегрелизде К.Р. Основные проблемы социологии мышления / К.Р. Мегрелидзе. – Тбилиси: Мецниерета, 1973. – 438с.
6. Полетаева Ю.Г. Ранняя городская организация и ее в формировании институтов царской власти // Вестник Евразийской академии административных наук. 2016. № 2(35).С.69 - 73.

© Ю.А. Сидоренко, 2017
Ю.Г. Полетаева, 2017

УДК 167.1

В.А. Ткаченко
Донской государственный технический университет
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ
в г.Шахты, Российская Федерация

ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «ИНФОРМАТИЗАЦИЯ»

Реальностью современного этапа общественного развития является факт перехода человечества к высшей стадии своего бытия – информационной. В разных регионах мира этот переход имеет свои особенности, однако как бы ни рассматривался новый этап

общественного развития, наступивший после построения индустриального общества, ни в одной социально - экономической концепции не отрицается ведущая роль информации, информационных ресурсов, инновационной интеллектуальной деятельности, информатизации. Это фундаментальные основания, которые определяют лицо современного общества. Целью данной статьи выступает проведение компаративного анализа феномена «информатизация».

В современных условиях информация становится реальным социальным ресурсом – ведь фактически только она способна помочь человеку адаптироваться в жизни в условиях неопределённости, приспособиться к постоянным изменениям, выработать новые стереотипы поведения, соответствующие новым обстоятельствам. Чем легче и эффективней человек оперирует информацией, тем успешней развивается его деятельность. Поэтому большинство видов деятельности начинается со сбора и анализа информации, нахождения оптимальных решений планируемых задач, формирования творческого подхода. Значение информации в жизни общества стремительно растет, меняются методы работы с информацией, расширяются сферы применения новых информационных технологий.

Такая ситуация приводит к информационному кризису, одним из проявлений которого является: появление противоречия между ограниченными возможностями человека по восприятию и переработке информации и существующими мощными потоками и массивами хранящейся информации. Информационный кризис, как отмечает В.В. Котлярова способствует проявлению и феномена «информационного терроризма» [1, с. 623].

Ситуация информационного кризиса порождает парадоксальную ситуацию – в мире накоплен громадный информационный потенциал, но люди не могут им воспользоваться в полном объеме в силу ограниченности своих возможностей, а также в силу «влияния информации на ценностной пространство культуры» [2, с. 142]. Внедрение ЭВМ, современных средств переработки и передачи информации в различные сферы деятельности послужило началом нового эволюционного процесса в развитии человеческого общества, называемого информатизацией.

История развития понятия «информатизация» берет начало с идей постиндустриализма и информационного общества, где с самого начала существовало множество различных определений этой дефиниции, а также с понимания информации как феномена современной жизни. В настоящее время существует множество подходов к пониманию информации, среди которых выделим три: бытовой подход, когда в качестве информации выступает любое знание без ссылки на источники; узкопрофессиональный подход и философский подход к определению понятия информации.

«Информация (лат. Information – разъяснение, изложение) – сведения, передаваемые людьми устным, графическим или другим способом. С середины XX века – общенаучное понятие, включающее обмен сведениями между людьми, человеком и ЭВМ, обмен сигналами в животном и растительном мире» [3, с. 347]. В самом общем случае информация выступает как отраженное разнообразие, взаимосвязь отражения и разнообразия. Здесь из всех свойств материи выделяются свойства, связанные с отражением разнообразия, причем в случае научной информации это зафиксированное в

знаковой форме опосредованное отображение действительности в общественном сознании [4, с. 89].

Определение понятия «информация» приводит в своей монографии Ю.Г. Коротенков: «Информация – это фундаментальный генерализационный безначально - бесконечный законопроцесс автоосцилляционного, резонансно - сотового, частотно - квантового и волнового отношения, взаимодействия, взаимопревращения и взаимосохранения (в пространстве и времени) энергии, движения массы и антимассы на основе материализации и дематериализации в микро - и макроструктурах Вселенной» [5, с. 6]. По мнению К.К. Колина, «информация, в широком понимании этого термина, представляет собой объективное свойство реальности, которое проявляется в неоднородности (асимметрии) распределения материи и энергии в пространстве и в неравномерности протекания во времени всех процессов, происходящих в мире живой и неживой природы, а также в человеческом обществе и сознании» [6, с. 75]. Кроме того, есть точка зрения некоторых ученых, считающих, что информации как феномена реальности не существует, поскольку ее никто и никогда не видел. Так, по мнению профессора А.В.Соколова, «информация – это плод нашего воображения, некоторая метафора» [7, с. 117].

На наш взгляд, в рамках исследования феномена информатизации наиболее приемлемым является определение, данное И.В. Робертом: «Под информацией (с общих позиций) будем понимать сведения о фактических данных и совокупность знаний о зависимостях между ними, т.е. средство, с помощью которого общество может осознавать себя и функционировать как единое целое. Естественно предположить, что информация должна быть научно - достоверной, доступной в смысле возможности ее получения, понимания и усвоения, данные, из которых информация извлекается, должны быть существенными, соответствующими современному научному уровню» [8, с. 28].

Проблематизация информации, которая возникла немногим более полувека назад, сегодня играет все большую роль в науке благодаря интенсивному развертыванию процесса информатизации и становлению глобального информационного общества. Все более отчетливо проявляется амбивалентный характер информации. С одной стороны, информация фундаментальным образом детерминирует социальные отношения, а с другой – представляет собой вполне автономный феномен, что дает основания характеризовать современное общество как «информационное».

Статус знания в современном глобальном образовании можно позиционировать в качестве особого способа существования информации в различных социальных системах. Однако информация может существовать также вне социума, в то время как знание отражает основные свойства и отношения действительности, включая широкий диапазон взаимоотношений человека и действительности. В современном мире часто происходит неоправданная подмена знания информацией.

В научной литературе впервые термин «информатизация» применил А.И.Ракитов в 90 - х годах прошлого века, однако в полной мере реальную наполняемость данное понятие приобрело позже, когда компьютер стал обыденностью. Л.В.Нефедова дала следующую оценку определения, данного А.И. Ракитовым: «Информатизация была определена им как процесс, в котором социальные, технологические, экономические, политические и культурные механизмы не просто связаны, а буквально сплавлены, слиты воедино. Вместе с тем это процесс прогрессивно нарастающего использования информационных

технологий для производства, переработки, хранения и распространения информации» [9, с. 17].

Наиболее широкое определение понятия «информатизация» с социально - философской точки зрения дал еще в 1988 г. академик А.П. Ершов: «Информатизация – это комплекс мер, направленных на обеспечение полного использования достоверного, исчерпывающего и своевременного знания во всех общественно значимых видах человеческой деятельности» [10, с. 84]. В.А. Трайнев и И.В. Трайнев предложили следующее определение информатизации: «Информатизация – это организованный социально - экономический и научно - технический процесс создания оптимальных условий с целью удовлетворения информационных потребностей на основе формирования и использования информационных ресурсов посредством применения современных информационных технологий и развитой инфраструктуры» [11, с. 6].

Действительно, информация становится стратегическим ресурсом общества в целом, во многом обусловливающим его способность к успешному развитию. Информатизацию общества следует рассматривать как глобальный цивилизационный процесс, который уже сегодня оказывает существенное влияние практически на все области жизнедеятельности человека и общества, а в дальнейшем будет во многом определять и весь облик глобального информационного общества – новой цивилизации XXI века.

Список использованной литературы:

1.Котлярова В.В. Феномен информационного терроризма: аксиологические аспекты // Молодой ученый. 2015. № 14 (94). С.623.

2.Котлярова В.В. Информационно - коммуникационные технологии в ценностном пространстве современной культуры // Современные проблемы межкультурных коммуникаций: язык, культура, общество: материалы Всерос. науч. - практ. конф. (11 - 13 мая 2009 г.) / ФГОУ ВПО «ЮФУ». Ростов н / Д: Изд - во СКНЦ ВШ ЮФУ АПСН, 2009. С. 142.

3.Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс] / ред. А.М. Прохоров. – 2 - е изд., перераб. и доп. М.: Большая Российская энциклопедия, 2000. 1456 с. – URL: http: // enc - dic.com / enc _ big / Informacija - 23091.html

4.Урсул А.Д. Отражение и информация. М.: Мысль, 1973. С. 203.

5.Коротенков Ю.Г. Формализованная информациология.: монография. М.: Междунар. изд - во «Информациология», 2000. С. 23.

6.Колин К.К. Философия информации: структура реальности и феномен информации // Метафизика, 2013. No 4 (10). С. 75.

7.Соколов А.В. Философия информации: профессионально - мировоззренческое учебное пособие. СПб.: СПбГУКИ., 2010. С. 368.

8.Роберт И.В. Современные информационные технологии в образовании: дидактические проблемы; перспективы использования. М.: ИИО РАО, 2010. С.78.

9.Нефедова Л.В. Понятийный аппарат теории информатизации высшего образования [Электронный ресурс]. – URL: https: // repository.enu.kz / bitstream / handle / 123456789 / 4473 / ponyatiinyi - apparat.pdf .

10.Ершов А.П. Информатизация: от компьютерной грамотности учащихся к информационной культуре общества // Коммунист. 1988. № 2. С. 82 - 92.

11.Трайнев В.А. Информационные коммуникационные педагогические технологии (обобщения и рекомендации) [Электронный ресурс]: учеб. пособие; В.А. Трайнев, И.В. Трайнев. 4 - е изд. М.: «Дашков и Ко», 2009. С.10. – URL: http: // www.studmed.ru / traynev - va - informacionnye - kommunikacionnye - pedagogicheskie - tehnologii - obobscheniya - i - rekomendacii _ 0d5ceb50fde.html.

© В.А. Ткаченко, 2017

УДК 009,001

А.В. Федорова
к.ф.н., доцент кафедры социальных коммуникаций,
Ю.О. Далиденок
студентка 2 курса ГМУ,
Поволжский институт управления -
филиал РАНХиГС,
г. Саратов, Российская Федерация

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ С ПОМОЩЬЮ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРОЙ В МОЛОДЕЖНОМ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В кризисной ситуации становятся востребованными новые подходы к повышению эффективности современных организаций. Одним из таких подходов, позволяющих устанавливать и поддерживать нормативные рамки деятельности менеджеров и сотрудников организаций, являются процессы управления организационной культурой. Отметим, что интерес к исследованиям организационной культуры возник в связи с феноменом «японского чуда». В ситуации глубокого экономического и управленческого кризиса организации Японии стали конкурентоспособными по сравнению с лидирующими предприятиями США. Поэтому, мы можем утверждать, что становится «традиционным» в кризисные периоды функционирования общества обращаться к организационной культуре, как механизму адаптации сотрудников и мощному инструменту интеграции интересов отдельных групп или работников для достижения общей организационной цели. Не смотря на многообразие определений организационной культуры (более 300) будем придерживаться определения этого сложного понятия через совокупность норм, ценностей, правил, образцов деятельности, разделяемых, поддерживаемых и развиваемых членами современных организаций [1, С. 5 - 6].

Актуальность исследования подтверждают статистические данные, отражающие соотношение осознанно и неосознанно сформированной организационной культуры.

Российские компании (российский менеджмент без значительного влияния со стороны западных партнеров):

- 20 % — осознанно сформированная серьезная организационная культура;
- 80 % — существующая, но практически не осознаваемая.

Западные компании (иностранный менеджмент и российский менеджмент):

- 70 % — осознанно;
- 30 % — неосознанно.

Западные компании (только российский менеджмент, достаточно сильные корпоративные традиции):

- 50 % — 50 % .

Восточные компании:

- 90 % — осознанно сформированная организационная культура[2].

Осознанное управление организационной культурой способствует снижению уровня риска при принятии управленческих решений, содействует внедрению изменений, позволяющих успешно добиваться поставленных целей и совершенствовать современные организации.

Рассмотрим место и роль организационной культуры, как фактора повышения эффективности деятельности организации, на примере современной функционирующей организации - Молодежного Правительства Саратовской области.

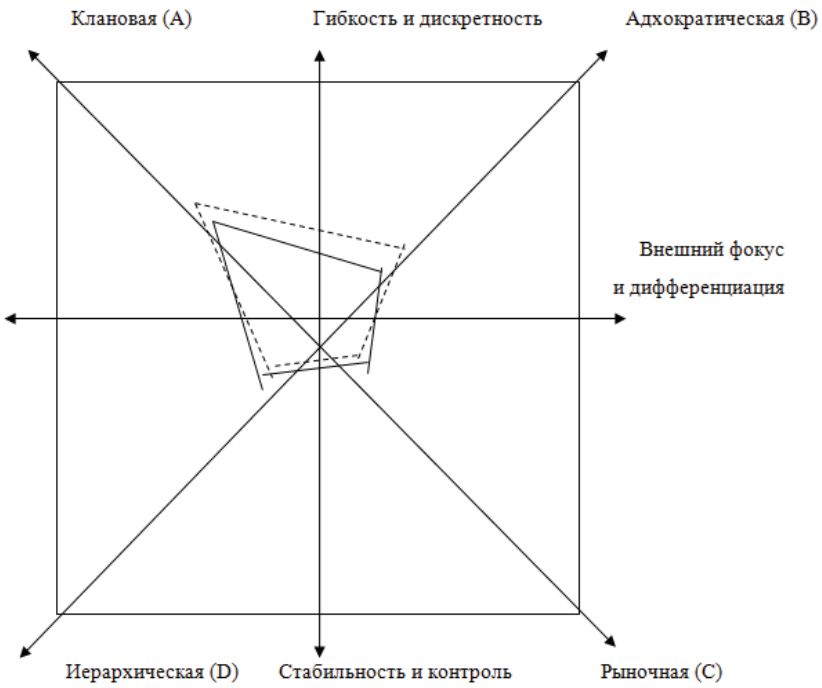
Нами были проведены исследования, направленные на выявление типа организационной культуры Молодёжного Правительства. Для этого была использована методика OCAI, разработанная К. Камероном и Р. Куинном. Методика позволяет диагностировать организационную культуру и определить основные стратегии по ее инновированию. OCAI разработана на основе анализа успешно работающих западных компаний. В России она активно используется в качестве инструментария для определения базовых ценностей организаций [3, С. 100 - 121]. Методика OCAI позволяет на основе рамочных конструкций (профилей организационной культуры) получить ее качественные и количественные оценки и осуществить диагностику изменений.

Проанализируем организационную культуру Молодежного Правительства более подробно. На основе анкетирования Членов Молодёжного Правительства и вычерчивания профиля (Рисунок 1) нам удалось выявить, что Молодежное Правительство имеет клановую организационную культуру (Таблица 1). Это означает, что Команда представляет собой объединение людей, имеющих много общего и дружественно относящихся друг к другу. Сплоченность Членов Команды обуславливается высокой преданностью и обязательностью. Важный акцент делается на долгосрочной выгоде совершенствования личности, успех определяется в терминах доброго чувства к обществу и заботы о людях: «Основные базисные допущения в клановой культуре состоят в том, что с внешним окружением лучше всего справиться, организуя бригадную работу и заботясь о повышении уровня компетенций каждого Члена команды; и что главная задача менеджмента состоит в делегировании Членам Команды полномочий и проявлении преданности делу и преданности организации» [3, С. 74].

Таблица 1.Сравнительные значения текущего и желаемого состояния организационной культуры Молодежного Правительства Саратовской области

	Текущее состояние	**Предпочтительное состояние**
A	38	40
B	24	32
C	16	9
D	22	19
Всего	100	100

Рисунок 1. Текущий и желаемый профили организационной культуры Молодежного Правительства Саратовской области



Рассмотрим элементы организационной культуры исследуемой организации:

1. Язык организации – языковые особенности, связанные с общественной деятельностью, курируемой органами исполнительной власти.

2. Традиции. Сложилась ежегодная традиция празднования Дня Рождения Молодежного Правительства, Нового года; ведение и передача Летописи от Председателя к Председателю.

3. Символы организации – логотип, представленный на печатных материалах, в социальных сетях.

Сочетание всех вышеперечисленных компонентов организационной культуры позволяет выстраивать успешную коммуникацию, что проявляется в сплоченности и взаимопонимании между Членами Команды вне зависимости от занимаемой должности.

Уровень организационной культуры влияет на эффективность работы Членов Команды, поэтому оптимально сформированную организационную культуру следует рассматривать как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать не только отдельно взятого Члена Команды, но и все структурные подразделения на достижение поставленных целей в рамках выбранной миссии.

Вместе с тем, с управлением и развитием клановой культуры связаны многочисленные риски. Традиционно риски понимаются исключительно как ущерб, угроза, опасность,

потери. Рисков боятся и защищаются от них. Лишь в коммерческом секторе количественно оцениваются экономические риски, связанные с продвижением товара, потерями прибыли. В государственном и муниципальном секторе руководители структурных подразделений утверждают, что «рисков нет» [5, С.112]. Последствиями активного использования парадигмы «рисков нет» являются катастрофичные риски, которые не подлежат управлению. От них можно только спасаться, как от стихийного бедствия, мобилизуя организационные и управленческие ресурсы.

Основными причинами нивелирования рисков, на наш взгляд, являются:

- многообразные коннотации рисков, в том числе и организационно - управленческих (около 300 определений);
- понимание рисков исключительно в качестве потерь (но есть и другой модус: риски как возможности совершенствования деятельности);
- существование рисков как эпифеноменов другой социальной, организационной и управленческой деятельности;
- необходимость ресурсного обеспечения процесса управления рисками;
- понимание рисков в качестве сложных феноменов социальной и организационной жизни, требующих столь же сложных практик управления;
- нерекурсивность культуры риска авторитарной культуре управления в нашей стране.

Многочисленные определения рисков можно систематизировать с помощью отнесения рисков к экономическим явлениям (Найт Ф., Гранатуров Э.Р., Альгин А.П.), культурологическим явлениям (Дуглас М.), явлениям, сопровождающим процессы принятия управленческих решений (Мозговая А.В., Луман Н.). В различных предметных полях в полной мере риск исследуется в границах социологического знания. Во многом это связано с пленарными докладами У.Бека и Э.Гидденса на Всемирном социологическом конгрессе в Билефельде в 1994 году. Если рассматривать основные этапы формирования и развития проблематики рисков, то можно сказать, что риски преследует тенденция, связанная со снижением интереса к их исследованиям. XXI век - это время противоречивых тенденций, когда, с одной стороны, происходит окончательная институционализация рисков (Институт рисков, Академия рисков). А с другой стороны, социальные и организационные риски сведены к экологическим рискам (специфический вид рисков), дженералистским рискам (У.Бек – «общество риска», О.Яницкий – «общество всеобщего риска»). А.В. Мозговая, раскрывая социологию риска, стремится определить индикаторы рисков, их характеристики и содержание [5, С.39] .

Риски управления организационной культурой связаны с ситуацией риска, которую конституируют источники, условия, факторы, виды рисков, субъекты, объекты рисков, уровень и степень рисков. Основным источником ситуации рисков является необходимость осознанного формирования организационной культуры и ее динамика. Основными условиями рисков выступают процессы мониторинга и оценки организационной культуры, а также процессы интеграции основных элементов организационной культуры в модели организационной эффективности. Процессы согласованности норм и правил, традиций и ритуалов организационной культуры с основными составляющими организационной эффективности (5 моделей). Факторами рисков являются элементы и функции организационной культуры конкретной организации (в нашем случае - Молодёжное Правительство Саратовской области). Виды рисков связаны с типами организационной

культуры (клановая культура Молодёжного Правительства Саратовской области). Уровень рисков — это вероятность ущерба, потерь, выигрыша, связанных с эффективным / неэффективным функционированием и развитием организационной культуры. Степень рисков — это мера ущерба или выигрыша.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что формирование, изменений и развитие организационной культуры имеет большое значение при нацеленности на эффективную работу и успешный результат. Однако, учитывая данные, полученные по результатам исследования, важно отметить, что управление организационной культурой сопряжено с рисками, которые необходимо идентифицировать, анализировать, систематизировать, оценивать, стратегировать и постоянно мониторить. Осознанное управление (планирование, организация, мотивация, контроль) организационной культурой, как ценным и неповторимым ресурсом вместе с другими нематериальными активами, может сформировать приверженность работников современных организаций и повлиять на их эффективное функционирование в долгосрочной перспективе.

Список использованной литературы:

1. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании: С60 Учеб. пособие. — 2 - е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА - М, 2007. - 624 с. - (100 лет РЭА им. Г.В. Плеханова).

2. Соотношение осознанно и неосознанно сформированной организационной культуры в российских и иностранных компаниях — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http: // www.bizeducation.ru / library / management / hrm / oseev.htm (дата обращения: 15.11.2016).

2.Камерон К.С., Куинн Р.Э. Диагностика и изменение организационной культуры. – СПб. : Питер, 2001. – 320 с.

4. Шейн Э. Г. Организационная культура и лидерство. 4 - е изд. СПб: “Питер”, 2002. С. 35 - 39.

5. Наумов С.Ю., Журавлев П.В., Шеховцев А.Ю., Федорова А.В. Риски в коммуникативном пространстве социума. Саратов: Изд - во ПАГС.2004.154с.

6. Риск в социальном пространстве / Под ред. А.В.Мозговой. М.: Изд - во Института социологии РАН, 2001.347с.

© А.В.Федорова, Ю.О.Далиденок, 2017

УДК 141

Федорова А.В., к.ф.н., доцент кафедры социальных коммуникаций
Поволжский институт управления - филиал РАНХиГС, г. Саратов, РФ
Горбунова Юлия, студентка 4 курса,
Поволжский институт управления - филиал РАНХиГС, г. Саратов, РФ

РИСКИ РАБОТЫ С НЕГАТИВНЫМ КОНТЕНТОМ В СЕТЕВОМ РЕСУРСЕ

В современных условиях активного развития социальных медиа особо актуальным стоит вопрос об эффективной работе с негативом в сети. Негатив - это недоброжелательная

критика, ругань, обвинения и самообвинения, создание боли себе и другим, видение всего в черном [1]. Как правило, негатив оправдан только в форме «бухтения», т.е. когда человеку дают выпустить пар, при этом есть другая сторона, которая молча сможет выслушать его, т. е. дает право «выпустить пар», в других случаях, если мы хотим добиться чего - либо, следует переходить на конструктив и позитивный настрой, но, к сожалению, на практике такой подход встречается редко.

Ни для кого не секрет, что репутация для любой организации (руководителя, услуги или товара) – это ее лицо в глазах своих клиентов и поклонников. К сожалению, не все пришли к этой мысли до сих пор. Если в советские времена эпицентром негатива была книга жалоб, которая по праву считалась грозным оружием, то в современных реалиях роль «книги» выполняют странички в социальных сетях, либо так называемые сайты «отзывики». Поэтому, чтобы узнать о том, что думают, об организации, нам не нужно в нее идти и открывать книгу жалоб. Сейчас достаточно просто зайти на официальный сайт или в ее официальное сообщество и почитать отзывы. Если книгу жалоб смотрят только руководители, то комментарии в социальных сетях читают не только постоянные клиенты, но и потенциальные, которые еще не приняли решение о покупке. Исходя из практики, негатив в комментариях пишут намного чаще, чем позитив. В чем же дело? А дело в том, что довольный покупкой клиент полностью спокоен и у него отсутствует желание что - либо писать в интернете о вас. Исключение составляю ситуации, когда клиенту предлагают бонусы за хороший отзыв о вас (скидка, подарок и т. д.). Но если клиент не получает ожидаемой радости от покупки, он тут же найдет миллион способов поделиться своим негативным опытом, добиться справедливости и вывести на чистую воду недобросовестного продавца. В конечном итоге получаем «снежную лавину» из негатива, которая растет в сети в геометрической прогрессии, и если не работать с ней, то последствия будут весьма удручающими. Но как же работать с негативом? Прежде чем начать работу, стоит разобраться, какой это негатив. Существует 4 типа негатива в социальных сетях: естественный, импульсивный, троллинг, направленный негатив.

Естественный негатив — это обычный негатив. Клиент что - то купил и остался недоволен качеством или сервисом обслуживания. Что делать? Очень вежливо принести свои извинения и по возможности предоставить компенсацию за моральный ущерб (скидка, сертификат и т.д.). После обязательно заверить недовольного клиента, что все будет тщательно проверено и виновные понесут наказание (если таковые есть). В конце поблагодарить за отзыв и заверить, что больше этого не произойдет. Ни в коем случае такие отзывы не стоит удалять.

Импульсивный. Иногда может произойти такое, что человек не захочет принимать извинения и будет дальше продолжать писать комментарии о том, как он недоволен и обижен. В таком случае разговор лучше перенести в личные сообщения, или же дать немного времени на то, чтобы человек успокоился.

Троллинг. Такие люди типичные провокаторы, которые ставят себе цель самоутвердиться через социальные сети. Товары или услуги для них не имеют значения. «Тролли» жаждут внимания к своей персоне, и если ответить ему, он начинает подпитываться вашими эмоциями и продолжает разжигать. Вообще, считается, что троллинг – это один из видов манипуляции. Тролль может включать в себя сразу несколько типов, например такие, как выделила Сьюзан Форуард [2] – палач (может угрожать

неприятностями: « если ты не замолчишь, я взломаю твою страницу»), жертва (обещает навредить себе, при отказе делать так, как угодно ему), мученик (старается переложить ответственность с себя, на вас: «это из - за «хорошего» сервиса я поскользнулся в вашем кафе, потому что не заметил табличку «Острожно, мокрый пол») и торговец ложными надеждами (или таких еще называют герой, который обещает крупные выгоды взамен на поддержку: « если вы дадите мне скидку, то я вам приведу 100 подписчиков в группу). Что делать и как реагировать на такой тип негатив? Отвечать, как правило, нужно спокойно, обдумано и без лишних эмоций. Выясняем причину негатива, обычно это вводит его в замешательство, т.к. он просто пришел поговорить и совершенно не знаком с продукцией или услугой. В идеале подписчики начнут сами отвечать такому персонажу и отстаивать честь вашей продукции, т.е. выступят вашим «адвокатом», но и здесь существует опасность, заключающаяся в том, что тот самый «адвокат» может попасться в ловушу манипулятора и «сцепиться» с ним. Тогда возникает вопрос: если же вы оказались на месте «адвоката» продукта и все - таки вступили в словесную борьбу с троллем, как нужно дальше действовать? Итак, вы заметили, что в разговоре ваш собеседник вас чем - то задел. Прислушайтесь к себе. Какие мысли приходят вам в голову? «Я эгоист, я неблагодарен, я оказался не на высоте, я ничего не стою…» Отвлекитесь от конкретной ситуации. Спросите себя: «Действительно ли я эгоистичен? Ведь я много сделал для нее в прошлом…» Или: «Правда ли я так плох? Вот вещи, которые говорят об обратном…» Обычная тактика манипулятора – ухватиться за конкретный факт и преподнести его как пример типичного поведения собеседника. Для начала определите свою долю ответственности: «существует ли проблема, о которой он говорит, независимо от меня, и я имею к ней отношение?». Тролль, наоборот, стремится стереть границы и смешать собственные ожидания и ваши обязательства. Задайте себе вопрос: «До какой степени могу я удовлетворить его «жажду», не вредя себе?» Как только вы установили для себя эти рамки, вы можете принять ясное решение. Ваше дальнейшее поведение сводится к двум стратегиям: контрманипуляция и конфронтация. Дальше следует использовать следующие приемы нейтрализации:

a) Научитесь парировать, т.е. ни в коем случае не пытаться оправдываться. Это лишь еще больше ослабит вашу позицию. Несмотря на то, что до того, как осознали необходимость использования этого принципа, вы находились в разгневанном состоянии, стоит взять себя в руки и держаться невозмутимо до последнего, и в конечном счете обозначить свою позицию, используя фразы: «Это только твое мнение», «У меня другая точка зрения», «О вкусах не спорят!», «Да, я поступаю не так, как другие». Ведь Ваша главная цель – защитить себя, не реагируя на провокации собеседника.

b) Решитесь на конфронтацию, т.е. речь идет о том, чтобы вынудить манипулятора открыть свои истинные намерения, говорить о своих собственных желаниях, а не об абстрактных ценностях и обязательствах. Чтобы успешно противостоять манипуляции, нужно согласиться на роль «плохой девушки», «подлизы», и пр. (все зависит от того, кем выставит вас тролль), то есть отказаться от идеального образа самого себя.

Направленный негатив. Сложный вид негатива, который чаще всего организован конкурентами или группой противников продукции. К данному типу нужно подходить весьма серьезно.

Если с первыми тремя типами работать легче, то с последним мало кто умеет работать, более того, компании очень редко проводят анализ на предмет негативных отзывов

(особенно это касается мелких фирм), что в итоге перерастает в кризис. Если же ситуация все - таки достигла этой точки, можно ли ее изменить? Да, можно, но стоит понимать, что это достаточно сложный и кропотливый процесс, над которым стоит трудиться не сутки, и даже не двое. Как с ним работать рассмотрим далее. Для начала проверяем факты – уточняем дату и место обслуживания, действительно ли произошла ситуация, на которую жалуются. Как правило, на такие вопросы не отвечают, из чего делаем вывод о лжи. Семантический анализ – обычно от множества различных аккаунтов пишет один и тот же человек (максимум 3 человека) и это можно понять по стилю письма, грамматике, наиболее часто употребляемым словам и речевым оборотам. Маркетинговый анализ – обратите внимание на время появления негативных отзывов на разных ресурсах – скорее всего промежутки времени будут между ними небольшими. Еще на практике встречается негатив от лица недавно зарегистрированных пользователей с весьма скудными данными. Для восстановления репутации можно также привлекать сторонних экспертов (лидеров мнений) и внутренних экспертов (авторитетных участников группы).

Но самые бдительные компании и фирмы идут по принципу: «Лучший метод защиты – это нападение, а лучший метод лечения – это профилактика!», что делают правильно. Чтобы не допустить колоссального потока негатива в адрес компании, специалисты заранее находят те «камни», что могут вызвать «обвал». Для этого проводится постоянный мониторинг с помощью программ, которые с легкостью справляются с данной задачей (например, Babkee, а также собственными возможностями социальных сетей по поиску). Так же стоит постоянно повышать уровень лояльности аудитории, т.к. наибольшей степени подвержены негативному воздействию бренды со слабым информационным полем, но если у пользователей уже есть сформированное отношение к компании, то они не будут игнорировать негативный посыл. Не стоит забывать о том, что работа в сети – это серьезное занятие, поэтому нужно постоянно развивать собственные площадки. Если произошла информационная, то сеть собственных площадок поможет донести официальное обращение, либо опровержение информации до основной массы аудитории.

Есть еще несколько лингвистических правил и психологических приемов, которые нужно учитывать при работе с негативом. Ни в коем случае не стоит употреблять частицу «но» после извинений и признания правоты клиента – так при этом мы перечеркиваем все это.

Помним, что «клиент всегда прав» – не то, чтобы всегда, но чаще всего. А прав он в том, что имеет собственное мнение о сервисе компании / фирмы, поэтому не стоит открыто ставить под сомнение высказывание клиента. В этом случае, если вы не согласны, лучше сказать о том, что это - только его мнение, например (случай из реальной практики): – «обслуживание у вас ужасное!»; – «что, на Ваш взгляд, было недостаточно хорошо в нашем обслуживании?». Как поступили далее? Первое, что нужно сделать - переопределить – при обработке жалоб можно несколько снизить «тон» негатива за счет переопределения и вместо того, чтобы принести извинения за ужасно долгое обслуживание, лучше извиниться за недостаточно быстрое обслуживание. Согласитесь, что этот вариант звучит уже «легче». Далее, при ведении диалога с клиентом, соблюдали правило «конструктивности» – во время диалога не погружались в проблему, а искали решение, а также подталкивали клиента к тому, чтобы от поиска виноватых и того, что плохо, он перешел к тому, чего он хочет. Пассивный залог - активный залог – здесь мы завуалированно отдаем клиенту

ответственность за его отрицательные эмоции ему самому, ответив на его «не стоит так обижать клиентов» — «сожалеем, что вы расстроились». И самое главное - всегда заканчивать ответ позитивом. В конце ответа стоит подчеркнуть то, что гостю понравилось, если это есть в его отзыве «очень рады, что вам понравилось наше блюдо», постарайтесь «проникнуть» в будущее клиента «надеемся, что в следующий раз Вы попробуете у нас то, что обязательно вам понравится» или хотя бы поблагодарите клиента за оставленный отзыв. При случае можно попытаться вывести клиента из «онлайна» в оффлайн, т.к. так как в личной беседе с клиентом бывает договориться намного проще, чем прийти к консенсусу, сидя по разные стороны мониторов.

Конечно же, стоит помнить, что под каждую ситуацию невозможно написать инструкцию к действию, но всегда следует сохранять спокойствие и критичность мышления, что бы клиенты ни написали.

В статье риски были рассмотрены исключительно в качестве риск – опасностей, угроз для акторов сетей. Риски, раскрывающие себя в качестве возможностей, проявляются тогда, когда акторы начинают самоопределяться и на основе самоорганизации, самодисциплины, самоограничения предъявлять себя в сетевом пространстве. Процесс самоопределения помогает «отстроить» и эффективно управлять сетевыми взаимодействиями. Управление становится возможным выстраиваемым коммуникациям на основе сетевых статусов. Сетевые статусы имеют собственную динамичекую структуру. Они состоят из ролей, позиций, функций и персонажей. Социальные роли помогают понять акторам содержательный контент коммуникационного взаимодействия, факторы и условия, которые влияют на его формирование. Например, мои коммуникационные интеракции как «домохозяки», «мамы», «руководителя PR - службы крупной корпорации» будут различаться в зависимости от того, какую роль я присваиваю на данный момент времени. Анонимность сети в значительной степени обращают нас к вопросам морально - нравственного выбора актора.

В ситуации присваивания социальной роли актору необходимо «пробрасывать» цель коммуникации в будущее и задумываться о последствиях «сказанного», о результате, к которому он стремиться [3].

Социальные роли сопряжены с функциями, то есть действиями, выполняемыми акторами. Так после вопроса «кто я?» неизбежно возникает вопрос «что мне делать?». Ответ на последний вопрос содержится в ролевой структуре.

Позиция предполагает четкие высказывания на основе различающихся ценностей, норм, правил, целей и видимых результатов. Это потенциально конфликтные коммуникации.

Персонажи общаются на уровне «масок», манипуляций, использований друг друга. Конфликты могут возникнуть в ситуации асимметрии взаимодействующих. Например, один актор общается из ролевой структуры, а другой из позиции, заявляя о своих ценностях или оценивая ситуацию.

Конфликтные ситуации являются основой негативного контента в сетях и требует грамотного управления для того, чтобы не допустить эскалации конфликта, которая в сетевом ресурсе происходит с молниеносной скоростью [4]. Закономерно встает вопрос о самоопределении «другого» в социальных сетях: я самоопределен, но как быть с «другим», рефлексирует ли он собственные действия и последствия, как ему помочь? Ответ заключается в грамотном управлении коммуникационными взаимодействиями и личной

ответственности, которую я готов нести и реализовывать. Только в этих условиях сеть способна стать не только «социальной», но и ресурсной для взаимодействий акторов в ней.

Список использованной литературы:

1. Негатив [электронный ресурс] URL: http: // www.psychologos.ru / articles / view / negativ (дата обращения 28.11.2016)
2. Форуард С, Фрейзер Д., «Эмоциональный шантаж», АСТ, АСТ Москва, С. 50
3. Роман Масленников , «Вы – веб - Шойгу: Антикризисный пиар в Сети», 2013. 313 с.
4. Федорова А. Современные системы управления. LAP LAMBERT Academic Publishing. 2014.
5. Наумов С.Ю., Журавлев П.В., Шеховцев А.Ю., Федорова А.В. Риски в коммуникативном пространстве социума. Саратов: Изд - во ПАГС. 2004.

© Федорова А.В., Егорова Юлия., 2017

УДК 141

Федорова А.В., к.ф.н., доцент кафедры социальных коммуникаций
Поволжский институт управления - филиал РАНХиГС,
г. Саратов, Российская Федерация
Ендонова Эльта, студентка 4 курса,
Поволжский институт управления - филиал РАНХиГС,
г. Саратов, Российская Федерация

РИСКИ ЧЕРНОГО PR В СИТУАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА

В ситуации кризиса связи с общественностью становятся рискованными практиками с высоким уровнем и степенью неопределенности. Новый (кризисный) статус связей с общественностью требует экспертной рефлексии этих практик и осмысления способов совершенствования и повышения эффективности [1].

В данной статье кризис понимается как переломный момент в развитии политического процесса, резкий переход политической ситуации из одного качественного состояния в другое. В сущности, политический кризис есть сбой в функционировании политической системы, расстройство прежних взаимоотношений между правящей группой и подчиненными слоями. Политическая обстановка, возникающая в результате кризиса, характеризуется резким усилением недовольства широких социальных слоев политикой правящей группы. Любой политический кризис может перерастать в конфликтную ситуацию [2].

Политические кризисы характеризуются острыми противоречиями в политическом устройстве общества, затрагивающими интересы различных социальных групп, правящих элит, оппозиционных партий. Факторами политических кризисов являются: резкое снижение легитимности власти, ее обесценивание в глазах граждан, отсутствие у власти способности управления происходящими в обществе процессами, смена правящей

верхушки, отставка правительства, «министерская чехарда», резкое обострение социальных конфликтов, приобретающих ярко выраженный политический характер.

Различают несколько видов политических кризисов: правительственный, парламентский, конституционный, внешнеполитический (международный) и общенациональный. Каждый из данных кризисов характеризуется особыми чертами и приводит к различным политическим последствиям, существуют также и разные способы выхода из них.

Правительственный кризис проявляется в потере исполнительной властью контроля над ситуацией и разрешается перестановками в правительстве или его отставкой в полном составе.

Парламентский кризис – это такое изменение соотношения сил в органе законодательной власти, когда парламент оказывается никак не в состоянии осуществлять решения или его решения, разойдутся с волей большинства граждан страны. Такого рода кризис преодолевается, как правило, роспуском парламента и назначением новых выборов

Одним из приемов манипулирования политическими субъектами и непосредственным лоббированием политических интересов являются применение технологий черного PR в политике. Все активнее вводятся в политический контент такие термины, как «черный PR», «антитехнологии» и тому подобное [3].

Существует представление, что черный пиар представляет собой направление пропаганды и имеет целью ухудшение имиджа объекта, личности или организации. В соответствии с этим пониманием, любая критика и представление любой разоблачительной информации выступает черным пиаром. Существует и другая характеристика грязных политических технологий. Они направлены на дискредитацию объекта, но строятся на использовании ложных сведений (перемешанных с реальными фактами). В данном случае исполнители и заказчики избегают откровенно незаконных форм донесения информации. Важна и крайне грубая, оскорбительно - презрительная подача информации.

Если первое определение безгранично расширяет сферу черного пиара, то второе – дает его границы, и позволяет понять почему техники такого рода столь долгое время считались и были эффективными.

В западной политической теории распространились два типа политтехнологий. К первой группе, относятся приемы, обобщенно называемые spin - doctoring, когда публике систематически навязываются определенные интерпретации и ассоциации, негативно влияющие на имидж противника (например, социалистов заведомо обвиняют в неэффективности, либералов в безответственности, консерваторов в косности и т. д.).

Такая методика родилась в США, и была описана в 1980 - е годы. Ее сущность в информационном «раскручивании», «закручивании» или «докручивании» событий. В отличии от привычных россиянам методик обличения, спин - доктора (специалисты в технике) стараются работать на грани допустимого законом, и не выходить за нее. Задача спин - докторов работать с событиями, находясь в предвыборной команде кандидата или партии. Они опираются на значительные медиа - ресурсы, и должны с их помощью изменять общественное восприятие фактов. Здесь используются разные техники: от одних новостей общественное внимание нужно отвлечь, к другим – привлечь. Еще более важно сделать позитивные факты негативными, а отрицательным (к примеру чертам кандидата) дать положительные характеристики.

Спин - доктора отвечают за подготовку к определенному восприятию событий. Позитивному – своих. Негативному – соперника. К примеру, они могут организовывать публикации, телевизионные и радио - программы в преддверии встреч с избирателями кандидата - соперника. В результате должно возникнуть ощущение беспомощности соперника перед проблемами в его округе или в регионе, склонности его к демагогии и коррупции. Далее освещение событий дается в том же негативном ключе. При этом факты из биографии оппонента перекручиваются, дополняются будто бы внезапно возникшими разоблачениями (они могут инспирироваться). В итоге, с минимальным использованием фальсификата, соперник должен потерять поддержку избирателей и проиграть выборы.

Спин - техника предполагает большой масштаб кампании. Также нужны внушительные медийные возможности. Но несмотря на это заказчик не может быть уверен в успехе, поскольку общество стало более критичным, как на родине техник спин - докторов в США, так и в России. Сам по себе термин «спин - доктор» стал восприниматься настолько негативно, что само по себе обвинение в использовании подобных методик может дискредитировать кандидата. Вместе с тем, телевидение и радио уже не имеют прежнего значения.

Информация из глобальной сети воспринимается с большим доверием, поскольку здесь она не только подается, но открыто обсуждается и проверяется. И хотя в интернет сместилось и телевидение, здесь представлен весь спектр мнений, возможно обсуждение и высказывание иных точек зрения.

К другой группе относятся методики SLEAZE, когда непосредственно указывают публике на те или иные проступки и даже преступления, совершенные оппонентом. Наиболее типичным случаем является обвинение в коррупции. Причем здесь два подхода могут сходиться: например, сначала сообщаются какие - то факты, сами по себе не сенсационные. А потом действия политика, формально не являющиеся противозаконными, интерпретируются как нарушение этических норм или проявление коррупции.

Выборы Президента Украины 2004 года стали переломными в истории Украины. Ещё задолго до официального начала предвыборной кампании все без исключения политические силы страны, как правительственные, так и оппозиционные, начали готовиться к ним. Долгое время была неясной позиция Президента Украины Л. Кучмы. Конституционный Суд Украины признал, то что он в соответствии с Конституцией Украины (1996) находится у власти только первый срок, хотя фактически был у власти уже два срока. В конце концов Л. Кучма отказался от участия в выборах 2004 г. Кандидатом от существующей власти стал действующий Премьер - министр Украины В. Янукович. Для формирования его положительного имиджа было задействованы все без исключения возможные и невозможные средства: от прямого использования админресурса к открытому распространению неправдивых сведений. Используя свое служебное положение, В. Янукович установил ряд популистских мер, в частности, пенсионерам было предоставлено доплату к пенсиям, повышена заработная плата. Но подобные мероприятия едва не повергли к экономическому кризису в государстве.

Оппозиционные силы объединились вокруг лидера «Нашей Украина», бывшего председателя Национального банка Украины, Премьер - министра 1999 - 2001 гг В. Ющенко.

Одной из отличительных черт предвыборной кампании стало огромное число кандидатов в Президенты Украины – более двадцати. Но главная предвыборная борьба шла среди двумя претендентами: В. Януковичеми В. Ющенко. Рассмотрим несколько успешных примеров использования черного пиара:

1.Три сорта украинцев

Первое место в рейтинге наиболее удачных примеров черного пиара в Украине занял креатив политтехнологов. В период президентской кампании 2004 года в телеэкранах избиратели могли видеть видеоролик, в котором карта Украины схематично распределялась на три части: западные регионы — 1сорт, центральная и северная часть — 2 сорт и юго - восточные регионы —3 сорт. Голос за кадром спрашивал: «А вы хотите жить в Украине третьего сорта?» Обычный, казалось бы, видеоролик, каких накануне выборами немало, дал поразительный эффект. Украинцы внезапно осознали, что кто - то из них проживает на третьесортной территории и является третьесортным гражданином. Население разделился по принципу «свой — чужой», что на первоначальном этапе сыграло на руку и Виктору Януковичу, и Виктору Ющенко, потому как несомненно помогло обозначить регионы влияния. Со временем кандидаты поняли, что деление было не самым верным решением и предприняли попытку сделать обратный ход — сплотить Украину.

Деление электората согласно региональному принципу все больше утрачивает популярность среди политических деятелей. Тем не менее и поныне ни одному из политических лидеров никак не удалось исправить сделанное политтехнологами.

2. Отравление Виктора Ющенко

Во период президентских выборов 2004 года кандидату в президенты Виктору Ющенко внезапно стало плохо после ужина у бывшего первого заместителя главы Службы безопасности Украины Владимира Сацюка. Ющенко срочно привезли в австрийскую клинику, где провели курс лечения. На Украину он вернулся уже общенародным героем, которого преступная власть старалась ликвидировать. Облик жертвы политических репрессий никак не мог не заинтересовать на его сторону дополнительные симпатии электората. Яркий пример черно - серой технологии, когда на правдивый факт внезапного ухудшения состояния здоровья наложилась множество спекуляций и обвинений.

Свидетелями согласно делу, об отравлении Ющенко стали почти все политические деятели и в том числе и некоторые футболисты. Когда у действующего президента испортились взаимоотношения с его кумом Давидом Жванией, однопартийца - бунтаря тут же пригасили в Генпрокуратуру на допрос по делу об отравлении. И хотя в то время чуть ли не сам гарант заявлял, то что его попытался погубить именно Жвания, дело так и не продвинулось.

3. Насильник и вор

Преступное прошлое кандидата от власти — премьер - министра Виктора Януковича стало настоящей притчей в языцех в период президентских выборов 2004 года. Общество с удовольствием поверило в историю о том, как в молодые годы Янукович срывал с людей шапки и учувствовал в групповом изнасиловании. Данная информация (ложная, как позже оказалось) с успехом вписалась в историю о судимостях про властного кандидата.

По мнению политологов, тема о насильнике и воре Януковиче в 2004 году повлияла в главную очередь на тех, кто именно все ещё колебался за кого отдавать свой голос. На фоне демонизированного премьер - министра соперник от оппозиции Виктор Ющенко

смотрелся весьма выигрышно. «Дело о шапках» стало настолько правдоподобным, что почти все украинцы вплоть до последнего времени воспринимали его за чистую монету. И только лишь перед президентскими выборами в 2008 экс - «тимошенковец» Михаил Бродский признался, что пристрастие Виктора Януковича к чужим головным уборам — это его креатив [4].

В итоге можно выделить такие слабые стороны черного пиара как:

- общее преувеличение сторонниками черных пиар - технологий своих возможностей;
- восприятие граждан как некритически мыслящей наивной массы;
- непонимание того, что электорат неоднороден и средства, воздействующие на одну часть аудитории, могут дать обратный эффект в других социальных группах;
- преувеличение степени доверия общества к СМИ и к агитационным материалам;
- усталость населения от однообразных разоблачений (невосприимчивость к ним);
- опасность навлечь «ответный огонь»;
- привлечение внимания к объекту атаки;
- создание образа жертвы (нападок, клеветы) – помощь противнику в обретении позитивного образа;
- активное разоблачение вбросов, дискредитирующее их авторов;
- выявление заказчиков и их мотивов, а также публичный анализ их моральных принципов и деятельности;
- провоцирование сопротивления со стороны более активной части избирателей;
- консолидация и мобилизация сопротивления атакуемых;
- уязвимость заказчика (почему он прибегает к таким методам?)

В заключении отметим, что эти атаки достаточно эффективно отбиваются или, по крайней мере, не оправдывают ожиданий заказчиков. При наличии политической воли и фантазии атакуемые получают возможность повернуть ситуацию себе на пользу, превращая её в тему собственных кампаний (нас пытаются дискредитировать потому, что нас боятся) [5]. Методы черного пиар наносят удар не столько по конкретным политикам, против которых направлены, сколько по доверию избирателя к самому институту выборов, вызывая раздражение, усталость, безразличие, усиливая гражданскую апатию.

Список использованной литературы:

1. Федорова А. Современные системы управления. LAP LAMBERT Academic Publishing. 2014.
2. Наумов С.Ю., Журавлев П.В., Шеховцев А.Ю., Федорова А.В. Риски в коммуникативном пространстве социума. Саратов: Изд - во ПАГС. 2004.
3. Кожуховская О. А., Кожуховская А. А. ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR И РЕКЛАМА // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история: сб. ст. по матер. XXXIII междунар. науч. - практ. конф. № 1(33). – Новосибирск: СибАК, 2014.
4. http: // polittech.org / 2009 / 12 / 11 / самые - лучшие - примеры - черного - пиара - в /
5. Калдор М. Новые и старые войны: организованное насилие в глобальную эпоху. М.: Изд - во Института Гайдара, 2015.

© Федорова А.В., Ендонова Эльта., 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Тухтамуродов.И.Б., Абдуллаев. С. А.
«ОСОБЕННОСТИ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ» 6

С. А. Абдуллаев, А. В. Шамарин
БАНКОВСКИЕ КАРТЫ 8

Абросимова А.А.
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В РОССИИ 13

К.Р.Алиева, Ю.А.Коноплева
ЛИЗИНГ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ 16

Алиева М.З., Ильясова Р.З., Тулегенова А.Р.
ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ
АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ 19

В.Э. Балтин, Д.А. Буренина
ФИНАНСОВЫЕ ИНСТИТУТЫ КАК ИНВЕСТИЦИОННЫЕ
И ИННОВАЦИОННЫЕ ДРАЙВЕРЫ ЭКОНОМИКИ 23

К.О.Безушенко
ТЕРРИТОРИАЛЬНО - ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ КОМПЛЕКСЫ (ТПК) 28

Ю.М. Боровикова
КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ОАО «РЖД» 30

Будников А.А., Руденко В. В.
БАНКОВСКИЕ ПРОДУКТЫ И МЕТОДЫ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ 32

Будников А.А., Руденко В. В.
ВОЗМОЖНА ЛИ ЭВОЛЮЦИЯ
АВТОМАТИЧЕСКИХ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ 34

Д.В. Бутакова
ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА И КОНТРОЛЯ ЭКСПОРТНЫХ
И ИМПОРТНЫХ ТОВАРОВ 36

С.А. Ваградян, Е.В. Воронина
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ С ТУРИЗМОМ 41

М.А. Вартанова
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДРОНОВ
В УПРАВЛЕНИЕ ФЕРМЕРСКИМИ ХОЗЯЙСТВАМИ 43

Васильева А. В.
ОТБОР И ПОДБОР ПЕРСОНАЛА
(на примере сотрудников администрации МР «Амгинского улуса (района)») 45

А.С. Власов
ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ
ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК 47

М.В. Гагина
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИТ - ОТРАСЛИ В РОССИИ 49

А. Р. Давлетбаева
МИССИИ БАНКОВ
КАК ВЫРАЖЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ 54

С.Д. Димитриева, И.А. Мерзлякова
НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ
И РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
ПЕРСОНАЛОМ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 55

Н.В.Дмитриева
ОБЗОР ПРОБЛЕМНЫХ АСПЕКТОВ ОРГАНИЗАЦИИ
И ИСПОЛНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК
В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В ГОРОДЕ СЕВАСТОПОЛЕ 57

Верещак А.Г., Дьяков С.А.
РАЗВИТИЕ РЫНКА ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ
В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ 61

А.С. Епифанцева, Н.А.Краснова, Э.И. Джуманова
ИДЕНТИФИКАЦИЯ И АНАЛИЗ РИСКООБРАЗУЮЩИХ ФАКТОРОВ
КОМПАНИЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ 63

С.О. Жарылгасынов
МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИРМОЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЯПОНИИ 65

Железняк А. О.
ЗНАЧЕНИЕ, ЗАДАЧИ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА АНАЛИЗА
ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 68

Л.А.Зайнуллина
ЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ И ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ В ОРГАНИЗАЦИОННЫХ
ОТНОШЕНИЯХ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА 70

Е. А. Карбасова
ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВО - ХОЗЯЙСТВЕННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ 71

Р.М. Керимов, Ю.В. Трофимова
THE RESULTS OF COOPERATION OF THE RUSSIAN FEDERATION
AND THE REPUBLIC OF TURKEY 75

Кечеджиян К.А.
АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА
НА ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ 77

В.С. Марченко, А.Ю. Ключук
ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ
С УЧЕТОМ ОСОБЕННОСТЕЙ ВНЕДРЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ 79

М.С. Кобитович
ФОРМУЛИРОВАНИЕ ПРОБЛЕМНОЙ СИТУАЦИИ
ПРИ НАПИСАНИИ ДИССЕРТАЦИИ ПО ЭКОНОМИКЕ 81

Ю.В. Козина
ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ
ТРАНСПОРТНО - ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ
НА ЗАКОНАДАТЕЛЬНОМ УРОВНЕ
НА ПРИМЕРЕ СЕВЕРО - ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА 84

А.Н. Красовская
АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ИНВЕСТИРОВАННОГО КАПИТАЛА
ПАО «АЭРОФЛОТ» НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ EVA 88

И.А. Кузина
ФИНАНСИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ
В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ 93

Е. В. Кузнецова, Ю. В. Науразбаева
МАРКЕТИНГ В САНАТОРНО - КУРОРТНОЙ СФЕРЕ 95

Е. В. Кузнецова, Ю. В. Науразбаева
СПЕЦИФИЧЕСКИЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ
САНАТОРНО - КУРОРТНОГО МАРКЕТИНГА 97

Лапковская К.
СТРУКТУРА ИНВЕСТИЦИОННОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ 99

Лисицына Т.Б., Коржанова А.А.
ТУРИЗМ - ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА 101

Брусенцова Л.С., Марваров Д.И.
ТВОРЧЕСТВО В СТРУКТУРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ 104

Дышловой И. Н., Мархоброд Е. А.
РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС - ПРОЦЕССОВ,
КАК ГЛАВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ 107

Т.Г. Масюкова
АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 109

Т.Г. Масюкова
ОПТИМАЛЬНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ:
ЖЕСТКИЙ ИЛИ ГИБКИЙ ПЛАН
В ЦЕЛЯХ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ 111

Э.Э.Мелкумова, Т.Г.Гурнович
АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ
СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ 113

М.С. Мизгулина
СОЦИАЛЬНО - ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ
В СИСТЕМЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ 116

Опарина Т.В.
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ПРЕДПРИЯТИЙ 118

Падун М.А.
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВО - ХОЗЯЙСТВЕННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «РЕМДИЗЕЛЬ» НА ОСНОВЕ ЕГО ДИАГНОСТИКИ 121

С. В. Пелькова, А.А. Меншикова
ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ
В БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЕ 126

Е.А. Пермякова
ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РФ 129

Н. Ю. Полякова, Н.А. Пшеничная
ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ 131

Ю.Г. Притула, Е.А. Дегтяренко, А.А. Блащинская
ЗНАЧЕНИЕ РОЗНИЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 133

В.И. Рой, В.А. Сухенко, Ж.А. Адамян
ЕАЭС КАК СУБЪЕКТ МЕЖДУНАРОДНОГО ПРАВА 136

М.В. Рыбасова, Е.С. Карасева
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ 138

Е.О. Сайпушева
СУЩНОСТЬ КОНТРОЛЯ И ЕГО НЕОБХОДИМОСТЬ В УПРАВЛЕНИИ 143

В. В. Сарапулова
ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ
ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ 145

В. В. Сарапулова
МЕСТО МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 147

Семенычева Я.Н.
СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРАТИФИКАЦИЯ ПЕРСОНАЛА
И ЭФФЕКТИВНЫЕ МОДЕЛИ МОТИВАЦИИ В АГРАРНОМ ПРЕДПРИЯТИИ 151

М.С. Соломатин, Н.Ю. Сайбель
АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ
КРАУДФАНДИНГА В РОССИИ 155

В.С. Сулягина, С.М. Саввиди
ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ – КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ 157

В.С. Сулягина
ОБЪЕКТЫ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ
И ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ 159

В.С. Сулягина, С.М. Саввиди
НЕКОТОРЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ВЛИЯНИЯ КАЧЕСТВА
ПРОДУКЦИИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ 161

Е.В.Сущева
ВЗАИМОСВЯЗЬ КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ
И СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ 163

Текучев В.В.
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ 166

Н.С. Трушина
РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ФИРМ СРЕДНЕГО БИЗНЕСА 168

М.В. Тяжелков
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ 171

И.В.Усачева
ОЦЕНКА АНТИКВАРИАТА 172

И.В.Усачева
ГЛОБАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ
СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА 174

Л.К. Хафизова, М.М. Гайфуллина
СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬЮ
И ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ 176

Е.Н. Цыбина
УРОВЕНЬ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ
НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ 178

Р.К. Шакирова, Д.А. Крылова
РАЗВИТИЕ МАЛОГО
И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РФ 181

Р.К. Шакирова, Н.В. Ямбарцева
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА:
НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА РФ НА БЛИЖАЙШУЮ ПЕРСПЕКТИВУ 183

Н.А. Шмачилина
ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ (ТОВАРОВ)
В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ 186

А. В. Якименко
РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ
СОБСТВЕННОСТИ В БИЗНЕСЕ 191

З.Р. Ярыкова, Ю.А. Коноплева
ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА США:
ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ 193

ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ

В.В. Котлярова, А.Р.Баласаньян
ЧТО ЛУЧШЕ БРАК ПО ЛЮБВИ ИЛИ ПО РАСЧЕТУ? 198

Зубкова С.В., Котлярова В.В.
ВЛИЯНИЕ КОСМОСА НА СУЩЕСТВОВАНИЕ ЧЕЛОВЕКА 200

С. С. Котова
ИДЕНТИФИКАЦИЯ КАК ФАКТОР ВОСПРОИЗВОДСТВА ОБЩЕСТВА
(НА ПРИМЕРЕ МИФА О МИНОТАВРЕ) 201

Ю.А. Сидоренко, Ю.Г. Полетаева
ПРОБЛЕМА ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ
В ИССЛЕДОВАНИИ ИСТОРИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА 203

В.А. Ткаченко
ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «ИНФОРМАТИЗАЦИЯ» 205

А.В. Федорова, Ю.О. Далиденок
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
ПОМОЩЬЮ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРОЙ
В МОЛОДЕЖНОМ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ 209

Федорова А.В., Горбунова Юлия
РИСКИ РАБОТЫ С НЕГАТИВНЫМ КОНТЕНТОМ В СЕТЕВОМ РЕСУРСЕ 213

Федорова А.В., Ендонова Эльта
РИСКИ ЧЕРНОГО PR В СИТУАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА 218

АЭТЕРНА
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

http://aeterna-ufa.ru
+7 347 266 60 68
+7 987 1000 333
info@aeterna-ufa.ru
ICQ: 333-66-99
Skype: Aeterna-ufa
г. Уфа, ул. Гафури, 27/2

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

Приглашаем Вас принять участие
в Международных научно-практических конференциях.

Форма проведения конференций: заочная, без указания формы проведения в сборнике статей;
По итогам издаются сборники статей. Сборникам присваиваются индексы УДК, ББК и ISBN.
Всем участникам высылается индивидуальный сертификат участника, подтверждающий участие в конференции.
В течение 10 дней после проведения конференции сборники размещаются сайте **aeterna-ufa.ru**, а также отправляются в почтовые отделения для рассылки, заказными бандеролями.

Сборники статей размещаются в научной электронной библиотеке elibrary.ru и регистрируются в базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования)

Стоимость публикации от 130 руб. за 1 страницу. Минимальный объем-3 страницы
Печатный сборник, печатный сертификат, размещение в РИНЦ, почтовая доставка авторского экземпляра сборника уже включены в стоимость

С полным списком конференций Вы можете ознакомиться на сайте **aeterna-ufa.ru**

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА

ISSN 2410-6070 (print)
Свидетельство о регистрации СМИ – ПИ №ФС77-61597

Договор о размещении журнала в НЭБ (РИНЦ, elibrary.ru) №103-02/2015
Договор о размещении журнала в "КиберЛенинке" (cyberleninka.ru) №32505-01

Рецензируемый междисциплинарный международный научный журнал «Инновационная наука» приглашает авторов опубликовать результаты своих научных исследований

Формат издания журнала: Журнал издается в печатном виде формата А4
Периодичность выхода: *ежемесячно (прием материалов до 12 числа каждого месяца)*. Статьи принимаются Редакцией журнала постоянно без каких- либо ограничений по времени.
В течение 15 дней после окончания приема материалов в очередной номер журнал будет отправлен в почтовые отделения для рассылки. Рассылка будет произведена заказными бандеролями.
На сайте Редакции выложены все номера журнала и представлена подробная информация о нем и требования к статьям.

Научное издание

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.
Все материалы отображают персональную позицию авторов.
Мнение Издательства может не совпадать с мнением авторов

Подписано в печать 18.01.2017 г. Формат 60x84/16.
Усл. печ. л. 13,5. Тираж 500. Заказ 527.

АЭТЕРНА
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

Отпечатано в редакционно-издательском отделе
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА «АЭТЕРНА»
450076, г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2
http://aeterna-ufa.ru
info@aeterna-ufa.ru
+7 (347) 266 60 68

АЭТЕРНА
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

http://aeterna-ufa.ru
+7 347 266 60 68
+7 987 1000 333
info@aeterna-ufa.ru
ICQ: 333-66-99
Skype: Aeterna-ufa
г. Уфа, ул. Гафури, 27/2

РЕШЕНИЕ

о проведении
15 ЯНВАРЯ 2017 г.
Международной научно-практической конференции

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК

В соответствии с планом проведения
Международных научно-практических конференций
Научно-издательского центра «Аэтерна»

1. Цель конференции - развитие научно-исследовательской деятельности на территории РФ, ближнего и дальнего зарубежья, представление научных и практических достижений в различных областях науки, а также апробация результатов научно-практической деятельности

2. Утвердить состав организационного комитета и редакционной коллегии (для формирования сборника по итогам конференции) в лице:

1) Агафонов Юрий Алексеевич, доктор медицинских наук
2) Баишева Зиля Вагизовна, доктор филологических наук
3) Байгузина Люза Закиевна, кандидат экономических наук
4) Ванесян Ашот Саркисович, доктор медицинских наук, профессор
5) Васильев Федор Петрович, доктор юридических наук,
6) Виневская Анна Вячеславовна, кандидат педагогических наук,
7) Вельчинская Елена Васильевна, кандидат химических наук
8) Галимова Гузалия Абкадировна, кандидат экономических наук,
9) Гетманская Елена Валентиновна, доктор педагогических наук,
10) Грузинская Екатерина Игоревна, кандидат юридических наук
11) Гулиев Игбал Адилевич, кандидат экономических наук
12) Долгов Дмитрий Иванович, кандидат экономических наук
13) Закиров Мунавир Закиевич, кандидат технических наук
14) Иванова Нионила Ивановна, доктор сельскохозяйственных наук,
15) Калужина Светлана Анатольевна, доктор химических наук
16) Курманова Лилия Рашидовна, Доктор экономических наук, профессор
17) Киракосян Сусана Арсеновна, кандидат юридических наук
18) Киркимбаева Жумагуль Слямбековна, доктор ветеринарных наук
19) Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук
20) Конопацкова Ольга Михайловна, доктор медицинских наук
21) Маркова Надежда Григорьевна, доктор педагогических наук
22) Мухамадеева Зинфира Фанисовна, кандидат социологических наук
23) Пономарева Лариса Николаевна, кандидат экономических наук
24) Почивалов Александр Владимирович, доктор медицинских наук
25) Прошин Иван Александрович, доктор технических наук

26) Симонович Надежда Николаевна, кандидат психологических наук
27) Симонович Николай Евгеньевич, доктор психологических наук
28) Смирнов Павел Геннадьевич, кандидат педагогических наук
29) Старцев Андрей Васильевич, доктор технических наук
30) Сукиасян Асатур Альбертович, кандидат экономических наук
31) Танаева Замфира Рафисовна, доктор педагогических наук
32) Venelin Terziev, DSc.,PhD, D.Sc. (National Security), D.Sc. (Ec.)
33) Хромина Светлана Ивановна, кандидат биологических наук, доцент
34) Шилкина Елена Леонидовна, доктор социологических наук
35) Шляхов Станислав Михайлович, доктор физико-математических наук
36) Юрова Ксения Игоревна, кандидат исторических наук,
37) Юсупов Рахимьян Галимьянович, доктор исторических наук

3. Утвердить состав секретариата в лице:
1) Асабина Катерина Сергеева
2) Агафонова Екатерина Вячеславовна
3) Носков Олег Николаевич
4) Ганеева Гузель Венеровна
5) Тюрина Наиля Рашидовна

4. Определить следующие направления конференции

Секция 01. Физико-математические науки
Секция 02. Химические науки
Секция 03. Биологические науки
Секция 04. Геолого-минералогические науки
Секция 05. Технические науки
Секция 06. Сельскохозяйственные науки
Секция 07. Исторические науки
Секция 08. Экономические науки
Секция 09. Философские науки
Секция 10. Филологические науки
Секция 11. Юридические науки
Секция 12. Педагогические науки
Секция 13. Медицинские науки
Секция 14. Фармацевтические науки
Секция 15. Ветеринарные науки
Секция 16. Искусствоведение
Секция 17. Архитектура
Секция 18. Психологические науки
Секция 19. Социологические науки
Секция 20. Политические науки
Секция 21. Культурология
Секция 22. Науки о земле

5. В течение 5 рабочих дней после проведения конференции подготовить акт с результатами ее проведения

Директор НИЦ «Аэтерна»
к.э.н. , доцент

Сукиасян
Асатур Альбертович

АЭТЕРНА
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

http://aeterna-ufa.ru
+7 347 266 60 68
+7 987 1000 333
info@aeterna-ufa.ru
ICQ: 333-66-99
Skype: Aeterna-ufa
г. Уфа, ул. Гафури, 27/2

АКТ

по итогам Международной научно-практической конференции

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ
ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК

состоявшейся 15 января 2017 г.

1. Международную научно-практическую конференцию признать состоявшейся, цель достигнутой, а результаты положительными.
2. На конференцию было прислано 263 статей, из них в результате проверки материалов, было отобрано 250 статей.
3. Участниками конференции стали 375 делегатов из России и Казахстана.
4. Все участники получили именные сертификаты участников конференции
5. Участникам были предоставлены авторские экземпляры сборников статей Международной научно-практической конференции
6. По итогам конференции издан сборник статей, который постатейно размещен в научной электронной библиотеке elibrary.ru и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) по договору № 242-02/2014К от 7 февраля 2014г.

Директор НИЦ «Аэтерна»
к.э.н. , доцент

Сукиасян
Асатур Альбертович