



НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

**Сборник статей
Международной научно - практической конференции
5 февраля 2017 г.**

Часть 1

Волгоград
НИЦ АЭТЕРНА
2017

УДК 001.1
ББК 60

Н 57

НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: сборник статей Международной научно - практической конференции (5 февраля 2017 г., г. Волгоград). В 3 ч. Ч.1/ - Уфа: АЭТЕРНА, 2017. – 272 с.

ISBN 978-5-00109-008-3 ч.1
ISBN 978-5-00109-011-3

Настоящий сборник составлен по итогам Международной научно - практической конференции «НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ», состоявшейся 5 февраля 2017 г. в г. Волгоград. 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 978-5-00109-008-3 ч.1
ISBN 978-5-00109-011-3

© 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 Зилия 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 сельскохозяйственных наук,
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

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ТОВАРООБОРОТА С УЧЕТОМ РЕЗУЛЬТАТОВ РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ

Под товарооборотом понимают продажу товаров массового потребления населению для удовлетворения личных потребностей в обмен на его денежные доходы. Экономические отношения, связанные с обменом денежных доходов на товары, выражают экономическую сущность товарооборота: товарооборот характеризует завершение процесса обращения, товары переходят в собственность потребителей, потребляются или образуют потребительский фонд, то есть выпадают из сферы обращения и перестают быть товарами. Суть товарооборота характеризуется в двух аспектах:

- как экономическая категория (розничный товарооборот выражает экономические отношения, возникающие на заключительной стадии движения товаров из сферы обращения в личное потребление);
- как показатель хозяйственной деятельности предприятия (розничный товарооборот - это сумма выручки от продажи непосредственно населению потребительских товаров для личного потребления, это результативный показатель деятельности предприятия, его объем определяет размер торгового предприятия, чем больше торговое предприятие, тем больше объем его товарооборота). Товарооборот предприятий осуществляется в различных формах и видах: по виду людей, по месту реализации товаров, по формам и срокам расчета за товар [1, с. 23 - 30].

Понимание целей такого процесса как прогнозирование позволяет в значительной степени упростить сам процесс и соответственно повысить его точность. Не стоит путать такие два понятия как план и прогнозирование. Прогнозируемый товарооборот – это величина объема продаж, возможно достижимая при выполнении и соблюдении и реализации неких условий и событий. Именно прогнозирование в дальнейшем позволяет уточнить план товарооборота. Прогнозов может быть несколько, они используются для поддержки при принятии управленческих решений. План же, в свою очередь, существует один, и он сам определяет непосредственно многие управленческие решения.

Прогнозировать потенциальный объем товарооборота (потребления со стороны клиента) – это маркетинговая задача. При выполнении данного процесса предоставляется возможным определить, что потенциально возможно было бы продавать в разы больше, и, путем сравнения полученного прогноза с текущей статистикой товарооборота, возможно, определить сегменты клиентов, где уровень потребления товара предприятия относительно низок [7, с. 15 - 22].

Современные предприятия пользуются множеством методов организации продаж и сбыта. Таким образом, при прогнозировании товарооборота, эксперту будет доступно множество данных. Их можно объединить в четыре основные группы:

- оценки разных показателей клиентами фирмы, компании, предприятия;

- результаты процессов продаж за предыдущие периоды;
- показатели процессов продаж за предыдущие периоды;
- данные из внешних источников (схожие данные из открытых источников, макроэкономические показатели).

При этом необходимо помнить, что, используя экспертные данные (клиентов), имеет смысл прогнозировать товарооборот на ближайший период. Экспертные оценки товарооборота на более длительный период (три - четыре месяца) будут менее точными, чем те, которые получены на основе анализа объективных данных. Это поясняется тем, что многие люди при прогнозировании на достаточно длительный срок могут очень творчески подходить к этому процессу: оптимисты завышают, пессимисты – занижают, при этом ошибку предсказать практически невозможно.

Главной целью рекламы является увеличение товарооборота, объема продаж и, как следствие, доходов предприятия путем привлечения дополнительных клиентов. Эффективность самой же рекламы тесно связана с теми целями, которые ставятся при проведении рекламного мероприятия, денежных средств, которые выделены на их проведение. Она зависит от таких двух факторов:

- соответствует ли сумма выделенных денежных средств поставленной перед рекламой цели;
- достигнута ли главная цель (в нашем случае – увеличение товарооборота) в результате проведения рекламных мероприятий.

Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин предлагают такую формулу изменения товарооборота для точного определения эффективности рекламы:

$$\Theta = \frac{(T * H)}{100} - (I1 + I2),$$

где Θ – экономический эффект процесса рекламирования; Т – дополнительный товарооборот под воздействием рекламы; Н – торговая надбавка на товар; И1 – расходы на рекламу; И2 – дополнительные расходы по приросту товарооборота.

Оценивать и прогнозировать влияние рекламы на товарооборот очень сложно. При решении данной задачи необходимо использовать математические модели, которые описывают медиа - воздействие, структуру рынка, количественный метод (поведение потребителей), качественный метод (использование экспертных оценок).

Для прогнозирования товарооборота и, как следствие, прибыли стоит использовать некую модель (как пример, используем самую простую), при этом учитывается та часть рынка продаж, которую составляют покупатели, совершающие приобретения под воздействием рекламы. Расчет осуществляется по формуле:

$$\Pi = z * s * n - P,$$

где Π – прибыль; z – величина оплаты одного клиента; s – число платежей (среднее); n – число новых клиентов (продаж); P – расходы на рекламу.

Хочется отметить тот факт, что затраты на рекламу напрямую зависят от стадии (этапа) жизненного цикла продукта товара, услуги [5, с.383]. К примеру, на стадии внедрения продукта продажи могут быть убыточными, при этом расходы на рекламу превышают средние 4 - 5 % . Это зависимость актуальна и для новых предприятий. Если компания выходит на рынок первый раз, то ей необходимо поработать в режиме «следования в фарватере», сопоставляя свою деятельность с аналогичной деятельностью других компаний

со схожим товарооборотом. По обыкновению первые год - два компания будет работать практически без прибыли или с очень малой прибылью.

Правильность прогноза должна подкрепляться данными текущего контроля на основе внутренней статистики объемов продаж (товарооборота) и затрат на рекламную деятельность. Эта информация должна дополняться данными о затратах на стимулирование продажи товаров и персональных продажах, содержащие в значительной мере элементы рекламы. При наличии не менее 20 наблюдений (более точные результаты дают больше наблюдений) можно обнаружить новую закономерность зависимости объема продаж товара (товарооборота) от расходов на рекламу и товародвижения, а также сравнить ее с той, которая была на момент ревизии (точки отсчета). Для прогноза и анализа можно разработать матрицу, в которой учитываются все виды вложений за определенный период, поскольку на объемы продаж влияет качество, цена продукта и т.п., а также совершенствование управления маркетингом и производством.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Прогнозирование в компании, на предприятии и т.д. необходимо грамотно организовывать. Заниматься данным процессом необходимо тем людям, которые:

- квалифицированно разбираются в продажах, ситуации на рынке и методах прогнозирования, т.к. нужно понимать суть процесса, который прогнозируется, и методы обработки данных;
- имеют мотивацию для предельно объективного результата.

Для решения задач в сфере товарооборота логичнее прогнозировать именно возможности предприятия по продаже – в таком случае прогноз будет точнее, так как он будет основан на реальных накопленных данных о процессах и результатах товарооборота, характеристик клиентов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Борисов, Н.А. Организация эффективной сбытовой деятельности предприятия / Н.А. Борисов // Менеджмент в России и за рубежом, 2012. — №5. — С.23 - 30
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. - Москва [и др.]: Вильямс, 2014. - 488 с.
3. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг: учебник / Ж.Ж. Ламбен. - СПб: Наука, 2011. — 487с.
4. Лысова, М.Ю. Проблемы и управления и анализа в ассортиментной политике торгового предприятия / М.Ю. Лысова, Ю.А. Карасева // Сост. и перспективы развития инновац. деятельности в обл. сервиса. Ч.1. - Тольятти: Изд. во ПВГУС, 2009. - С. 29 - 32.
5. Маркетинг: учебное пособие для магистров, аспирантов и специалистов, осуществляющих маркетинговую деятельность / [И. М. Синяева и др.]. - Москва: Вузовский учебник: Инфра - М, 2013. - 383 с.
6. Основы маркетинга. Теория и практика: [учебное пособие] / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. - Москва: ЮНИТИ - ДАНА, 2014. – 381 с.
7. Сипун, Н.С. Методы стимулирования сбыта / Н.С. Сипун // Менеджмент в России и за рубежом, 2012. — №3. — С.15 - 22

© Александрова Я.И., 2017

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИЙСКИХ СТАНДАРТАХ

Процесс взаимодействия производственных факторов на предприятии, направленный на превращение исходного сырья (материалов) в готовую продукцию, пригодную к потреблению или к дальнейшей обработке, образует производственный процесс [5, с. 18].

Показатели качества производственных процессов включают:

- показатели рациональной организации процессов;
- уровни (градации) зрелости процессов;
- возможности производственного процесса.

Соответствие принципам рациональной организации процессов вытекает из рассчитываемых показателей пропорциональности, непрерывности, параллельности, прямоотчности, ритмичности, направленности и гибкости и сравнения их динамики с аналогичными показателями, характеризующими уровень рациональной организации процессов различных подразделений компании и по возможности компаний - конкурентов [7, с. 31].

Международные стандарты ISO серии 9000 дают возможность провести качественный анализ на основе сравнения реально функционирующих процессов с описанием их желаемого состояния в виде требований и рекомендаций (ГОСТ Р ИСО 9001–2015, пункт 8. Деятельность на стадиях жизненного цикла продукции и услуг [1]; ГОСТ Р ИСО 9004–2010, пункт 7. Менеджмент процессов). Процесс считается аттестованным при наличии всех необходимых процедур, документации, записей и методик проведения валидации и верификации, мониторинга, измерения и контроля, когда определены критерии для анализа и утверждения процессов, цели в области качества и требования к продукции, соответствующее оборудование и квалификация персонала, по каждому процессу организации определены руководители (владельцы процесса) с четкими обязанностями и полномочиями для создания, поддержания в работоспособном состоянии, управления и совершенствования процесса и его взаимодействия с другими процессами [7, с. 34].

В ГОСТ Р ИСО 9004–2010 в приложении А [2] содержится описание уровней зрелости процессов от первого (низшего) до пятого (наивысшего). Текущий уровень зрелости процессов считается наивысшим уровнем, достигнутым организацией, без каких - либо предшествующих несоответствий установленным критериям. Модель СММ (Capability Maturity Model) ИСО / МЭК 15504 (ГОСТ Р ИСО / МЭК 15504 - 3 - 2009 «Информационная технология. Оценка процесса. Руководство по проведению оценки») дает описание атрибутов бизнес - процесса, связывающих его с уровнем зрелости от уровня 0 (неполный процесс – уровень доказательств систематического обладания хотя бы одним из атрибутов процесса отсутствует либо недостаточен) до уровня 5 (совершенствуемый процесс – предсказуемый процесс динамически адаптируется и изменяется для того, чтобы отвечать текущим и проектируемым бизнес - целям компании) [3]. Воспринимаемое качество процесса может оказаться низким в результате того, что менеджмент организации в

качестве главной цели процессуализации видит сертификацию системы менеджмента качества, а не совершенствование бизнес - процессов и деятельности компании в целом.

Количественные измерения предпочтительнее качественных, поэтому такое большое значение придается методам *статистического контроля производственного процесса* на основе концепции предела управляемости. Необходимость применения статистических методов вызвана изменчивостью в поведении и результатах фактически всех процессов даже в условиях очевидной стабильности [6, с. 240]. Такая изменчивость наблюдается для количественных характеристик изделий и процессов, а также для данных, используемых на различных стадиях жизненного цикла продукции – от исследования рынка до сервисного обслуживания и окончательной утилизации изделий. Статистические методы используют при измерении, описании, анализе, интерпретации и моделировании такой изменчивости даже при наличии относительно ограниченного количества данных. ГОСТ Р ИСО / ТО 10017–2005 [4] дает рекомендации менеджменту организации в части выбора и использования статистических методов, которые зависят от конкретных обстоятельств.

Список использованной литературы:

1. ГОСТ Р ИСО 9001–2015. Системы менеджмента качества. Требования [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://standartgost.ru/g>
2. ГОСТ Р ИСО 9004 - 2010 Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/1200082555>
3. ГОСТ Р ИСО / МЭК 15504 - 3 - 2009 «Информационная технология. Оценка процесса. Руководство по проведению оценки» [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://gostrf.com/normadata/1/4293820/4293820743.htm>
4. ГОСТ Р ИСО / ТО 10017 - 2005. Статистические методы. Руководство по применению в соответствии с ГОСТ Р ИСО 9001 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-to-10017-2005>
5. Баурина С. Б. Современный процесс производства: понятие, разновидности, управление с позиций качества // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. – 2015. - №4. – С. 18 - 22
6. Баурина С. Б. Инструменты и методы бережливого производства / С. Б. Баурина // Вестник АКСОР. – 2012. - №4(24). – С. 238 - 240.
7. Баурина С. Б. Процесс технологической подготовки производства в системе менеджмента качества: характеристика и основные этапы / С. Б. Баурина // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. – 2013. - №1(2). - С. 31 - 35.

© А. И. Банин

УДК 338.1

А. Р. Бикбаева, студентка 4 курса факультета экономики и права
РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Москва, Российская Федерация

УСЛОВИЯ ДОСТИЖЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Устойчивое развитие на уровне предприятия означает принятие бизнес - стратегии и деятельности, отвечающих потребностям как самого предприятия, так и его

заинтересованных сторон (акционеров, клиентов, кредиторов, сотрудников, поставщиков и пр.) в рамках защиты и охраны природных и людских ресурсов, которые будут необходимы и востребованы в будущем. Устойчивое развитие дает конкурентное преимущество производителям, использующим экологически безопасные сырье, материалы и процессы [3, с. 61].

Обеспечить конкурентоспособность современного промышленного предприятия в условиях свободного рынка, т. е. превзойти конкурентов, – главная задача руководства, требующая новых подходов к организации менеджмента по обеспечению устойчивого развития [2, с. 270]. Управление устойчивым развитием помогает принимать высокоэффективные решения, направленные на непрерывную успешную деятельность в течение продолжительного времени. Для достижения устойчивого успеха и развития промышленному предприятию необходима реализация следующих условий :

- руководство промышленного предприятия должно обеспечить, чтобы используемые принципы устойчивого развития были документально оформлены в соответствующем заявлении и доведены до сведения заинтересованных сторон;

- руководство промышленного предприятия должно идентифицировать задачи в области устойчивого развития;

- для внедрения принципов устойчивого развития в практическую деятельность необходимо выделение соответствующих ресурсов и обеспечение компетентности персонала;

- задачи и проблемы в области устойчивого развития необходимо решать на основе процесса применения специальных методов, выбор которых зависит от потребностей промышленного предприятия и уровня зрелости процесса устойчивого развития;

- предприятию стоит установить процессы регулярного анализа достижения целей устойчивого развития;

- деятельность по устойчивому развитию должна быть интегрирована в процессы анализа и управления отчетностью.

Для достижения целей устойчивого развития и повышения прозрачности деятельности промышленное предприятие должно: идентифицировать ключевые показатели достижения поставленных целей; установить выбранные ключевые показатели в соответствующих инструкциях для подразделений и должностных инструкциях персонала; определить методы оценки эффективности этих показателей [3, с. 65]. Предприятию предстоит вносить в свою деятельность необходимые изменения с учетом следующих положений: деятельность должна соответствовать ожиданиям и удовлетворять потребности всех заинтересованных сторон; учет соотношения постановленных целей и ключевых показателей деятельности предприятия (вместе с этим: объемов выделяемых ресурсов, проводимого обучения, обмена информацией); оценка степени достижимости намеченных целей; сбор и использование информации должны носить результативный характер; повышение компетентности персонала в соответствии с потребностями предприятия; мониторинг должен стать неотъемлемой частью отчетности (как внутренней, так и внешней) предприятия о своей деятельности. Важно стимулировать желание персонала предприятия внедрять изменения по постоянному улучшению [4, с. 16]. Все процессы должны быть оптимизированы и снабжены необходимым количеством качественных ресурсов. Руководство промышленного предприятия должно разработать план - график корректирующих действий и строго следовать ему.

Применение принципов является существенным шагом к созданию у заинтересованных сторон атмосферы доверия к менеджменту устойчивого развития промышленного предприятия. Повышение доверия заинтересованных сторон способствует укреплению

доверия к деятельности предприятия со стороны общества в целом и прозрачности ее деятельности [5, с. 290].

Итак, концепция устойчивого развития может выступать в роли первоосновы для удовлетворения постоянно растущих общественных ожиданий и потребностей предприятия. При разработке собственного подхода устойчивого развития промышленное предприятие должно адаптироваться к новым условиям работы.

Список использованной литературы

1 ГОСТ Р 54598.1 - 2015 «Менеджмент устойчивого развития. Часть 1. Руководство» [Электрон. ресурс]. – Режим доступа : http://standartgost.ru/g/ГОСТ_P_54598.1-2015 – Загл. с экрана.

2 Баурина С. Б. Инновационный потенциал предприятия / С. Б. Баурина // Инновации: перспективы, проблемы, достижения: материалы II международной научно - практической конференции. 22.05.2014 г. / Под ред. А. А. Гажура – М.: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2014. – С. 267 - 272.

3 Баурина С. Б., Назарова Е. В. Активизация деятельности промышленных предприятий в области достижения устойчивого развития на основе менеджмента качества // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. – 2016. - № 49. – С. 61 - 74.

4 Баурина С. Б., Сидорова А. И. Современные требования к системам менеджмента качества организации // Результаты научных исследований: сборник статей Международной научно - практической конференции (15 февраля 2016 г., г. Тюмень) в 4 - х ч. Ч. 1. / Отв. ред. А. А. Сукиасян. – Уфа: ООО «Аэтерна», 2016. – С. 15 - 17.

5. Баурина С. Б., Баграмян Л. С., Биттиева Ж. Х., Евлоева Ф. Р. Инновационная бизнес - модель современной компании // Инновации: перспективы, проблемы, достижения: III международной научно - практической конференции 14.05.2015 г. / Под ред. проф. М. И. Ботова. – М.: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. В.Плеханова», 2015. – С. 288 - 291.

© А. Р. Бикбаева, 2017

УДК 338

Х.А. Болов

Магистр 6 курса.

RUDN University

г. Москва, Российская Федерация

СТРАТЕГИИ И МЕХАНИЗМЫ БРЕНД - МЕНЕДЖМЕНТА В МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЯХ

В глобализированной экономике основная часть благосостояния наций складывается благодаря способности их экспортировать товары и услуги, имеющие статус брендов, так как в современных условиях весомая часть прибыли производителей поступает от добавленной стоимости, образующейся, в основном, благодаря этому статусу [3, с.3]

Для корпораций большинства стран мира брендинг составляет важный элемент их рыночной деятельности. Ученые прогнозируют, что в недалеком будущем крупные транснациональные корпорации предпочтут контролировать рынки посредством владения

доминирующими брендами, а не просто предприятиями по производству товаров. Данная тенденция становится очевидной в условиях активизации процессов слияния и поглощений компаний: покупатели готовы платить огромные деньги за владение популярными у потребителей брендами.

В настоящий момент большинство сильных брендов, представленных на мировом рынке, принадлежат производителям из США, Англии, Шотландии, Франции, Германии, Японии, Скандинавии, Швейцарии или Италии. Эти страны представляют собой лучшую группу в отношении имиджа бренда: по мнению потребителей, если бренд создан в одной из этих стран или регионов, то он обладает определенным ореолом престижности, более высоким качеством и покупатели готовы заплатить за него более высокую цену [4, сс.56 - 57].

Однако существуют проблемы при построении и управления брендом как на промышленном рынке, так и на потребительском, который сейчас по праву можно считать чрезвычайно высококонкурентным. Одна из проблем управления брендом на потребительском рынке связана с его клиентоориентированностью. Сложность построения сильного бренда в ритейле и дальнейшее клиентоориентированное управление им заключается в ограниченности возможностей, которое обуславливается спецификой сферы деятельности. С другой стороны, в ритейле появляются новые атрибуты бренда, недоступные многим другим сферам (например, пространство).

Именно в ритейле огромное значение приобретают такие атрибуты бренда, как дизайн и цветовая гамма розничной сети в целом, особенно при управлении пространством торговой точки. Названные элементы могут найти свое воплощение, например, в оформлении витрины, дизайне вывески, обустройстве торгового зала или одежде продавцов [1, с. 142]. Однако в настоящее время у компаний - производителей имеется множество механизмов и стратегий бренд - менеджмента для эффективного управления своими брендами. Рассмотрим на конкретном примере международной компании «Ferrero SpA» ее механизмы и стратегии бренд - менеджмента, используемые для эффективного управления созданными брендами. Компания является итальянским производителем шоколада и других кондитерских изделий и принадлежит семье промышленника Микеле Ферреро.

История компании «Ферреро» начинается в 1942 году с семейного магазина сладостей в г. Альба, Италия. Там же в 1946 году начинает работать первая фабрика «Ферреро». В 1956 году «Ферреро» выходит за пределы Италии и становится международной компанией, открыв первое иностранное представительство в Германии. Сегодня группе «Ферреро», со штаб - квартирой в Люксембурге, принадлежит 38 торговых компаний во всем мире, с оборотом более 7 млрд евро. Также в состав группы «Ферреро» входят 3 научно - исследовательских центра, 18 фабрик, которые производят 700 тыс. тонн продукта ежегодно. Количество сотрудников составляет 22 тыс. человек. Продукция компании реализуется в 50 странах мира [5].

На российский рынок Группа Ferrero вышла в 1995 году, представив потребителям свои всемирно известные кондитерские изделия: Raffaello, Kinder Chocolate, Kinder Сюрприз, Nutella, Tic Tac. За годы присутствия в России компания Ferrero успешно прошла все ступени развития от небольшого представительства до крупной коммерческой и производственной компании с развитой дистрибьюторской сетью. В настоящий момент на российском рынке представлены все основные бренды Ferrero. Кондитерская фабрика во

Владимирской области является одним из крупнейших предприятий Группы Ferrero во всем мире и второй по величине фабрикой Ferrero, расположенной в Восточной Европе. В настоящий момент на фабрике во Владимирской области запущены следующие производственные линии: линия Kinder Chocolate, линия конфет Raffaello, линия ореховой пасты Nutella, линия Kinder Сюрприз [5].

Архитектура марок состоит из двух групп: сладости и освежающее драже. В первую группу входят бренды Nutella, Raffaello, Ferrero и Kinder. Вторая группа представлена лишь одной маркой - tic tac.

Рассмотрим подробнее товары, которые компания Ferrero реализует на территории России.

Raffaello (рус. Раффаэлло) — марка конфет, выпускаемых итальянской компанией с 1990 года.

Конфета представляет собой шарообразную вафлю, заполненную сливками и миндалём. Снаружи покрыта кокосовой стружкой.

Nutella (Нутелла) — зарегистрированный товарный знак джандуии — пьемонтской шоколадной пасты, или сладкого спреда с лесными орехами, какао и молоком. Выпускается итальянской компанией Ferrero S.p.A. с 1964 года.

«Нутелла» продаётся в 75 странах мира. С 2011 года Nutella для российского рынка производится на фабрике компании в селе Ворша Владимирской области.

tic tac (официальное написание строчными буквами) — популярные сладкие драже. Впервые появились в 1969 году и сейчас продаются более чем в ста странах.

Ferrero также владеет популярным брендом Kinder. Этот бренд является зонтичным. Существуют следующие суббренды Kinder: Surprise, Joy, Chocolate, Maxi, Kinder Chocolate со злаками, Bueno, Pinguì, Milk Slice, Maxi King, Paradiso, Choco - Bons.

В портфель брендов компании входит также бренд шоколадных конфет, который использует название корпоративного бренда – Ferrero.

Анализ управления брендами данной компании свидетельствует, что компания использует гибридную модель брендинга. Некоторые бренды продвигаются самостоятельно, независимо друг от друга, другие же – поддерживаются корпоративным брендом компании.

В марочной стратегии Ferrero использует стратегию расширения товарной линии. Данная стратегия предусматривает создание ряда дополнительных товаров в пределах существующей товарной категории. При этом используется зонтичный бренд. Зонтичный бренд Kinder успешно выполняют свои функции и приносят компании немалую часть прибыли.

Показатели рыночной доли свидетельствуют об этом самым лучшим образом. Киндер Шоколад занимает 47 % рынка детского шоколада. Киндер Сюрприз – 87 % рынка шоколадных яиц. Бисквитные пирожные Киндер – 31 % рынка охлажденных пирожных с содержанием молока [6].

Особо заметим, что компания Ferrero одна из немногих компаний, реализующий глобальный подход к брендингу. Все бренды являются глобальными брендами, и для продвижения используются, по большей части, глобальные маркетинговые кампании. Это помогает сохранять немалые средства, экономя деньги за счет отказа от на локализации рекламы.

Компания адаптирует некоторые бренды под локальный рынок минимальным образом, немного меняя название и дескриптор марки.

Кроме того, компания позиционирует и сегментирует свои бренды одинаков на всех рынках присутствия. Создается одинаковая идентичность и имидж торговой марки, что также способствует минимизации издержек.

Все бренды Ferrero были созданы в недрах самой компании. В отличие от многих игроков рынка FMCG, фирма не приобретала чужие бренды и не продавала своих. В этом плане, менеджеры компании демонстрируют пример приверженности традициям и философии основателя Пьетро Ферреро.

Однако компания не стоит на месте и для достижения рыночных целей применяет такие инструменты брендинга, как рестайлинг, репозиционирование и иногда даже комплексный ребрендинг. Также компания часто сотрудничает с производителями мультфильмов в рамках ко - брендинга, от которого выигрывают обе стороны.

Список использованной литературы:

1. Чернышева А.М., Якубова Т.Н. Специфика клиентоориентированного подхода при управлении брендом в розничной сети // Наука и бизнес: пути развития, 2014. - №3 (33), с.142.

2.Чернышова А.М., Якубова Т.Н. Особенности спроса на промышленном рынке и управление им // Перспективы науки, №5 (68), 2015, сс. 104 - 108,

3. Якубова Т.Н. Брендинг как фактор формирования корпоративных конкурентных преимуществ. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Российский университет дружбы народов (РУДН) – М.: 2009, с.3

4. Якубова Т.Н. Брендинг как фактор формирования корпоративных конкурентных преимуществ (зарубежный опыт и российская специфика). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Российский университет дружбы народов (РУДН). – М.: 2009, сс.56 - 57

5. [http:// www.ferrero.ru](http://www.ferrero.ru) – официальный сайт компании «Ферреро»

6. <http:// www.rbc.ru> / - официальный сайт информационного агентства «РосБизнесКонсалтинг»

© Болов Х.А., 2017

УДК 339.9

Л.А. Гаджимурадова

ст. преподаватель кафедры «Финансы и кредит - 1», ДГУНХ
Г. Махачкала, Российская Федерация

ГЛАВНЫЕ АСПЕКТЫ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ГРУППЫ ВСЕМИРНОГО БАНКА

Опираясь на капитал, произведенной странами - участниками, Всемирный Банк накапливает средства мирового рынка капиталов и выдает ссуды государствам с

ограниченным доступом к этому рынку, выполняя роль посредника. Ссуды выдаются либо непосредственно правительствам, либо под их гарантию. Этот механизм и основные цели остаются постоянными, однако стратегия и тактика ВБ, используемые им инструменты, меняются в зависимости от условий мирохозяйственных, ситуации в отдельных областях, так же под влиянием критического анализа накапливаемого опыта.

Основные принципы программ схожи с теми, которые выдвигаются МВФ. К ним относятся: ослабление государственного воздействия на экономику; реформы в области государственных финансов; либерализация цен и отмена контроля над ними; стимулирование экспорта; опора на частный капитал в продвижении экономики. Но во всем подобии основных принципов программ, разрабатываемых с помощью Всемирного Банка и МВФ, конкретная деятельность первого имеет свою специфику. Всемирный Банк лучше подготовлен для анализа и решения отраслевых, микроэкономических проблем. Множество стран, остерегавшихся контактов с МВФ, реализовывали программы структурной адаптации посредством Всемирного Банка. ВБ в меньшей степени, чем МВФ, подвержен критике.

При всей значимости программ структурной адаптации, по мнению руководства Банка, назначение для этих целей не должно превысить 25 % суммарной суммы. Традиционному направлению - проектному финансированию должна принадлежать ведущая роль.

Глобальный валютно - финансовый кризис, начавшийся в Азии в 1997 г., вновь потребовал обзора стратегии Банка. Реакция ВБ на кризис привела к следующим структурным изменениям в потоке его финансовых ресурсов. Сначала, к их переориентации к области, которая является центром кризиса. Удельный вес Юго - Восточной и Восточной Азии в предоставленных в 1998 финансовом году (начиная с 1 июля) кредитах составил 1 / 3, намного превысив доли других отдельных регионов. Основная масса ресурсов была выделена Южной Корее, Таиланду и Индонезии, странам, которые с наибольшей готовностью приняли программы МВФ и ВБ. На эти три страны пришлось около 1 / 5 кредитов ВБ в 1998 финансовом году.

Во - вторых, предоставление срочной помощи в 1998 финансовом году вызвало беспрецедентное увеличение предоставленных кредитов - более чем на 40 % .

В - третьих, объем кредитов, не привязанных к объектам, в 1998 финансовом году составил 39 % их общей суммы против 27 % в предыдущем году. Такой поворот противоречит отмеченной выше традиционной стратегии ВБ, концентрирующим свои усилия на проектном финансировании.

В - четвертых, больший вес ресурсов был направлен на поддержку финансового сектора. По объему выделенных в 1998 финансовом году ресурсов он вышел на первое место. Его фракция составила приблизительно 22 % против 6 % в предыдущем году. Из этого следует, что от кризиса Банк соединяет проблему продукции прежде всего с укреплением финансового рынка и финансовой системы [2].

Деятельность ВБ при преодолении кризиса близко координируется с положением Международного валютного фонда. Последнему принадлежит ведущая часть, и на него направлена острая критика в связи с неудачными попытками преодоления кризиса.

Поскольку преобладающая часть ресурсов ВБ мобилизуется на мировом финансовом рынке путем эмиссии облигаций, стоимость его кредитов определяется конъюнктурой этого рынка. Условия кредитования пересматриваются два раза в год. Получение прибыли

не является основным мотивом в деятельности ВБ. Однако он неизменно сводит свой баланс с прибылью. Это для многих стран значительно ниже, чем по банковским кредитам. В отличие от кредитов коммерческих банков ВБ устанавливает спред независимо от платежеспособности заемщиков. Кредиты предоставляются на срок от 12 до 20 лет, льготный период – 3 - 5 лет, что превышает сроки банковских и экспортных кредитов [1].

Россия занимает одно из первых мест среди стран - получателей кредитов ВБ. За 1993 / 1998 финансовые годы России было выделено средств на сумму в 9,8 млрд. долл., из них получено 5,4 млрд. долл. До 1996, Россия медленно справлялась с кредитами ВБ и для этого, уголовные санкции были причинены; тогда этот процесс был ускорен. Большая часть кредитов ВБ России имеет инвестиционный характер. Однако, согласно управлению Банком, много средств были размещены для покрывающего бюджетного дефицита (кредиты бюджетозамещающие). Такая форма кредитования не приоритет для ВБ и не рекомендуется с управлением. С 1999 финансового года Банк намерен свести бюджетозамещающие кредиты на нет, сосредоточив усилия на проектном финансировании. В связи с финансовым кризисом с августа 1998 г. у России возникли трудности с получением очередных траншей займа на структурную адаптацию. Его реализация имеет вызванный характер и зависит от одобрения Международного валютного фонда экономической программы.

Список использованной литературы

1. Бородулин Л.П., Кудряшова И.А. Международные экономические организации: Учебное пособие. – М.: «Экономистъ», 2011.
2. Тихомирова Е.В. «Актуальные проблемы банковской системы и финансовых рынков». учебное пособие / Санкт - Петербург, 2016.

© Л.А.Гаджимурадова, 2017

УДК 336.4

Л.А. Гаджимурадова
ст. преподаватель кафедры «Финансы и кредит - 1»
ДГУНХ
Г. Махачкала, Российская Федерация

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО КРЕДИТА В РЕГУЛИРОВАНИИ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Государство, как правило, недооценивает или переоценивает роль международного кредита в развитии национальной экономики. Поэтому необходимо четко понимать сущность международных кредитных отношений, чтобы избежать диспропорций между внутренними и внешними источниками финансирования экономики. В международных экономических отношениях любого государства существенное значение имеют кредитные отношения. Международное заимствование и кредитование стало результатом развития, с одной стороны, внутреннего кредитного рынка наиболее развитых стран мира, а с другой

ответом на потребность финансирования международной торговли. На межгосударственном уровне потребность в кредитовании возникает в связи с необходимостью покрытия отрицательных сальдо международных расчетов.

Международный кредит - движение ссудного капитала в сфере международных экономических отношений, связанное с предоставлением валютных и товарных ресурсов на условиях возвратности, срочности и уплаты процента. В качестве кредиторов и заемщиков выступают частные предприятия (банки, фирмы), государственные учреждения, правительства, международные и региональные валютно - кредитные и финансовые организации [2, с.208].

Структура государственного кредита образуется из различных взаимосвязанных компонентов и видов. В зависимости от статуса заемщика различают, такие виды государственных кредитов, как централизованный и децентрализованный государственный кредит. В первом случае государственные ценные бумаги выпускаются правительством (Министерством финансов), во втором - местными органами власти. Местные займы являются важной составной финансов регионального самоуправления. Они позволяют мобилизовать временно свободные денежные средства для нужд развития конкретных регионов. Децентрализованный государственный кредит и местные займы в перспективе могут стать важным финансовым инструментом развития народного хозяйства.

В зависимости от места размещения различают такие формы государственных кредитов, как внутренние государственные займы (размещаются в данном государстве в национальной валюте) и внешние займы (размещаются за рубежом в иностранной валюте).

Однако в процессе размещения внутренних государственных займов могут принимать активное участие и нерезиденты. Либерализация порядка инвестирования средств нерезидентов на рынок государственных ценных бумаг расширяет его финансовые возможности.

Основная доля государственных расходов осуществляется в национальной валюте, поэтому преимущественное развитие получает внутренний государственный кредит. Но широкое международное разделение труда, обмен технологиями и научно - техническими идеями, оказание финансовой помощи иностранным государствам - все это обуславливает интенсивное развитие международного государственного кредита, осуществляемого в иностранной валюте. В систему государственных кредитных отношений включается, также условный государственный кредит, когда государство выступает в роли гаранта по кредитам, предоставляемым иностранным заемщикам, местным органам власти, государственным объединениям и т.п [1, с.15].

Позитивная роль международного кредита заключается в ускорении развития производительных сил путем обеспечения непрерывности процесса воспроизводства и его расширения. При этом проявляется их взаимосвязь. Международный кредит играет роль связующего звена и передаточного механизма, воздействующих на внешнеэкономические отношения и в конечном счете на воспроизводство. Будучи продуктом роста производства, международный кредит одновременно является его необходимым условием и катализатором. Он способствует интернационализации производства и обмена, образованию и развитию мирового рынка, углубляя международное разделение труда.

Международный кредит усиливает диспропорции общественного воспроизводства, облегчая развитие наиболее прибыльных отраслей и задерживая развитие отраслей, в

которые не привлекается иностранный капитал. Международный кредит - орудие конкурентной борьбы стран за рынки сбыта, сферы приложения капитала, источники сырья, за превосходство в решающих областях научно - технического прогресса.

Список использованной литературы

1. Оленникова А.В., Полова И.В. «Современное состояние банковского кредитования инвестиционной деятельности в Российской Федерации». В книге: IV Международная научно - практическая конференция «актуальные проблемы экономики и финансов» Сборник тезисов научных работ. Финансово - экономический научный совет. 2015. С. 10 - 15.

2. Финансы, деньги, кредит: учебное пособие / Е. Г. Чернова, [и др.], ред. Е. Г. Чернова. - М.: Проспект, 2012. - 208 с.

© Л.А.Гаджимурадова, 2017

УДК 338.43

В.И. Гайдук

д.э.н., профессор

Т.В. Андреева

магистрант

Кубанский государственный аграрный университет
г. Краснодар, Российская Федерация

ИНВЕСТИЦИИ В ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

В 2015 г. впервые в Государственной программе развития сельского хозяйства были выделены приоритеты, направленные на импортозамещение.

Импортозамещение – это процесс на уровне национальной экономики, при котором обеспечивается выпуск необходимых внутреннему потребителю товаров силами производителей, ведущих деятельность внутри страны [4].

За последние десятилетия Россия утратила передовые позиции по объёмам производства норки, ее доля в мире составляет менее 5 % . Собственное производство шкурок пока удовлетворяет внутренний рынок России лишь на 25 % . Эксперты отмечают, что сегодня для создания предпосылок восстановления и развития отрасли пушного звероводства хотя бы в пределах размера внутреннего спроса, необходимо создание экономических и технологических условий [1, 2, 3].

В связи с вышеизложенным считаем целесообразным предложить инновационный проект создания мини – фермы по разведению норки для ЗАО племзверосовхоз «Северинский», которое расположено в северо - восточной части Тбилисского района в 2 км от районного центра станицы Тбилисской и в 125 км от краевого центра города Краснодара.

В рамках данного проекта предполагается осуществить реорганизацию и восстановление имеющихся на территории ЗАО племзверосовхоз «Северинский» объектов

основных средств, необходимых для выращивания норок, приобрести и ввести в эксплуатацию технологическое оборудование, а также осуществить покупку высокопродуктивных особей. Для реализации данного проекта необходимо закупить 400 особей норок, из которых 100 особей самок, 50 особей самцов и 250 особей молодняка. На вновь созданной звероферме зверей будут содержать в индивидуальных клетках, размещаемых в шедях. Основные строительные - монтажные работы по обозначенным производственным объектам недвижимости будут осуществлять строительные организации Краснодарского края.

В рамках реализации проекта планируется увеличить производственные мощности ЗАО племзверосовхоз «Северинский» посредством следующих мероприятий:

1. Модернизации имеющихся зданий.
2. Строительства навесов.
3. Приобретения и монтажа основного технологического оборудования.
4. Приобретения и монтажа вспомогательного оборудования.
5. Приобретения стада высокопроизводительных особей норок.

Далее рассмотрим текущие затраты проекта, приведенные в таблице 1.

Таблица 1 – Текущие затраты, тыс. руб.

Статьи затрат	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020г	2021г	2022 г.
Оплата труда с начислениями	1 361	1 361	1 550	1 550	1 550	1 550
Корм	2300	2415	2507	2535, 7	2611, 8	2690,1
Водоснабжение, электрификация	950	997,5	1092,5	1077, 3	1131, 1	1187,7
Канализация	195	212	230	245	242	107
Амортизация	1 225	1 225	1 225	1 225	1 225	120
Маркетинговые затраты	115	115	125	135	115	115
Совокупные затраты	6 146	6 326	6 875	6 875	6 875	5 770

Из таблицы 1 видно, что текущие затраты предприятия в 2017 году составят 6146 тыс. руб. и будут увеличиваться по мере роста объемов производства и персонала и в 2020 году составят уже 6875 тыс. руб. Основную часть затрат составляют: затраты на корма – 2300 тыс. руб. и затраты на заработную плату основного и вспомогательного персонала – 1361 тыс. руб. в 2017 году.

К 2022 году выручка ЗАО племзверосовхоз «Северинский» увеличится до 10500 тыс. руб. (на 42,8 %), а чистая прибыль предприятие достигнет 3576 тыс. руб.

Денежный поток от операционной деятельности в 2017 году составит 1221 тыс. руб., а к 2022 году увеличится до 3696 тыс. руб. Положительная тенденция также наблюдается и в движении денежных потоков от инвестиционной деятельности.

Чистый денежный поток в период 2017 - 2022 гг. будет иметь положительную тенденцию, и к 2022 году увеличится до 9228 тыс. руб.

Чистая приведенная стоимость(NPV) проекта составит 10975 тыс. руб.;

Внутренняя норма доходности(IRR) проекта будет 50,8 % ,

Дисконтированный срок окупаемости составит 2,7 года.

Таким образом, проведенный анализ, дает нам возможность признать предлагаемый проект эффективным, жизнеспособным и целесообразным для внедрения в ЗАО «Северинский».

Для более полной оценки эффективности проекта проведем анализ чувствительности проекта, с целью определить чувствительность основных показателей эффективности проекта при изменении цены реализации.

Анализ чувствительности проекта показал, что при уменьшении цен на реализуемую продукцию на 15 % дисконтированный срок окупаемости проекта возрастает в 0,7 раза, а суммарная чистая прибыль сократится до 4849 тыс. руб. Внутренняя норма рентабельности проекта, при снижении цены на продукцию на 15 % сократится до 34,2 % .

При увеличении цены на реализуемый продукт на 10 % , чистая приведенная стоимость проекта увеличится практически в 1,5 раза, а дисконтированный срок окупаемости проекта сократится до 2 - х лет.

Анализ экономической эффективности свидетельствует о целесообразности вложения средств в проект, отличающийся средней степенью рискованности.

Реализация инвестиционного проекта «Создание мини - фермы по выращиванию норок на территории ЗАО племзверосовхоз «Северинский» в ст. Тбилисской Тбилисского района» позволит:

1. увеличить прибыль организации;
2. обеспечить возврат заёмных средств в полном объёме;
3. производить высококачественную конкурентоспособную продукцию;
4. обеспечить дополнительно 13 рабочих мест;
5. обеспечить поступление налоговых платежей в бюджеты всех уровней;
6. способствовать развитию звероводческого комплекса Краснодарского края.

Список использованной литературы:

1. Гайдук В. И. Эффективность государственной поддержки животноводства на Кубани [Текст] / В.И. Гайдук // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2001. – № 4. – С. 16–19.

2. Гайдук В. И. Регулирование инвестиционной деятельности в АПК региона [Текст] / В.И. Гайдук // Аграрная наука. – 2000. – № 11. – С. 11 - 12.

3. Олечкин, В.Ф. Конкурентоспособность производства продукции животноводства [Текст] / В.Ф. Олечкин, В.И. Гайдук // – Краснодар: ЦНТИ, 2000. – 120 с.

4. Трубилин, А.И. Подготовка кадров – важнейшее звено импортозамещения / А.И. Трубилин, Т.Н. Полутина, В.И. Гайдук // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2016. – №03(117). – С. 974 – 986.

© В.И. Гайдук, 2017

© Т.В. Андреева, 2017

Меняйлов А.А.

к.и.н., старший преподаватель
кафедры туризма и гостиничного дела
Института сервиса, туризма и дизайна (филиал)
ФГАОУ ВО «СКФУ», г. Пятигорск

Гильдемастер Н.С.

студентка 4 курса направления 43.03.03 «Гостиничное дело»
Института сервиса, туризма и дизайна (филиал)
ФГАОУ ВО «СКФУ», г. Пятигорск

АНИМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ НА РОССИЙСКИХ КУРОРТАХ

Сфера услуг не стоит на месте и постоянно развивается. На сегодняшний день менеджеры предприятий сферы услуг ведут активную деятельность по привлечению клиентов с целью получения наибольшей прибыли. Отдых в Турции и Египте в последнее время стал недоступным для российских туристов, следовательно, наши соотечественники делают выбор в пользу Крыма, черноморского побережья и Кавказских минеральных вод. Многие гостиничные комплексы, а также предприятия по оказанию услуг питания на этих курортах чаще стали использовать анимационную деятельность для разнообразия досуга своих гостей. Несмотря на это, уровень привлечения досуговых мероприятий в программу отдыха на российских курортах достаточно невысок, этим обосновывается проблема исследования.

Проблема внедрения анимационной деятельности в досуг туристов практически не изучена, только в последнее время менеджеры наших предприятий сферы услуг стали перенимать зарубежный опыт, что и определяет актуальность темы.

Для того чтобы лучше понимать о чем пойдет речь далее, мы предлагаем рассмотреть понятие «анимация». Термин имеет латинское происхождение (anima - ветер, воздух, душа; animatus - одушевление) и означает воодушевление, одухотворение, стимулирование жизненных сил, вовлечение в активность. Термин "анимация" появился впервые в начале XX в. во Франции в связи с введением закона о создании различных ассоциаций и трактовался как деятельность, направленная на то, чтобы провоцировать и усиливать живой интерес к культуре, художественному творчеству.

В ходе работы были проведены опросы гостей предприятий сферы услуг, а также изучены статистические данные по проблеме, опубликованные в сети Интернет.

Для продвижения услуг используются различные способы: реклама, пиар, участие в благотворительных мероприятиях, проведение различных акций, анимация в сфере услуг может стать эффективным способом развития российских курортов, это определяет новизну исследования. Практическая значимость работы заключается в возможности использовать материал исследования на лекциях по изучению гостиничного хозяйства.

Анимационная (или досуговая) деятельность человека, прежде всего связана с рекреацией (от англ. recreation - восстановление сил). В толковом словаре туристских терминов понятие «рекреация» определяется как «расширенное воспроизводство сил

человека (физических, интеллектуальных и эмоциональных)». Энциклопедия туриста определяет рекреацию как «восстановление и развитие физических и духовных сил человека посредством отдыха, в том числе занятий туризмом».

От организации досуга населения зависит морально - психологический климат в обществе, его культурный уровень, физическое и нравственное здоровье.

Досуг можно определить, как средство восстановления сил человека в процессе его деятельности; т.е. досуг является частью отдыха, поскольку не включает в себя время на сон и другие непреложные затраты, которые можно назвать отдыхом.

Досуг (определение) – это сфера свободного, нерегламентированного поведения человека, возможность выбора досуговых занятий и в то же время стройность, целенаправленность самого процесса досуга, охватывающего искусство, игру, общение, развлечения, художественное творчество и т.д.

Культурно - досуговая деятельность – целенаправленный процесс создания условий для мотивированного выбора личностью предметной деятельности, или как перцептивно - коммуникативный процесс, определяемый ее потребностями и интересами, способствующий усвоению, сохранению, производству и распространению духовных и материальных ценностей в сфере досуга.

Анимация представляет собой целостный процесс взаимодействия аниматоров с людьми в досуговой сфере на основе соединения формального руководства и неформального лидерства специалиста, осуществляющего взаимодействие. В результате такого взаимодействия удовлетворяются релаксационно - оздоровительные, культурно - творческие, образовательные потребности и интересы участников данного процесса, создаются условия для формирования социально активной личности, способной к преобразованию окружающей действительности и себя в ней.

Анимация имеет характерные черты: осуществляется в свободное время; отличается свободой выбора, добровольностью, активностью, инициативой как одного человека, так и различных социальных групп; обусловлена национальными, религиозными, региональными особенностями и традициями; характеризуется многообразием видов на базе различных интересов взрослых, молодежи и детей; отличается глубокой индивидуальностью; носит гуманистический, культурологический, развивающий, оздоровительный и воспитательный характер.

Для того чтобы в полной мере понять сущность анимационной деятельности, необходимо рассмотреть содержание, цели и задачи анимационного процесса, так как каждая анимационная услуга представляет особый процесс деятельности, суть которого обусловлена конкретными закономерностями (тематичностью, эмоциональностью, активностью, целеустремленностью и т. д.).

В ходе анимационного процесса аниматор помогает людям:

- увидеть объекты действия, способствующие зрительному восприятию определенной заданной темы (первая задача);
- услышать необходимую информацию или, например, музыкальное сопровождение, дополняющее увиденное (вторая задача);
- попробовать сделать подобное самому (третья задача);
- ощутить сопричастность к происходящему процессу (четвертая задача);
- приобщиться к процессу, овладеть практическими навыками (пятая задача).

Анализ сущности анимационной деятельности отражает наличие взаимодействия в ней различных элементов, определяющих три своеобразных уровня, которые можно классифицировать как: творческий - преобладание творческих моментов в деятельности; репродуктивный - простое воспроизведение готовых, отработанных ранее форм и способов; репродуктивно - творческий - открытие человеком для себя того нового, что объективно новым не является.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что досуг играет большую роль в восстановлении сил человека, так как заполняя развлечениями и другими мероприятиями часть своего свободного времени, человек восстанавливает себя как трудовая единица. Также досуг оказывает большое влияние на развитие детей, это связано с тем, что многие навыки у ребенка начинают развиваться в среде общения со сверстниками в неформальной обстановке.

Изучив статистики, приведенные Ассоциацией туроператоров России (АТОР), можно сделать вывод, что Российский рынок туризма в последнее время стал активно развиваться, и страны ближнего зарубежья стали вести активную деятельность по привлечению туристов.

События уходящего года оказались для российского внутреннего туризма в целом положительными. Ослабление курса рубля, ухудшение отношений с популярными туристическими странами, в том числе и политическое, — все это вынуждает россиян откладывать зарубежные поездки и искать варианты внутри страны.

Так, на эти новогодние каникулы в числе самых популярных мест наравне с прошлогодними арабскими пляжами оказались Великий Устюг, Москва, Санкт - Петербург.

В итоге в 2015 году Ростуризм прогнозирует рост внутреннего туризма на 30 % . Такие же цифры ведомство ожидает по результатам уже 2016 года. И в целом для этого есть все предпосылки. Например, как рассказали «Газете.Ру» представители туроператора «Алеан», спрос на раннее бронирование российских курортов в будущем году вырос вдвое. По словам PR - директора компании Елены Захаровой, в числе самых популярных направлений — курорты Краснодарского края, Крым, санаторно - курортное лечение в кавказских здравницах. Также, по ее словам, растет интерес к экскурсионным программам в Москве и Санкт - Петербурге, Великом Устюге, Казани, Калининграде, в городах Золотого кольца.

Но есть и нюансы: неизвестно, смогут ли отечественные курорты выдержать количество желающих приехать.

Как поясняет директор по развитию OneTwoTrip Аркадий Гинес, еще летом 2015 года, когда не было никаких ограничений на посещение Турции и Египта, места размещения в Сочи и Крыму были переполнены. «Пока России мешает неразвитость инфраструктуры: в одной Анталье в два раза больше отелей, чем в Сочи, и в четыре раза — чем во всем Крыму», — отмечает он.

Путешественники могут столкнуться и с тем, что стоимость рублевого отдыха может быть ненамного дешевле иностранного. Цены как на перевозку внутри России, так и на проживание в отечественных местах размещения пока соответствуют зарубежным. Гостиницы и хостелы соотносят свои цены не только с инфляцией, но и с ростом спроса.

Поэтому те, кому не досталось места на раскрученных отечественных курортах, поедут либо в менее популярные регионы, либо все - таки будут искать впечатления за границей.

Но совсем далеко за отдыхом ехать не придется. Из - за сложной экономической ситуации определяющим фактором для выбора направления продолжит оставаться цена, а также комфортность перелета. Россияне станут уделять больше внимания удобству оформления своего отпуска, а также и визовому «гостеприимству» зарубежной страны.

Кризис и закрытие двух самых популярных зарубежных стран, Турции и Египта, поменяли планы россиян на Новый год.

Поэтому в новом 2016 году, по мнению экспертов, будут популярны те страны, которые уже начали активно завоевывать российских путешественников в 2015 году. «В этом году больше всех помимо Крыма и курортов Краснодарского края выиграли Грузия и Черногория — именно эти две страны показали самый большой рост», — рассказывает Гинес. В пользу последней говорит и статистика Ростуризма: за первые девять месяцев 2015 года при общем падении выездного турпотока на 31 % (к аналогичному периоду прошлого года) количество путевок на черногорские курорты сократилось всего на 6 % , до 220 тыс.

Турпоток по Грузии в то же время постоянно рос: по данным Ассоциации туроператоров России (АТОР), за тот же период россияне посещали страну на 14 % активнее, чем годом ранее.

Данный тренд держался в течение всего года, соглашается представитель туристического метапоиска momondo в России Ирина Рябовол. «Грузия смогла подобраться вплотную к десятке самых популярных новогодних направлений в 2015 году — она оказалась на 11 - й строчке, хотя в прошлом году была лишь на 18 - м месте», — говорит она. По ее мнению, в 2016 году такая тенденция продолжится, причем помимо Грузии россияне будут намного чаще присматриваться к отдыху в Азербайджане и Армении.

По итогам первых трех кварталов 2015 года фактический турпоток в Таиланд продемонстрировал существенное падение: вместо 915 тыс. за аналогичный период 2014 года число совершенных россиянами поездок составило только 464 тыс., что на 49 % меньше. Из них на туризм пришлось 313 тыс. путешествий, что оказалось на 52 % меньше.

Тем не менее мечтающих посетить тайские пляжи меньше не стало. Результаты последних месяцев 2015 года могут оказаться весьма позитивными, ведь закрытие Турции и Египта уже привлекло на тайские курорты российских отдыхающих. Помимо этого, как следует из статистики сервисов по продаже билетов, круглогодичные курорты Таиланда интересны и стабильной ценой на авиаперевозку, которая осталась в диапазоне 31–34 тыс. руб.

По данным АТОР, в ноябре доля запросов туристов и агентств на Таиланд от общего их числа составила рекордные 20,7 % . «Это на 4,1 % больше, чем в ноябре 2014 года, и на 8,3 % больше, чем в октябре 2015 года», — сообщается на сайте организации. В целом спрос и количество запросов на Таиланд у самостоятельных путешественников в 2015 году вырос на 9 % , сообщила «Газете.Ru» представитель Momondo Ирина Рябовол.

Туроператоры начали подготовку к следующему летнему сезону. Закрытые Турцию и Египет должны заменить Греция и курорты Краснодарского края.

На этот Новый год, несмотря на падение турпотока, Таиланд в числе лидеров. По данным сервиса, эта страна занимает второе место по популярности среди праздничных зимних направлений.

В 2016 году поисковики также отмечают рост популярности этой азиатской страны.

Согласно статистике OneTwoTrip, в январе и начале февраля 2016 года продажи авиабилетов до Таиланда в целом выросли на 38 %, а отдельно до Пхукета — на целых 102 %.

Учитывая общее число выезжающих за рубеж путешественников из России (по итогам девяти месяцев — почти 10 млн), целый ряд стран уже вступили в борьбу за российского туриста, для которого в этом году закрылась пятая часть выездного рынка. Рекламные расходы, скидки и спецпредложения могут значительно повлиять на предпочтения россиян.

О подобных планах, например, уже объявила Болгария, которая приняла решение с 1 января снизить цену визы для россиян более чем в три раза — с €35 до €10. Вместе с этим власти страны пообещали, что этот туристический сезон будет «свободным от дактилоскопии».

К рекламным гонкам присоединился и Израиль, туротрасль которого пообещала подготовить ассортимент отелей по системе all inclusive специально для российских туристов. Пока такой сервис действует в основном в Эйлате, но, по сообщениям местного минтуризма, работать с ним стали и столичные отели.

Тунис, в свою очередь, разрабатывает программу по финансовой поддержке российских туроператоров, реализующих туры на местные курорты».

Проведя анализ популярных сайтов онлайн - бронирования, авторы приходят к выводу, что на сегодняшний день из российских курортов пользуются популярностью Крым, Черноморское побережье и Кавказские минеральные воды. Этот факт требует развития наших курортов, чтобы туристы себя чувствовали не хуже, чем на отдыхе за границей, досуг их был полон и разнообразен.

Каждой группе отдыхающих можно было бы предложить разнообразить досуг во время отдыха. Сейчас в большинстве гостиниц и отелей могут предложить отдых в бассейне, детскую площадку, небольшую парковую зону для отдыха, но эти услуги не всегда в комплексе: в одном отеле есть детская площадка, в другом – бассейн и т.д. После закрытия доступа на некоторые зарубежные курорты для россиян, многие сделали выбор в пользу отечественного отдыха, и главной проблемой для этих туристов стало отсутствие анимации в отелях для детей. Связано это, прежде всего, с тем, что российские курорты не оказались готовы к большому потоку туристов, которые уже побывали за границей и им есть с чем сравнивать. Наши отели и гостиничные комплексы не смогли вовремя проявить клиентоориентированность и предложить новые услуги.

В чем же заключаются основные проблемы в развитии анимационной деятельности на курортах? На этот вопрос можно ответить, углубившись в историю, ведь в советские времена существовало большое количество детских лагерей, на базе которых дети активно отдыхали, знакомились с местной природой и ландшафтами. В советских санаториях и для взрослых были способы времяпрепровождения. После распада Союза, большинство санаториев закрылись из-за отсутствия финансирования, так как они были при финансовой поддержке государства, следовательно, затишье в развитии курортов.

В настоящее время большинство отелей и гостиниц находятся в частных руках, только некоторые военные санатории имеют помощь от государства, туристический бизнес стал приносить доход и учредители гонятся только лишь за получением большей прибыли. В связи с вышесказанным, можно предположить, что отсутствие развития анимации на российских курортах связано, прежде всего, с отсутствием вложений в развитие своего отеля учредителем, так как он при строительстве и открытии нового отеля вкладывает достаточно большой капитал, а далее желает только получать прибыль. Встречаются и исключения, те директора, которые более - менее осведомлены и пытаются идти в ногу со временем, разумеется, открывают досуговую службу на туристских предприятиях, привлекают опытный персонал и тем самым привлекают новых гостей.

Еще одной проблемой внедрения анимации на российских курортах является отсутствие опытного персонала в данной области, это связано с тем, что данная услуга стала развиваться относительно недавно. Хороший пример для подражания это Турция, русские туристы многие уже там побывали и были бы рады, если бы такое же гостеприимство и разнообразие досуга преобладало на наших курортах.

Таким образом, можно сделать вывод, что анимационная деятельность на российских курортах может стать эффективным способом развития курортов и региона в целом. В ходе исследования гипотеза о том, что разнообразие досуга отдыхающих положительно влияет на клиентские базы предприятий сферы услуг, подтвердилась, так как если интересно отдыхать, то гости возвращаются и рекомендуют предприятие своим друзьям и знакомым. При выборе места для отдыха для туриста играет большую роль анимация, так как отдых за границей многим показал, что разнообразие досуга положительно влияет не только на восстановление сил человека, но и отдых в целом.

Для полноценного решения развития сферы услуг путем анимационной деятельности, нужно развивать ее как дисциплину и изучать в учебных заведениях, которые выпускают специалистов с туристической направленностью. Также следует внести курс дисциплины при переподготовке кадров на курсах повышения квалификации. Зарубежный опыт может стать хорошей базой для осуществления развития анимации в России.

В ходе работы были выполнены поставленные цели и задачи, но для полноценного раскрытия проблемы автор считает целесообразным продолжить работу по данной теме, это поможет создать ряд предложений по развитию досуга туристов для отелей своего региона.

Список использованной литературы:

1. Меняйлов А.А., Рыкун Г.Н. Исторические предпосылки формирования туристского кластера на Северном Кавказе во второй половине XX века / А.А. Меняйлов // Новая наука: теоретический и практический взгляд – 2016. - С. 108 - 110.
2. Меняйлов, А.А. Финансовый капитал в развитии туристкой отрасли Северного Кавказа в начале XX века / А.А. Меняйлов // Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем. – 2016. - С. 32 - 36.
3. Меняйлов, А.А. Туризм как фактор экономической интеграции и глобализации / А.А. Меняйлов // Новая наука: история становления, современное состояние, перспективы развития. – 2016. – С. 79 - 81.

4. Меняйлов, А.А. Развитие промышленности в Советском Союзе в начале XX века (коллективная монография) / А.А. Меняйлов // Закономерности и тенденции формирования системы финансово - кредитных отношений. – 2016 – С. 88 – 100.

© А.А. Меняйлов, 2017

© Н.С. Гильдемастер, 2017

УДК 336.774.3:005.334

Заринова И.Р

Проф., к.э.н. кафедры «Финансы и кредит»

Уфимский государственный нефтяной технический университет

Говорищева А.С.

студентка 1 курса факультета института экономики и сервиса

Уфимский государственный нефтяной технический университет

Г. Уфа, Российская Федерация

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРИМЕНЕНИЯ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в статье раскрывается возрастающее как никогда раньше в условиях рыночной экономики значение финансового планирования, которое является главной и неотъемлемой частью общей системы планирования деятельности предприятия.

Ключевые слова: финансовое планирование, бюджетирование, задачи финансового планирования.

Составление бюджетов является неотъемлемым элементом общего процесса планирования, а не только его финансовой части. Механизм бюджетного планирования доходов и расходов целесообразно внедрять для обеспечения экономии денежных средств, большей оперативности в управлении этими средствами, снижения непроизводительных расходов и потерь, а также для повышения достоверности плановых показателей (в целях налогового планирования).

Бюджет – роспись (смета) относящихся к определенному временному периоду предстоящих доходов и расходов (затрат) в терминах стоимостных оценок; условный термин в системе управленческого учета, означающий процедуру согласования притоков и оттоков некоторого ресурса (актива) или изменения некоторого показателя (например, бюджет прямых затрат сырья и материалов, бюджет производства, бюджет переменных накладных расходов и т.д.) [2].

Необходимо иметь четкое различие между понятием «план» и «бюджет». Под планом понимается более широкий спектр действий, направленных на достижение поставленных целей. Бюджет – более «узкое» понятие, подразумевающее количественное представление плана действий, причем, как правило, в стоимостном выражении [4].

Бюджетирование – процесс разработки конкретных бюджетов в соответствии с целями оперативного планирования (например, платежный баланс на предстоящий месяц).

Планирование текущей деятельности состоит в построении генерального бюджета, представляющего собой систему взаимосвязанных между собой бюджетов, охватывающих весь денежный оборот предприятия и включающих в себя: бюджет продаж; бюджет производства; бюджет прямых затрат сырья и материалов; бюджет прямых затрат труда;

бюджет участия наемных работников в прибыли; бюджет переменных накладных расходов; бюджет запасов сырья, готовой продукции; бюджет общепроизводственных расходов; бюджет себестоимости реализованной продукции.

Построение прогнозной отчетности в рамках бюджетного планирования текущей деятельности или на более длительную перспективу является неотъемлемой функцией финансовой службы любого предприятия. Эта отчетность может использоваться для различных целей: как ориентир для контроля текущей деятельности, при прогнозировании степени удовлетворительности структуры баланса и т. п. При этом успешное выполнение оптимальных финансовых планов обеспечивает устойчивое финансовое положение предприятия, которое является залогом его эффективного функционирования.

Если бюджетирования выполняется добросовестно и эффективно в период, предшествующий составлению бюджетов, во время их составления и после этого, то это приносит многочисленные выгоды, как организации, так и её сотрудникам. [1]. Рассмотрим преимущества бюджетирования (Таблица 1)

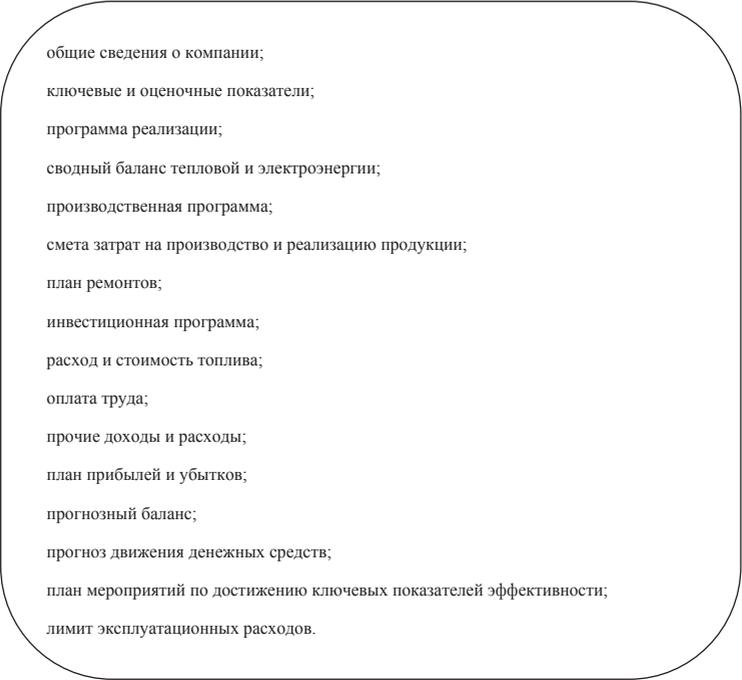
Таблица 1. Преимущества бюджетирования

1. Побуждает к планированию.	Начальная стадия составления бюджетов действительно побуждает сотрудников, подразделения и предприятия смотреть вперед и планировать, учитывать все обстоятельства, рассчитывая вероятные доходы, определяя вероятные расходы. Естественно, что такое предварительное планирование является преимуществом, потому что, оно заранее помогает определить жизнеспособность различных видов деятельности, их вероятные последствия, состояние денежных средств, возможные прибыли и убытки.
2. Выполняет координирующую роль	Составление вариантов различных бюджетов, а затем сведение их в единый основной бюджет может помочь скоординировать действия сотрудников и подразделений внутри предприятия
3. Выполняет организующую роль.	Во многих отношениях бюджетирование, можно сказать, выполняет организующую роль для работы отдельных сотрудников и подразделений и для предприятия в целом, устанавливая рамки, в пределах которых следует работать, определяя направления деятельности.
4. Способствует инициативе.	Бюджетирование может побуждать людей работать старательнее и делать работу лучше. По сути бюджеты устанавливают требуемые стандарты и в результате превращаются в цели, которых нужно достичь, чтобы получить определенный доход, к тому же к определенным датам.
5. Представляет средство контроля.	Более поздние этапы, связанные с соблюдением бюджетов, дают возможность отдельным сотрудникам, подразделениям и предприятию осуществлять более строгий контроль за своей деятельностью (сравнивая плановые показатели и фактические результаты, определяя отклонения и необходимое для этого корректирующие действия).

Для анализа была выбрана территориальная генерирующая компания (ТГК), производственные активы которой характеризуются высоким уровнем промышленного развития, высокой плотностью населения в регионах присутствия и развитой инфраструктурой.

Процесс бюджетирования в Территориальной генерирующей компании формализован – разработаны и утверждены положения и стандарты процесса формирования бюджетов. Формат бюджета представляет фиксированный набор таблиц, показателей, указаний и правил по их заполнению, обеспечивающий функцию бюджетирования и отчета об исполнении. Бюджет составляется в консолидированном виде без детализации по филиалам компании, на год с разбивкой по кварталам и утверждается советом директоров в сентябре - ноябре предшествующего года, в то время как отчет об исполнении годовых бюджетов подлежит рассмотрению в начале года, следующего за годом его исполнения.

Структура бюджета компании включает в себя 16 разделов:



- общие сведения о компании;
- ключевые и оценочные показатели;
- программа реализации;
- сводный баланс тепловой и электроэнергии;
- производственная программа;
- смета затрат на производство и реализацию продукции;
- план ремонтов;
- инвестиционная программа;
- расход и стоимость топлива;
- оплата труда;
- прочие доходы и расходы;
- план прибылей и убытков;
- прогнозный баланс;
- прогноз движения денежных средств;
- план мероприятий по достижению ключевых показателей эффективности;
- лимит эксплуатационных расходов.

Рисунок 1. Структура бюджета компании

С целью анализа организации процесса бюджетирования был проведен анализ основных показателей ее финансово - хозяйственной деятельности. Были рассмотрены все разделы консолидированного бюджета ТГК, однако наибольший интерес представляют два раздела «Программа реализации» и «Смета затрат на производство», так как именно эти бюджеты прямым образом влияют на финансовый результат компании.

«Программа реализации» включает в себя три компонента – объемы реализации, тарифы, выручка. Результирующий показатель программы реализации ограничен

возможностями производственных мощностей компании и утвержденными тарифами на основную продукцию. Бюджет построен таким образом, что компоненты всех трех частей программы идентичны и умножая соответствующую строку по части «объем реализации» и «тариф», результирующим показателем по заданной номенклатуре является «выручка». «Смета затрат на производство» включает затраты на основную и прочую продукцию с разнесением затрат общесистемного характера по видам продукции. Электроэнергетика является материалоемким и фондоемким производством, поэтому основной статьей затрат в структуре себестоимости являются материальные затраты, а именно: топливо на технологические цели – уголь, газ, мазут, что составляет 44 % от итоговой величины затрат. Среди основных групп затрат могут быть отмечены: общезаводские затраты (27 %); расходы по обслуживанию и эксплуатации оборудования, в том числе амортизационные отчисления (14 %); общецеховые затраты (11 %); оплата труда (2 %); вода на технологические цели (1 %).

Было обнаружено, что формирование бюджетов по выручке и себестоимости производимой продукции, планируются в компании более тщательно, нежели статьи бухгалтерского баланса, так как отклонения плановых и фактических значений балансовых статей достигают значительных величин (в среднем 50 - 70 %). Данная картина свидетельствует о неправильном формировании прогнозного баланса, так как возможность резкого изменения финансово - хозяйственной деятельности по сравнению с плановыми значениями, исключается ввиду стабильности и поступательного развития электроэнергетической отрасли за последние три года. Основываясь на проведенном анализе процесса формирования и исполнения бюджета компании, были сформулированы меры, которые способны помочь улучшить эффективность бюджетирования, учитывая при этом особенности и специфику бизнеса и отрасли электроэнергетики РФ.

Принимая во внимание сложность экономического положения в стране, компании важно активно использовать основные методы и мероприятия по антикризисному управлению и рискменеджменту, с целью минимизации основных рисков. Для достижения точности бюджетирования целесообразно перейти к более узкому интервалу – планирование на годовой основе с разбивкой не только по кварталам, но и по месяцам с «веерным» анализом отклонений. Возможно, стоит пересмотреть подход к процессу бюджетирования: представляется обоснованным переход к системе «скользящего» составления бюджетов с применением постатейного метода бюджетирования.

Основываясь на проведенном анализе, можно сделать вывод, что большинство предприятий электро - энергетической отрасли, пересмотрев регламентированный процесс бюджетирования с вышеуказанных позиций, сделают шаг навстречу организации системы процессно - ориентированного бюджетного планирования, концентрируя внимание на системе непрерывно - постатейного бюджета и его взаимосвязи с достижением стратегических целей. Рассмотрев теорию и практику финансового планирования в целом, и бюджетирования в частности, очевидно, что даже идеально построенные бюджеты не смогут решить всех проблем. Однако они будут способны помочь руководителям предприятий понять, в чем эти проблемы заключаются и как максимально быстро и эффективно возможно их преодолеть.

В заключение подчеркнем, что бюджетирование является сложным и трудоемким процессом, требующим соответствующей квалификации персонала, материально -

технического обеспечения, а также решения многих организационных вопросов, с которыми организации периодически сталкиваются при постановке системы бюджетирования. Однако при условии эффективно работающей системы бюджетирования у организации появляется возможность прогнозировать собственные финансовые результаты на несколько отчетных периодов вперед.

Список используемой литературы

1. Комиссаров Г.П., Яшин С.Н. Оценка риска показателей системы мониторинга устойчивости банковского сектора // Финансы и кредит. 2006. № 24. С. 2–8.
2. Мануйленко В.В. Совершенствование системы управления банковскими рисками как основы определения экономического капитала // Банковские технологии. 2010. № 37 (421). С. 18–26.
3. Минеева В.М., Медведева В.А. Перспективы развития конкурентоспособности и качества продукции в условиях рынка // Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы: сборник статей. – Уфа: АЭТЕРНА, 2015. – С.29 - 33.
4. Теория финансов: учебно - методическое пособие для самостоятельной работы магистрантов / Под ред. О.Б. Ивановой, Т.Ф. Романовой, О.И. Карепиной, М.О. Отришко; Рост. гос. эк. универ. (РИНХ). – Ростов - на - Дону, 2013. – 134 с.
5. Бланк И. А. Управление инвестициями предприятия. - К.: Ника - Центр, Эльга, 2013. Б
© А.С. Говорищева, 2017

УДК 330.133.2

Ю.Н. Даниленко

магистрант ЧОУ ВО САФБД

г. Новосибирск, Российская Федерация

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ КОМПАНИИ С ПОМОЩЬЮ РЫНОЧНОГО МУЛЬТИПЛИКАТОРА P / E: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Мультипликатор по своей сути представляет из себя оценочный коэффициент, получаемый путем деления стоимости компаний - аналогов на определенные финансово - экономические показатели.

Мультипликатор «цена / прибыль» (*price - earnings multiple – PE*) – «выражает рыночную стоимость единицы прибыли компании, что позволяет проводить сравнительную оценку инвестиционной привлекательности компаний. Это наиболее широко распространенный коэффициент, и именно им наиболее широко злоупотребляют. Простота этого показателя придает ему привлекательность во многих сферах применения, начиная от оценки первоначально размещаемых акций и кончая вынесением суждений по поводу относительной стоимости» [1, с. 628].

Мультипликатор P / E очень популярен среди аналитиков, так как:

- 1) использует традиционно раскрываемый на сайтах и в презентациях финансовый показатель чистой прибыли;

2) позволяет абстрагироваться от числа акций в обращении и размера компании (с определенной долей условности);

3) не требуется построения прогнозов будущих выгод и рисков их получения;

4) требует минимальных затрат времени на поиск информации и проведение расчетов. Главное требование в области информации — нахождение компаний - аналогов (эталонов) [2].

Асват Дамодаран отмечает, что «мультипликаторы оценивающие стоимость компании, наряду с соотношениями цена к прибыли (P / E), являются наиболее распространёнными инструментами среди аналитиков по таким причинам как, данные мультипликаторы могут быть использованы при сравнении компаний с различным уровнем финансового рычага, так как в действительности долг оказывает значительное влияние на оценку стоимости компании. Другим преимуществом мультипликаторов оценивающих стоимость компании (*Enterprise multiples*) является использование операционного дохода без учета амортизации. Согласно утверждению компании *McKinsey*, операционный доход до вычета амортизации может рассматриваться как наиболее точная характеристика рентабельности, которая в наименьшей степени подвержена манипуляции с финансовой отчетностью» [1, с. 630].

Для расчета мультипликатора «цена - прибыль» в числителе фигурирует рыночная капитализация компании (произведение биржевой цены на количество акций в обращении) или биржевая цена одной акции на анализируемую дату (или как средняя величина по месяцу, году), а в знаменателе – чистая прибыль по стандартам финансового учета и отчетности (например, по МСФО).

Аналитики компании *Value Line* рассчитывают значение P / E как отношение наблюдаемой в текущий момент рыночной капитализации к сумме прибылей за предшествующие анализируемой дате два квартала и последующие два квартала [2].

Если в знаменателе аналитики используют величину прибыли за последний финансовый год или за последние 12 месяцев, следовательно, они получают текущее значение мультипликатора P / E (часто обозначают P_0 / E_0). При расчете форвардного P / E используется значение прогнозной прибыли за год, что является более предпочтительным, по мнению аналитиков (распространенное обозначение P_0 / E_1).

Также «важным моментом при определении значения мультипликатора является понятие «стоимость бизнеса»: в зарубежной литературе под этим понятием подразумевают стоимость инвестированного капитала. В данном случае мультипликатор будет рассчитываться как отношение рыночной стоимости капитала к базе мультипликатора» [3, с. 103].

В отличие от зарубежной литературы и практики, в России под «стоимостью бизнеса» понимается оценка 100 % акций компании. Важно отметить существование различий в принципах бухгалтерского учета в США (GAAP) и в России, что может привести к некорректным результатам оценки. Так, например, «согласно американским стандартам, амортизация не учитывается в себестоимости реализованных товаров, а в Российской отчетности амортизация отображается в сумме себестоимости реализации» [4, с. 71].

Также «особую значимость имеет предпосылка о корректности определения цены на рынке: предполагается, что рынок «правильно» оценил стоимости активов, но допустил некоторые «ошибки» (недооцененные / переоцененные активы), которые должны быть выявлены при помощи мультипликатора. Например, если у фирмы, производящей

программные обеспечения, значение мультипликатора «цена / прибыль» равен 10, в то время как аналогичный мультипликатор остальных фирм сектора равен 25, то акции данной компании недооценены, следовательно, произойдет корректировка в сторону среднего для отрасли показателя» [5, с. 25].

Иногда «такой простой способ расчета мультипликаторов на основе рыночной цены акций (P) может негативно отражаться на их качестве. Адекватная оценка на основе использования мультипликаторов такого вида будет иметь место только в том случае, если компании - аналоги имеют приблизительно одинаковое соотношение собственных и заемных средств в структуре капитала, либо различия в структуре инвестированного капитала учитываются в показателе, лежащем в основе мультипликатора. Иначе, особенно если соотношение собственных и заемных средств оцениваемой компании существенно отличается от среднего по аналогам, существует высокая вероятность получить оценки, смещенные в ту или иную сторону» [6].

Как уже было отмечено выше, использование мультипликаторов является одним из простых методов оценки стоимости компании. Тем не менее, существуют правила их использования, так как любой мультипликатор может быть определен аналитиками по - разному.

Первая проблема, с которой могут столкнуться аналитики – различные способы расчета мультипликаторов. Так, например, «большинство оценщиков определяют мультипликатор P / E как отношение рыночной цены к прибыли на одну акцию. Однако существуют различные методики его расчета. Традиционно в числителе указывается текущая цена, но возможно использование средней цены за последние полгода или год. Также могут различаться значения знаменателя: одни аналитики используют – прибыль на акцию за последний финансовый год (в результате получается текущее значение мультипликатора), другие – прибыль за последние 4 квартала (отслеживающее значение мультипликатора) или ожидаемое значение прибыли на акцию (форвардный P / E)» [1, с. 628]. Как следствие, оценщики получают различное значение мультипликатора.

Более того, аналитики используют полученные результаты в зависимости от своих личных склонностей: в период роста прибыли значение форвардного мультипликатора P / E будет ниже, чем отслеживающего, а значение текущего мультипликатора будет максимальным по сравнению с двумя предыдущими. Таким образом, пессимистично настроенный аналитик будет говорить о завышенном значении мультипликатора P / E, используя его текущее значение, а оптимистично настроенный аналитик будет утверждать о низком значении мультипликатора (при использовании форвардного P / E).

Второй проблемой при определении мультипликатора является согласованность числителя и знаменателя. Числитель мультипликатора может быть представлен значением цены акции компании, характеризующей ценность собственного капитала, или стоимостью собственного долга за вычетом денежных средств (ценность предприятия). В знаменателе может находиться показатель собственного капитала (прибыль на акцию, чистый доход, стоимость собственного капитала) или показатель фирмы (операционный доход, операционный доход за вычетом амортизации, балансовая стоимость собственного капитала компании). При вычислении мультипликатора важно, чтобы числитель и знаменатель отражали один и тот же показатель – ценность собственного капитала или ценность фирмы.

Существенной проблемой анализа компаний по мультипликатору P / E является различие в финансовой политике (разный финансовый рычаг).

Уровень финансового рычага прямо пропорционально влияет на степень финансового риска организации. Чем выше доля заемного капитала в общей сумме долгосрочных

источников финансирования, тем больше сумма процентов к выплате, являющихся, постоянными обязательными расходами и, соответственно, меньше чистая прибыль. Таким образом, чем выше уровень финансового левериджа, тем выше финансовый риск организации [7, с. 51].

Решение, которое используется большинством аналитиков, – переход к мультипликатору P / E без финансового рычага – *multiple «enterprise value / earnings»*, когда в числителе фигурирует оценка всего бизнеса (аналогом наблюдаемой рыночной оценки выступает показатель EV), а в знаменателе – прибыль, доступная всем инвесторам (т.е. чистая прибыль плюс проценты по заемному капиталу).

«Показатель операционной прибыли (или ее аналитический аналог $EBIT$) при этом корректируется на налог на прибыль, таким образом, как если бы компания работала исключительно на собственных средствах (без заемного капитала)» [6].

Несмотря на всю свою простоту, использовать P / E нужно осторожно. Только учитывая перечисленные выше особенности расчета мультипликатора P / E , можно получить адекватную оценку стоимости компании.

Список использованной литературы:

1. Дамодаран А. Инвестиционная оценка: инструменты и методы оценки любых активов. 2 - е изд - е. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. с. 1341.
2. Теплова, Т.В. Инвестиции: учебник / Т. В. Теплова — М. : Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2011. – 724 с.
3. Ронова Г.Н. и др. Оценка стоимости предприятий / Г.Н. Ронова, П.Ю. Королев, А.Н. Осоргин, М.Р. Хаджиев, Д.И. Тишин // Учебно - методический комплекс. М., 2008. 157с.
4. Чиркова Е.В. Как оценить бизнес по аналогии: Пособие по использованию рыночных мультипликаторов / 2 - е изд., испр и доп. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.
5. Грязнова М.А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / А.Г. Грязнова, М.А. Федотова, М.А. Эскиндаров, Т.В. Тазихина, Е.Н. Иванова, О.Н. Щербакова. – М.: ИнтерРеклама, 2003. – 544.
6. Косорукова, И.В. Оценка стоимости ценных бумаг и бизнеса: Учебник / И.В. Косорукова. - М.: МФПУ Синергия, 2016. – 904 с.
7. Волынская О.А. Финансовый менеджмент: учебное пособие. – Новосибирск, СГУПС, 2015. – 146 с.

© Ю.Н. Даниленко, 2017

УДК 331

А.А. Демидович, Студент
Сибирский федеральный университет
И.А. Демидович, Студент
Сибирский федеральный университет
г. Красноярск, Российская Федерация

ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ПО ТРУДУ И ЗАНЯТОСТИ И ЕЕ РОЛЬ В РЕГУЛИРОВАНИИ БЕЗРАБОТИЦЫ

Государственная служба занятости является единой системой органов и учреждений, деятельность которой направлена на обеспечение контроля и надзора в сфере труда,

занятости и альтернативной гражданской службы, оказание государственных услуг в сфере содействия занятости населения и защиты от безработицы, трудовой миграции и урегулирования трудовых споров.

Функции службы занятости:

1. Содействие гражданам в поиске подходящей работы, а работодателям в поиске необходимых работников;

2. Организация мероприятий активной политики занятости, при необходимости профессиональной ориентации, профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации безработных граждан;

3. Осуществление социальных выплат в виде пособия по безработице, стипендии в период обучения по направлению органов службы занятости, оказание материальной и иной помощи безработным гражданам и членам семей безработных, находящимся на их содержании. Услуги, связанные с содействием занятости граждан, предоставляются органами службы занятости бесплатно.

4. Оценка состояния и прогноз развития занятости населения, информирование о положении на рынке труда;

5. Разработка и реализация федеральной, территориальных (краевых, областных, районных, городских) и других целевых программ содействия занятости граждан, находящихся под риском увольнения, а также граждан, особо нуждающихся в социальной защите и испытывающих трудности в поиске работы;

Работу службы занятости возглавляет федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по выработке государственной политики и нормативно - правовому регулированию в сфере труда [1].

Служба занятости осуществляет свою деятельность непосредственно через территориальные органы и государственные учреждения службы занятости и центры занятости населения) во взаимодействии с другими федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, общественными объединениями и иными организациями. Органы службы занятости совместно с органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления разрабатывают и реализуют государственную политику в области содействия полной, продуктивной и свободно избранной занятости населения, включающую:

1. Разработку мер финансово - кредитной, инвестиционной и налоговой политики, направленных на рациональное размещение производительных сил, повышение мобильности трудовых ресурсов, развитие временной и самостоятельной занятости, поощрение применения гибких режимов труда, и других мер, способствующих сохранению и развитию рабочих мест;

2. Правовое регулирование в области занятости на основе соблюдения законных прав, интересов граждан и соответствующих государственных гарантий, направленное на дальнейшее совершенствование законодательства о занятости населения;

3. Совершенствование разработки и реализации федеральной и территориальных программ содействия занятости населения;

4. Создание и развитие инфраструктуры рынка труда;

5. Внедрение эффективных механизмов проведения активной политики занятости населения, включая организацию и проведение специальных мероприятий по профилированию (распределению безработных граждан на группы в зависимости от профиля их предыдущей профессиональной деятельности, уровня образования, пола, возраста и других социально - демографических характеристик в целях оказания им наиболее эффективной помощи в трудоустройстве с учетом складывающейся ситуации на рынке труда) безработных граждан;

6. Оказание социальной поддержки гражданам, признанным в установленном порядке безработными [1].

Для финансирования мероприятий, связанных с разработкой и реализацией государственной политики в сфере труда служба занятости использует выделяемые средства федерального бюджета, средства бюджетов субъектов Российской Федерации, средства бюджетов муниципальных образований (местных бюджетов), средства внебюджетных источников (как дополнительные).

Список использованной литературы:

1. Свободная энциклопедия википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

© А.А. Демидович, И.А. Демидович, 2017

УДК 334

А.А. Демидович

Студент

Сибирский федеральный университет

И.А. Демидович

Студент

Сибирский федеральный университет

г. Красноярск, Российская Федерация

ВЫБОР ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА

Важной частью экономики являются малые предприятия. Они играют важную роль в развитии гармоничной и сбалансированной экономики благодаря гибкости и способности занимать мельчайшие ниши рынка. Малые

предприятия создают новые рабочие места, обеспечивают рынок товарами и услугами, способствуют развитию конкуренции, расширяют налоговую базу. Также малые предприятия являются более инновационными по сравнению с крупными, так как их создание зачастую связано с коммерциализацией новых продуктов и технологий.

Существуют критерии, в соответствии с которыми субъект экономической деятельности относится к малому предприятию. В России данные критерии определены Федеральным законом 209 – ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской

Федерации». Согласно данному закону, к субъектам малого предпринимательства относятся хозяйственные общества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, сельскохозяйственные потребительские кооперативы, крестьянские хозяйства и индивидуальные предприниматели. Среднесписочная численность работников малых предприятий не должна превышать ста человек, доход не должен превышать 800 млн. рублей [1]. Эффективность функционирования и развития любого предприятия, в том числе малого,

определяется рядом условий, среди которых важное значение имеет организационная структура, поэтому выбор организационной структуры предприятия не должен иметь случайный характер. Эффективная организационная структура предприятия должна формироваться с учетом следующих факторов: степень диверсификации, присущая предприятию; географическое размещение; применяемые технологии; динамизм внешней среды; стратегия, реализуемая организацией; отношение к организации со стороны руководителей и сотрудников организации.

Под организационной структурой понимается совокупность способов, посредством которых процесс труда сначала разделяется на отдельные рабочие задачи, а затем достигается координация действий по решению задач [2, с.14].

Существует ряд признаков, отличающих малые предприятия от предприятий других размеров. Малые предприятия характеризуются следующими отличительными особенностями:

- низкое разделение труда, что зачастую является причиной перегруженности работников из-за совмещения большого количества служебных обязанностей;
- непосредственное участие руководителя в производстве;
- практически отсутствует деление на отделы;
- имеют место прямые короткие информационные каналы между работниками;
- между работниками преобладают неформальные отношения;
- работа координируется непосредственно работниками путем прямых согласований [3, с.44];

- недостаток ресурсов для формирования полноценной организационной структуры.

Таким образом, проведенное нами исследование малых предприятий и их специфики позволяет выделить ряд принципов, которыми следует руководствоваться для формирования оптимальной организационной структуры малого предприятия:

- организационная структура малого предприятия должна исключать высоких затрат ресурсов на создание, преобразование, обслуживание;
- организационная структура малого предприятия должна обеспечивать гибкое использование трудовых ресурсов;
- организационная структура малого предприятия должна исключать двойное подчинение и дублирование функций;
- организационная структура малого предприятия должна обладать способностью к быстрому и гибкому ответу на изменения внешней среды;
- организационная структура малого предприятия не быть более сложной, чем это необходимо при имеющемся размере организации;
- организационная структура малого предприятия должна обеспечивать достоверность передаваемой между ее элементами информации;

- организационная структура малого предприятия должна минимизировать затраты ресурсов на бизнес - процессы, протекающих в рамках данной структуры, и их бюрократизацию.

Список использованных источников:

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федер. Закон от 24.07.2007 No 209 - ФЗ ред. от 29.12.2015 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

2. Минцберг, Г. Структура в кулаке. Создание эффективной организации / Г.Минцберг; под общ.ред. Ю. Н. Каптуревского – Санкт - Петербург: Питер, 2004. –512 с.

3. Спиринов, А.В. Совершенствование организационных структур управления машиностроительными предприятиями на основе процессного подхода: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Спиринов Александр Владимирович / – Красноярск, 2005. – 169 с.

© А.А. Демидович, И.А. Демидович, 2017

УДК 339

А.А. Демидович

Студент

Сибирский федеральный университет

И.А. Демидович

Студент

Сибирский федеральный университет

г. Красноярск, Российская Федерация

МЕРЧАНДАЙЗИНГ В СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВЛЕ

Мерчандайзинг является сравнительно новым способом коммуникации с потребителем в маркетинге. В наше время традиционный продавец заменен инструментами мерчандайзинга[1]. Именно приемы присущие мерчандайзингу, образуют канал невербальной коммуникации, выстроенный искусным образом, который привлекает внимание покупателей к товарам в местах продажи. Под словом «мерчандайзинг» принято понимать все, что способствует созданию в торговой зале наилучшей атмосферы, условий для контакта потребителя и продукции[2]. Конечно, здесь нельзя обойтись без принятия во внимание психологических особенностей потребителей.

Мерчандайзинг преследует сразу несколько целей:

1. Увеличить объем продаж[2].
2. Способствовать созданию преимуществ отдельных марок по сравнению с конкурирующими аналогами[2].
3. Заручиться лояльностью как можно большего числа новых потребителей и сохранить свои позиции в среди старых покупателей.
4. Привлечь внимания к новым продуктам[3].
5. Закрепить в потребительском сознании отличительные черты брендов.
6. Обеспечить потребителя необходимой информацией о товаре[3].

В первую же очередь мерчандайзинг призван выставить товар в выгодном свете, сделать его привлекательным для потребителя, способствовать принятию решения о покупке[1].

Также, хотелось бы упомянуть о некоторых моментах, которые являются неотъемлемой частью мерчандайзинг:

1. Поддержание необходимого запаса товаров в торговой точке и обеспечение его присутствия на витринах[2].

2. Организация торговой площади и ее снабжение продукцией POSC материалами.

3. Организация эффективной выкладки товара на витринах в точке реализации[3].

Прежде всего создается сбалансированный запас, который также можно назвать эффективным. Далее, он расходуется по объему и месту расположения в торговом ассортименте[1]. Одним из самых важных моментов в мерчандайзинге является подбор и размещение рекламных материалов. К таковым можно отнести: буклеты, плакаты, различные модели товара, стенды и т.д. Все эти приемы мерчандайзинга призваны: информировать покупателей о наличии товара, донести информацию о местоположении товара, привлечь внимание к товару и бренду, и, в конце концов, способствовать его реализации. Выделяют целый ряд видов POSC материалов, которые обладают разной эффективностью[1]. Каждый из видов предназначен для использования в разных типах магазинов: в больших супермаркетах, в гастрономах и т.д.

Экспозиции или, так называемая, выкладка товара также являются основополагающими инструментами мерчандайзинга[3]. Это означает процесс выкладки, расположения продукции в торговой точке. Товар, который обладает привлекательным дизайном для определенной целевой аудитории, привлекает потребителя уже своим наличием на витрине, а уж если товар выложен профессионально в заметном месте, которое на виду у посетителей торговой точки, то эффект усиливается во много раз.

Таким образом, мерчандайзинг является эффективным инструментом, который преследует сразу несколько целей, и, в конечном итоге, увеличивает прибыль торговой точки.

Список использованной литературы:

1. Снегирева В.В. Книга мерчандайзера / Снегирева В.В. - СПб.: Питер, 2005. - 384 с.
2. Сысоева СВ. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице / Снегирева В.В., Бузукова Е. А. - СПб.: Питер, 2008. - 226 с.
3. Сысоева С. В. Большая книга директора магазина / Сысоева С. В., Шаг Г. Г. - СПб.: Питер, 2009. - 432 с.

© А.А. Демидович, И.А. Демидович, 2017

УДК 338.001.36

Добровольская В.В.

Студентка 5 курса

Новосибирский государственный университет экономики и управления

г. Новосибирск

Российская Федерация

Научный руководитель: к.социол.н, доцент Шадрина Л.Ю.

ГИПНОТИЧЕСКИЕ РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ

Гипноз – инструмент для чего - то иного. С его помощью не контролируют поведение людей и не наделяют никого сверхъестественными способностями. В маркетинге он

обеспечит вам конкурентное преимущество, но, если вы воспользуетесь им, чтобы продать некачественный продукт, пользы от него будет мало.

Кевин Хоган, тренер по гипнозу и автор нескольких книг, включая и «Psychology of Persuasion» (1), говорит: «Гипноз делает жизнь лучше во всех ее аспектах. «Продажникам» и специалистам по маркетингу он дает явное преимущество по сравнению с конкурентами, но отнюдь не с клиентами».

В данной статье, мы попытаемся дать ответ, что такое гипнотические тексты и зачем нужно вводить человека в транс?

Самый первый вопрос, который доводится слышать: «Зачем вообще это нужно?» Почему бы не показать человеку преимущества продукта, чтобы он загорелся и купил? Вопрос вполне логичный. Чтобы дать на него ответ, давайте рассмотрим два примера.

Предположим, у нас есть яблоко: красное, спелое, сочное, хрустящее, отливающее блеском воска на солнце, которое можно взять за хвостик и покрутить, прежде чем с наслаждением откусить кусочек... Вы уже представили его себе, не так ли? Вы представили себе яблоко, представили его идеальную форму, даже представили себе его вкус. Ощущения ваших рецепторов языка обострились, а во рту начала более активно выделяться слюна...

Это то, что называется транс. Вы не думаете о тексте, Вы думаете о яблоке. А текст, тем временем, работает с Вашим организмом, когда Вы об этом даже не подозреваете. И чем дольше длится транс, тем больше Вам будет хотеться съесть яблоко, поскольку эта потребность будет исходить не от Вашего разума, а от Вашего организма в целом.

Теперь второй пример. Допустим, есть некий продукт П. Вы не знаете его вкуса, цвета, запаха, и даже не знаете, как он выглядит. И вам говорят, что он: вкусный; сочный; спелый; тонизирующий.

Будем считать это преимуществами продукта. Но реакция организма в этом случае гораздо слабее, чем в предыдущем. Да, текст дает преимущества, но он не вводит в транс. Человек не может себе его представить, не может его ни с чем сравнить, потому что не знает, как этот продукт выглядит и что из себя представляет.

Важным аспектом гипнотических текстов является ресурсный транс. Когда Вы вводите читателя своим текстом в транс, Вы, по сути, получаете доступ к некоторым отделам его головного мозга и начинаете воздействовать на организм в целом, вызывая желание. А желание – это предпоследняя ступень в модели AIDA, за которой следует действие.

Напомним, интерпретацию аббревиатуры:

A (attention) — привлечь внимание. Это своеобразное установление контакта с потенциальным клиентом. Важно привлечь клиента и чем больше будет привлечено потенциальных клиентов, тем лучше.

I (interest) — создать интерес к товару (или к компании, или к продавцу). Интерес можно создать, например: за счет нового предложения, скидок или распродаж. В целом потребности человека давно известны и описаны, например: в пирамиде потребностей Маслоу.

D (desire) – возбудите желание клиента владеть товаром. По сути это — этап презентации товара потребителю. Для того чтобы клиент захотел Ваш товар его нужно «вкусно» преподнести, клиент должен представить что он пользуется товаром и удовлетворяет свои потребности.

А (action) – действие, точнее толчок к действию. Если сравнивать с этапами продаж то это – этап завершения сделки. Этот этап очень важен, ведь клиент должен купить товар пока у него есть желание, созданное на предыдущем этапе, иначе оно исчезнет или клиент может купить данный товар не у вас.

Иными словами, когда Вы вводите человека в транс, Вам можно даже не беспокоиться о том, чтобы воздействовать на разум человека, поскольку Вы воздействуете на его чувства. Подробнее о разнице этих двух воздействий читайте в статье «Влияние текста: воздействие на читателя через разум и чувства».

Чтобы еще лучше усвоить разницу, представьте себе запотевшую бутылку холодной воды. Когда Вы не хотите пить, вам что эта вода есть, что ее нет – все равно. И даже если Вам сказать, что эта вода: кристально чистая; охлажденная; мягкая; вкусная; утоляющая жажду. То Вам от этого будет ни горячо, ни холодно.

А теперь представьте себе, что Вы изнемогаете от жажды. У вас пересохло горло, Вам жарко, Вы хотите пить и находитесь в пустыне, где вода Вам в ближайшее время не светит. По сути, Вам будет все равно, мягкая эта вода или нет, кристальная или из - под крана, Вы просто хотите пить, это Ваша потребность, и Вам ее нужно удовлетворить.

Так вот, основная особенность гипнотических текстов состоит в том, что они создают потребность, которые читатель хочет удовлетворить.

Гипнотические тексты: основы введения в транс. Наконец, главный вопрос: как ввести человека текстом в транс? Как создавать гипнотические тексты на практике?

Все люди мыслят образами. Когда им что - то говорят или они о чем - то читают, они это представляют. В свою очередь, образы в голове читателя вызывают реакции в его организме. Самый наглядный пример: человек читает про секс и начинает возбуждаться.

Главный секрет здесь состоит в том, что не все картины воображения одинаково эффективно воздействуют на человека. Доминирующее влияние оказывают, в первую очередь, те образы, которые связаны с человеческими инстинктами и потребностями. Этим - то и объясняется особая эффективность использования страха или секса в изображениях, рисуемых копирайтером.

Таким образом, алгоритм введения читателя в транс выглядит следующим образом: определяем желаемую реакцию; связываем реакцию с нужным инстинктом; рисуем картинку для сознания читателя; проецируем картинку на нужную потребность

Ну, и в завершение, призываем к действию удовлетворить эту потребность. Не лишним будет также напомнить, что прежде чем начать вводить читателя в транс текстом, нужно его к этому тексту привлечь, т.е. установить контакт (гипнозисты называют это раппортом).

Список использованной литературы:

1. Витале Джо. Гипнотические рекламные тексты: Как искушать и убеждать клиентов одними словами. 2010. С. 2
2. Шадрин Л.Ю., Матвеев М.Ю. Теоретические подходы к определению рекламной кампании (технологический подход) // Universum: общественные науки. 2014. № 9 (10). С. 3.
3. Шадрин Л.Ю. Региональный рынок рекламы: особенности и тенденции (на примере города Новосибирска) // в сборнике «Современные аспекты гуманитарных, экономических

и технических наук. Теория и практика», Материалы XIV Всероссийской научно - практической конференции с международным участием посвященной 70 - летию Победы в Великой Отечественной войне. Негосударственное образовательное учреждений (образовательная организация высшего образования) Сибирский независимый институт. 2015. С. 136 - 139.

4. Электронный источник Shard - Copywriting.Ru // Практический копирайтинг и маркетинг: основы, секреты и примеры от Даниила Шардакова

© В.В. Добровольская 2017

УДК 332.7

Дорофеева А. В.

студентка 2 курса

Российского государственного университета правосудия

г. Москва, РФ

Научный руководитель: профессор РГУП Ващекин А.Н.

О РАЗВИТИИ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОЦЕССА ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ОБЪЕКТЫ НЕДВИЖИМОСТИ

Регулирование инвестиционной деятельности должно быть рациональным по результатам и сбалансированным по степени гибкости, чего нельзя достичь без создания системы целостных и взаимосвязанных правовых форм [4]. Право устанавливает нормативную базу, определяет положение субъекта инвестиционной деятельности, устанавливает юридическую ответственность, определяет порядок использования и контролирует отношения между участниками, в том числе и с государством.

Правовое регулирование инвестиционной деятельности в Российской Федерации осуществляется двумя законодательствами. Во - первых, это специальное инвестиционное законодательство, во - вторых – гражданское и хозяйственное. Правовые признаки недвижимого имущества изложены в ст. 130 Гражданского Кодекса РФ [1], согласно которой к недвижимым вещам относятся земельные участки, участки недр, обособленные водные объекты и все, что прочно связано с землей (леса, многолетние насаждения, здания, сооружения), а также подлежащие воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания, космические объекты.

Недвижимое имущество – это физические объекты с фиксированным местоположением в пространстве и все, что неотделимо с ними связано как под поверхностью, так и над поверхностью земли или все, что является обслуживающим предметом, а также права, интересы и выгоды, обусловленные владением объектами.

Под объектом недвижимости понимается, во - первых, предприятие в целом как имущественный комплекс, а во - вторых, земельный участок, неотъемлемой частью которого могут быть здания (сооружения), расположенные на этом участке, подземные сооружения, относящиеся к данному участку, обособленные водные объекты, многолетние насаждения, инженерные сооружения и сети, осуществляющие подключение земельного

участка и зданий к объектам инфраструктуры квартала (города). Сюда же относятся доли собственности в объектах инженерной инфраструктуры квартала (города), стационарные сооружения благоустройства, элементы хозяйственного и транспортного обеспечения, относящиеся к объекту недвижимости, но расположенные вне границ его земельного участка, и другие объекты, составляющие нерасторжимое с ним конструктивное или функциональное целое.

Все инвестиционные проекты, независимо от источников финансирования и форм собственности объектов капитальных вложений, до их утверждения подлежат экспертизе, которая производится в целях предотвращения создания объектов, использование которых нарушает права физических и юридических лиц и интересы государства или не отвечает требованиям утвержденных в установленном порядке.

Существует три уровня нормативных актов нормативно - правовой базы инвестиционной деятельности: законодательные (федеральные конституционные и федеральные законы, международные договоры, законы субъектов федерации), подзаконные акты (указы Президента Российской Федерации, межправительственные и правительственные постановления, внешнеэкономические соглашения субъектов РФ, ведомственные акты, постановления и решения органов местного самоуправления) и локальные, представленные системой актов индивидуального характера (административные акты участников инвестиционной деятельности, нормативно - правовые договоры на основе международного публичного и частного права, гражданского и трудового права Российской Федерации) [5].

Согласно ст. 25 закона о государственной регистрации прав на недвижимое имущество [2] право собственности на созданный объект недвижимого имущества регистрируется на основании правоустанавливающего документа на земельный участок, на котором расположен этот объект недвижимого имущества, а также разрешения на ввод объекта в эксплуатацию, если в соответствии с законодательством Российской Федерации требуется получение разрешения. В соответствии с нормами ГК РФ выдача разрешений на строительство, разрешений на ввод объектов в эксплуатацию при осуществлении строительства, реконструкции, капремонта объектов, расположенных на подведомственных территориях, относится к полномочиям органов местного самоуправления в области градостроительной деятельности.

Для субъекта инвестирования важно знать и правильно интерпретировать все основные положения законодательства для недопущения ошибок, которые могут впоследствии привести к негативным результатам [3].

Список использованной литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации, 30.11.1994 №51 - ФЗ (ред. 31.01.2016) // СПС Консультант Плюс. - 2016.
2. Федеральный закон от 21.07.1997 №122 - ФЗ (ред. от 01.05.2016) "О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним" (с изм. и доп., вступ. в силу с 07.05.2016) // СПС Консультант Плюс. - 2016.
3. Ващекин А.Н. Формы интеграции оптовой и розничной торговли в России на современном этапе // Инновации и инвестиции. 2013. № 7. С. 221 - 225.

4. Ващекина И.В. Основы организации фондового рынка: учебное пособие по курсу "Рынок ценных бумаг". - М: Изд - во РГТЭУ, 2010. 168 с.

5. Ловцов Д.А. Проблема эффективности международно - правового обеспечения глобального информационного обмена // Наука и образование: хозяйство и экономика, предпринимательство, право и управление. 2011. № 11 (17). С. 24 - 31.

© А.В. Дорофеева, 2017

УДК 631.16.658.6

А. Н. Дулесов

к.э.н., доцент

Экономический факультет

Хакасский технический институт – филиал

Сибирского федерального университета

г. Абакан, Российская Федерация

А. А. Мюллерсон

аспирант Сибирского государственного аэрокосмического

университета им. академика М. Ф. Решетнёва

г. Красноярск, Российская Федерация

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛЮ

Значительные запасы энергетических ресурсов и мощный топливно - энергетический комплекс России являются базой развития экономики. Роль страны на мировых энергетических рынках определяется богатыми природными топливно - энергетическими ресурсами страны. Геополитическое влияние объясняется тем, что на территории России сосредоточено 1 / 3 мировых запасов природного газа, 1 / 10 нефти, 1 / 5 угля 1 / 4 урана [1].

Социально - экономическое развитие страны зависит от состояния энергетического сектора, который обеспечивает жизнедеятельность всех отраслей национального хозяйства [2].

Производство электроэнергии в России по регионам различно. Даже по отдельному федеральному округу прослеживается большой разброс показателей (табл. 1).

Таблица 1

Динамика производства электроэнергии по Сибирскому федеральному округу (миллиардов киловатт - часов) [3]

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Российская Федерация	1038,0	1054,9	1069,3	1059,1	1064,2	1067,5
Сибирский федеральный округ	211,3	208,1	212,7	209,3	211,1	212,9
Республика Алтай	0,003	0,003	0,003	0,003	0,004	0,01
Республика Бурятия	4,9	4,8	5,1	5,4	5,4	5,7
Республика Тыва	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Республика Хакасия	13,6	21,4	20,9	26,2	22,4	23,2
Алтайский край	7,1	6,6	7,2	6,4	6,8	7,5
Забайкальский край	6,7	6,9	7,0	7,6	7,4	7,3
Красноярский край	61,8	57,8	56,7	61,4	65,2	68,9
Иркутская область	62,6	60,7	62,5	56,9	55,7	48,6
Кемеровская область	26,7	24,7	25,2	20,1	21,5	25,8
Новосибирская область	15,6	13,2	14,8	13,3	14,2	14,3
Омская область	6,9	6,8	7,5	7,0	7,3	7,4
Томская область	5,2	5,0	5,8	4,8	5,1	4,2

По производству электроэнергии Красноярский край (68,9 млрд. киловатт - часов) занимает первое место среди регионов Сибири. В целом, только три региона из двенадцати обеспечивают 66 % производства электроэнергии в СФО (Сибирском федеральном округе): Красноярский край – 68,9 млрд. киловатт - часов (32,4 %); Иркутская область – 48,6 млрд. киловатт - часов (22,8 %); Республика Хакасия – 23,2 млрд. киловатт - часов (10,9 %).

Сравнение регионов по индексу промышленного производства (рис. 1) позволяет сделать вывод не только о текущем состоянии регионов, но и оценить их перспективы с учётом обеспечения производства электроэнергии.

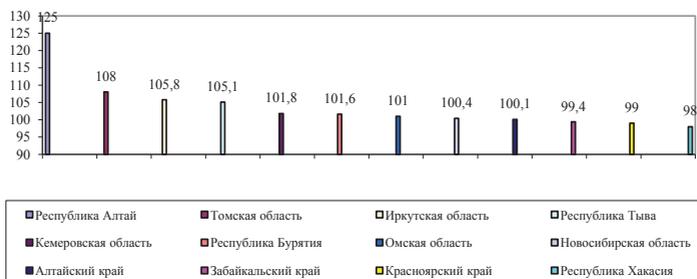


Рисунок 1. Индекс промышленного производства в регионах СФО (2015 г.)

Как видно, регионы, выпускающие наибольшее количество электроэнергии, имеют невысокий индекс промышленного производства. Есть серьёзные проблемы в эффективности использования топливно - энергетических ресурсов.

Существующие методы и механизмы повышения эффективности электроэнергетической отрасли не в полной мере позволяют учесть специфику деятельности электроэнергетических предприятий, а также процессы реформирования электроэнергетической отрасли.

В настоящее время необходимо разрабатывать методы инновационного управления деятельностью предприятий в электроэнергетике для обеспечения энерго - и ресурсосбережения, снижения уровня аварийности, сокращения технологического отставания от электроэнергетики индустриально развитых стран [4].

Анализ современных подходов к эффективному управлению электроэнергетическими предприятиями показывает, что основной современной тенденцией является стремление

минимизировать затраты на генерацию и передачу электроэнергии, что должно обеспечить формирование конкурентной среды. Зарубежный опыт реформирования отраслей электроэнергетики подтверждает, что для успешной деятельности отрасли необходимо прежде всего использовать инновационные формы управления. Оценка технического, технологического и организационного управления в электроэнергетической отрасли выявила недостаточное количество инновационных управленческих программ.

Рыночные реформы в определённой степени стимулируют инновационную деятельность в электроэнергетике, в том числе в сфере управления. Высокая степень централизации принятия решений, связанных с осуществлением каких - либо нововведений, часто является сдерживающим фактором для осуществления инновационной деятельности. Поэтому научный подход в управлении электроэнергетикой станет мощным стимулом к активизации инновационной деятельности в данной отрасли.

Процесс формирования внутреннего конкурентного рынка электроэнергии и выход российских электроэнергетических предприятий на международный рынок закрепляют необходимость в развитии инновационной инфраструктуры, ориентированной на удовлетворение запросов потребителей, повышение конкурентоспособности предприятий на основе реализации стратегических управленческих инноваций.

Список использованной литературы

1. Кулагин, В. А., Галкина, А. А. Прогнозирование развития мировой энергетики: теория и практика. // Седьмые Мелентьевские чтения. Сборник научных трудов. Под ред. А.А. Макарова. – М.: ИНЭИ РАН, 2013. – 214 с.
2. Макаров, А. А. Системные исследования энергетики: 50 - ление надежд и 20 лет в тени. // Седьмые Мелентьевские чтения. Сборник научных трудов. Под ред. А.А. Макарова. – М.: ИНЭИ РАН, 2013. – 214 с.
3. Петров, Д.М., Хачатурян, А.А. Проблемы создания интегрированных структур кластерного типа в оборонно - промышленном комплексе // Национальные интересы: приоритеты и безопасность, 2013. – № 21. – С. 19–23.
4. Регионы России. Социально - экономические показатели. 2016: Р32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2016. – 1326 с.

Spisok ispol'zovannoj literatury

1. Kulagin, V. A., Galkina, A. A. Prognozirovanie razvitiija mirovoj jenergetiki: teorija i praktika. // Sed'mye Melen'tevskie chtenija. Sbornik nauchnyh trudov. Pod red. A.A. Makarova. – М.: INJel RAN, 2013. – 214 s.
2. Makarov, A. A. Sistemnye issledovanija jenergetiki: 50 - letie nadezhd i 20 let v teni. // Sed'mye Melen'tevskie chtenija. Sbornik nauchnyh trudov. Pod red. A.A. Makarova. – М.: INJel RAN, 2013. – 214 s.
3. Petrov, D.M., Hachaturjan, A.A. Problemy sozdaniija integrirovannyh struktur klasternogo tipa v oboronno - promyshlennom komplekse // Nacional'nye interesy: priority i bezopasnost', 2013. – № 21. – S. 19–23.
4. Regiony Rossii. Social'no - jekonomicheskie pokazateli. 2016: R32 Stat. sb. / Rosstat. – М., 2016. – 1326 s.

© Дулесов А. Н., 2017
© Мюллерсон А. А., 2017

ОСНОВНЫЕ НОРМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ УСЛУГ КУРОРТНО - РЕКРЕАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ

Одним из приоритетных направлений развития экономики РФ является дальнейший рост и укрепление экономического потенциала организаций туристической и курортно - рекреационной сферы[16]. Для исследования таких систем в странах с развитой экономикой широкое распространение получает системная методология исследования тенденций и выработки практических решений на основе применения компьютерных нелинейных динамических моделей [15].

Область исследований. Объектом исследования выступает деятельность санатория, входящего в состав ЗАО «Крымкурорт», имеющего развитую инфраструктуру, хорошие экономические показатели и круглогодичный цикл работы[14].

В процессе проведения исследований использовались методы нелинейной динамики, бифуркационного анализа и теории хаоса. Базовым методом исследований был метод экономико - математического моделирования на основе применения компьютерной техники и специальных математических пакетов программ [13].

Системные исследования показывают, что определяющим условием оптимального поведения курортных систем является их неравновесная самоорганизация, функциональная устойчивость в неравновесных состояниях[9]. Поэтому основная задача синергетического управления заключается в адекватном описании топологии областей рыночных аттракторов, как центров диссипативного структурообразования экономической реальности [1,2]. В рамках исследовательского проекта по управлению предложением услуг санатория была построена динамическая нелинейная модель деятельности санатория по производству курортно - рекреационных услуг в виде системы эволюционных уравнений, проведен бифуркационный анализ ее поведения, определены аттракторы и исследован фазовый портрет [3,10,11].

С целью поиска управляющих переменных, которые бы существенным образом улучшили ситуацию, была построена динамическая нелинейная модель по управлению производством с учетом привлечения банковского кредита для расширения предложения услуг[7]. Компьютерное исследование модели при различных значениях управляющих параметров позволило отыскать ряд аттракторов типа предельный цикл, различающихся своей конфигурацией[8]. Все эти состояния соответствуют устойчивому поведению санатория по увеличению предложения курортно - рекреационных услуг[4].

Численное исследование системы позволило найти такое соотношение значений управляющих параметров, при котором санаторий попадал в хаотический аттрактор Лоренца, что также подтверждается показателями Ляпунова[6,12]. В рамках проекта разработана и исследована группа моделей, позволяющая управлять устойчивым предложением услуг санатория. Проведено компьютерное изучение моделей, определены аттракторы, исследованы фазовые портреты и сценарий перехода к хаосу[5].

Список литературы:

1. Гладилин В.А., Юрина В.П., Грицай С.Е. Развитие предпринимательства в сферах туризма и рекреации региональных экономических систем. Экономика и предпринимательство. 2014. № 5 - 1 (46 - 1). С. 607 - 612.
2. Гладилин В.А., Султанов Е.З. Ключевые аспекты и проблемы взаимодействия малого бизнеса и местного самоуправления туристско - рекреационной сфере в РФ и регионе КМВ. Экономика и предпринимательство. 2016. № 1 - 1 (66 - 1). С. 239 - 241.
3. Гладилин В.А. Методы статистики туризма и рекреации. Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 5 - 1 (80). С. 47 - 49.
4. Гладилин В.А. Пути развития и особенности налогового механизма стимулирования инноваций в туристско - рекреационном комплексе. В сборнике: эволюция современной науки сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 112 - 114.
5. Гладилин В.А. Статистические показатели в агрогеографических исследованиях (социальные, организационно - технические и др.) В сборнике: инновационные технологии нового тысячелетия сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 33 - 35.
6. Гладилин В.А., Зацарина А.В. Тренды и аспекты развития рекреационного комплекса Северо - Кавказского экономического района (на примере республики Крым). Новая наука: Стратегии и векторы развития. 2016. № 4 - 1 (76). С. 72 - 74.
7. Гладилин В.А. Исследование информационной базы статистического анализа рынка туристско - рекреационных услуг региона. Экономика и предпринимательство. 2015. № 12 - 1 (65 - 1). С. 1099 - 1102.
8. Гладилин А.В., Гладилин В.А., Таранова И.В. Основные риски, сдерживающие факторы и конкурентные преимущества субъектов Северо - Кавказского экономического района (на примере республики Крым и г. Севастополя). В сборнике: современная наука: теоретический и практический взгляд сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 78 - 80.
9. Гладилин В.А. Анализ, статистика и стратегия управления развитием индустрии туризма в Северо - Кавказском экономическом районе (на материалах республики Крым). Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 1 (37). С. 63 - 69.
10. Гладилин В.А. Инновации в бизнесе, как один из факторов развития экономики. Инновационная наука. 2017. № 1 - 1. С. 32 - 34.
11. Капустина Е.И., Гладилин А.В. Повышение эффективности использования молочных блоков для первичной обработки молока. Хранение и переработка сельхозсырья. 2003. № 6. С. 33.
12. Гладилин А.В., Есаулко А.Н., Молчаненко С.А. Организационно - экономический механизм развития совместного предпринимательства в традиционно аграрном регионе. Актуальні проблеми економіки. 2015. Т. 168. № 6. С. 229 - 235.
13. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Регрессионное моделирование и прогнозирование в туристско - рекреационном комплексе региона. Инновационная наука. 2016. № 4 - 1. С. 117 - 120.

14. Бинатов Ю.Г., Гладилин А.В., Пархоменко С.А. Санаторно - курортный комплекс кавказских минеральных вод в рыночной экономике. Ставрополь, 2005.
15. Александров А.В., Гладилин А.В., Бинатов Ю.Г. Предпринимательские структуры апк в условиях рынка. Ставрополь, 2005.
16. Бинатов Ю.Г., Гладилин А.В., Гречкина Т.В. Предпринимательство в пищевой индустрии. Ставрополь, 2006.

© Дурнев А.В.

УДК: 65.015

А. И. Емельянов

Министерство финансов Калужской области
г. Калуга, Российская Федерация

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Деятельность современного коммерческого банка предполагает собой рациональное использование не только накопленных им денежных средств, но и всех нематериальных ресурсов: компетенций и знаний персонала, аккумулированной информации, технологий и способов ее обработки, устоявшихся отношений с клиентами и партнерами и т.д. Эффективное преобразование этих нематериальных активов в банковские продукты и услуги играет важную роль в эффективности деятельности банка, а также, в конечном итоге, оказывает существенное влияние на его стоимость.

Управление знаниями в банке создает процесс, объединяющий осязаемые активы друг с другом, а их более эффективное применение может быть вызвано приращением интеллектуального капитала (ИК). Собственно, поэтому ему уделяется такое большое внимание в организациях современности, ведь грамотное использование и управление интеллектуальным капиталом способно преобразовать другие виды капитала (материальные активы) в более производительные и результативные.

Вместе с тем, включение интеллектуального капитала в состав активов банка порождает проблему его оценки, переноса стоимости на стоимость банковского продукта, а также его учета. Однако этот процесс необходим для установления эффективности использования интеллектуального капитала банка.

Таким образом, этот вид капитала занимает важное место среди остальных активов банка и, соответственно, нуждается в особых подходах к его измерению. Для измерения интеллектуального капитала ПАО «Сбербанк России» выбран коэффициент Тобина [1, с.114].

Индекс Тобина (q - индекс Тобина) является одним из наиболее популярных измерителей интеллектуального капитала. Причина такой популярности заключается в легкости его истолкования, а также в предельной понятности для менеджеров различных уровней. Коэффициент Тобина — это отношение рыночной стоимости акций к балансовой

стоимости акций компании. Это соотношение было разработано в 1969 году американским экономистом Джеймсом Тобином.

Если рыночная стоимость активов совпадает с балансовой стоимостью активов компании, коэффициент Тобина $q = 1$.

Если Коэффициент Тобина $q > 1$, значит рыночная стоимость превышает балансовую стоимость активов компании. Это значит, что рыночная стоимость отражает некоторые неизмеримые или не поддающиеся учёту активы компании. Или компания просто переоценена.

С другой стороны, если $q < 1$, то рыночная стоимость активов компании меньше, чем их балансовая стоимость. Это означает, что рынок недооценивает компанию.

Рыночная стоимость ПАО «Сбербанк России» по состоянию на 2015 год =59,2 млрд долларов;

Стоимость активов ПАО «Сбербанк России» по состоянию на 2015 год=72,9 млрд долларов.

Исходя из этого получаем коэффициент Тобина, равный 0,8.

Обратимся к значению коэффициента q . Для наглядности предлагается таблица.

Таблица

Значение коэффициента q .

$q > 1$	Компания может генерировать прибыль большую, чем у схожих компаний
$q < 1$	Компания использует ИК не эффективно. Так же можно считать компанию с $q < 1$ – недооцененной

В данном случае, коэффициент меньше 1, что свидетельствует о том, что интеллектуальный капитал банка используется неэффективно, или же компания недооценивается. Однако нельзя упускать тот факт, что, как правило, рыночная стоимость компании зависима от внешней конъюнктуры рынка и зависит от прогнозных финансовых результатов предприятия.

Тем не менее, в сравнении с 2012 годом, где коэффициент Тобина был равен 0,13, можно заметить положительную динамику в эффективности использования ИК. Вероятнее всего, на это могло повлиять и такое мероприятие, как программа «Сбербанк - 500», проводимая в 2012 году, суть которой заключалась в том, что 500 менеджеров Сбербанка должны были окончить программу повышения квалификации, разработанную INSEAD и РЭШ. Задача программы — создать критическую массу людей, которые будут развивать банк, используя самые передовые технологии [2, с.195].

Также следует отметить, Компания Brand Finance, произвела подсчеты для мирового банковского сектора. Список 500 самых дорогих банковских брендов по состоянию на 1 января 2015 года опубликован в февральском выпуске The Banker.

Вес российского банковского сектора в мировом рэнкинге брендов хоть и уменьшился, о чем свидетельствуют расчеты Brand Finance, бренд Сбербанка остался самым дорогим среди других представленных в списке российских имен и оценивается в сумму около 8,7 млрд долларов, находясь на 27 - й строчке мирового рэнкинга.

Участники рынка полагают, что последняя оценка бренда Сбербанка России вполне справедлива, однако оправдывается в основном нефинансовыми параметрами банка. «Для

Сбербанка такая оценка бренда вполне адекватная и несколько не заниженная. Ведь за Сбербанком стоит огромная история», – полагает исполнительный директор финансовой корпорации «Уралсиб» А. Вихров. «Это единственный в своем роде исторический банковский бренд в России, стоимость которого заработана многими и многими годами работы. Всем гражданам России, да и СССР, известно имя «Сберкасса», преемником которой стал Сбербанк», – добавляет начальник управления по торговле с акциями МДМ - Банка Д. Перлин.

Наконец, по мнению главного управляющего директора «Альфа - Капитал» В. Петрова, значительная доля успеха бренда Сбербанка России приходится на его известность за рубежом. «Сбербанк – одна из крупнейших компаний мира по рейтингу Fortune 500. Мировая известность фактически мультиплицирует стоимость бренда в несколько раз.

Руководство «Сбербанка» отлично понимает значимость такого вида капитала, как интеллектуальный. Банк обеспечивает системную и комплексную подготовку всех целевых групп персонала, их профессиональное развитие и карьерный рост, предлагая уникальные программы обучения мирового уровня, которые сочетают различные форматы с активным использованием образовательных онлайн - технологий. Результатом такой деятельности является увеличение потенциала каждого сотрудника, а, следствие, наращивание интеллектуального капитала, знаний, которые в дальнейшем могут быть конвертированы в стоимость.

Высокая оценка интеллектуального капитала означает признание рынком важности корпоративных знаний на ранних стадиях инновационного цикла. Одновременно это означает возможность капитализации знаний, идей до их товарного воплощения. Высокий уровень коэффициента Тобина свидетельствует о возможности достоверной оценки экономического эффекта будущих инноваций и соответствующих продаж на ранней стадии инвестиционного цикла [3, с.85].

Далее сформируем перечень мероприятий, направленных на совершенствование интеллектуального капитала банка.

1) Внедрение в компании целостной системы обучения персонала и повышения его квалификации.

- Разработка концепции и утверждение системы обучения в компании;
- внедрение системы регулярной оценки или аттестации сотрудников;
- создание корпоративного университета;
- внедрение программы долгосрочного обучения наиболее ценных сотрудников компании (например, второе высшее образование за счет компании).

2) Мотивация и стимулирование персонала.

- Предоставление льгот сотрудникам. А именно, разработка программы материальной помощи, оплата мобильной связи, предоставление личного автомобиля наиболее ценным сотрудникам;
- предоставление выгодных предложений по кредитованию;
- выплата специальных индивидуальных вознаграждений в качестве признания ценности того или иного сотрудника.

3) Усиление приверженности сотрудников своей компании.

- Создание совместного владения. Это можно сделать с помощью предоставления права на приобретение определенного количества акций компании по действующей на

данный момент цене. Такая система целесообразна для стимулирования высшего и среднего звена руководителей, ответственных за долговременные результаты;

- создание системы премий за верность компании, которыми награждают работников, проработавших в банке определенное количество времени.

4) Создание сетей коммуникаций и базы знаний.

- Использование программ, управляющих информацией и обеспечивающих каждому работнику организации доступ к коллективному ноу - хау.

Такие программы помогают экономить времени, которое сотрудники тратят на выполнение одной и той же работы, обеспечивают мгновенное подключение специалистов и базы знаний фирмы к решению проблем в любом месте.

5) Развитие капитала отношений.

- Создание эффективной системы коммуникаций с клиентами, поставщиками и партнерами для укрепления отношений с ними и привлечения новых постоянных клиентов;

- создание альянсов с конкурентами или потребителями. При этом клиентский капитал увеличивается за счет получения информации о конкурентах или потребителях, о способах организации их бизнеса, неявных знаниях персонала.

6) Осуществление индивидуального подхода к потребителю.

- Получение потенциальным заемщиком персональной консультации на первом этапе рассмотрения кредитной заявки;

- подбор наиболее подходящих условий кредитования;

- предоставление такого графика погашения кредита, который учитывает сезонность деятельности потенциального заемщика, возможность кредитования под конкретную сделку.

7) Повышение инновационной деятельности.

Инновации приносят выгоду не только в виде прибыли, но и в упрощении проведения банковских операций сотрудниками, что так же положительно влияет и на репутацию, и на внутреннюю среду организации.

- Создание мессенджера с функцией мгновенных денежных переводов, который позволяет переводить средства, как другому участнику чата, так и любому абоненту из адресной книги;

- стимулирование сотрудников к выработке новых идей, полезных банку. Каждый сотрудник, стремящийся найти и предложить нечто действительно полезное и новое в деятельности банка, своего отдела, в своей собственной работе, должен поощряться премиями, продвигаться по службе, посылаться на дополнительную учебу.

- создание процесса коллективного обсуждения наиболее значимых проблем, поиска их решения с привлечением вышестоящих руководителей, ученых, аналитиков, с опорой на опыт соседних подразделений, банков - конкурентов, зарубежных партнеров.

8) Инвестирование средств в интеллектуальный потенциал новаторов.

- Инвестирование средств в стартапы.

Инвестиции в интеллектуальный капитал характеризуются высокой степенью риска, однако они способны приносить наибольший доход по сравнению с инвестициями в объекты материальные. Также инвестиции создают мотивацию развития.

Таким образом, главным содержанием человеческого капитала является обоснование и признание человека как объекта капитальных вложений, как объекта экономической деятельности. Чтобы этот капитал работал необходимо не только накопление знаний в организации, но и эффективное управление ими. Для этого нужно поощрять коллективную работу, а также создавать базы данных и знаний, исследовательские лаборатории, центры знаний и доведения информации и разработок до широкого применения сотрудников.

Список использованной литературы:

1. Емельянова Е.В. Проблемы адаптации молодого специалиста в медицинской организации \ Менеджмент в России и за рубежом. 2016. №4., с. 113 - 118.
2. Линова Е. С., Марахотина М. О., Емельянова Е. В. Перспективы развития логистической деятельности в банковской сфере \ Логистические системы в глобальной экономике [Электронный ресурс]: материалы VI Междунар. науч. - практ. конф. (14–15 марта. 2016 г., Красноярск): электрон. сб. / Сиб. гос. аэрокосмич. ун - т. – Красноярск, 2016. с. 193 - 196
3. Нерсисян Л.К. Инновационное развитие – основной источник экономического роста // Ученые записки Российской академии предпринимательства, Москва 2015, №5(43), с.83 - 88.

© А. И. Емельянов, 2017

УДК 332

В.А.Еремينا

Преподаватель

Красноярский филиал Финуниверситета
г. Красноярск, Российская Федерация

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

В условиях жесткой международной конкуренции экономическое развитие страны определяется в первую очередь ее научными и технологическими возможностями. В настоящее время в стратегических документах стран - лидеров по развитию передовых технологий Россия рассматривается только как растущий рынок для новой продукции. Для преодоления отставания экономики России от передового уровня необходим, прежде всего, серьезный шаг в развитии инноваций. Созданная в 2009 году комиссия при Президенте Российской Федерации по модернизации и технологическому развитию экономики России реорганизована в 2012 году в совет при Президенте Российской Федерации по модернизации экономики и инновационному развитию России. Советом определены пять основных направлений модернизации российской экономики: компьютерные технологии; ядерные технологии; космические технологии и телекоммуникации; медицинская техника и фармацевтика; энергоэффективность и ресурсосбережение, в том числе вопросы разработки новых видов топлива.

Говоря о модернизации экономики страны, необходимо отметить неравномерность инновационного развития субъектов Российской Федерации. Красноярский край в рейтинге инновационного развития за 2016 год составленного экспертами Высшей школы экономики занимает 11 место среди субъектов Российской Федерации и 3 место в Сибирском федеральном округе.

Для повышения инновационной активности в Красноярском крае создан совет по инновационному развитию при губернаторе края. [2, с.47] В 2011 году утверждена стратегия инновационного развития Красноярского края на период до 2020 года «Инновационный край - 2020». Важнейшим показателем инновационного развития Красноярского края является научный потенциал региона, без которого невозможны создание и развитие новых технологий. По уровню образования Красноярский край в настоящее время занимает 45 место среди субъектов Российской Федерации, по количеству высококвалифицированных кадров, занятых в науке - 64 место, по величине бюджетных затрат на науку и инновации - 24 место. По числу организаций, выполняющих исследования и разработки, Красноярский край занимает 13 место среди субъектов Российской Федерации. Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в валовом региональном продукте составляет 7,2 процента. По числу созданных передовых технологий Красноярский край занимает 11 место среди российских регионов. В результате реализации стратегии за 5 лет значительно увеличились затраты на исследования и разработки (в 2,1 раза), объемы прикладных исследований (в 1,7 раза), число созданных передовых технологий (в 4,3 раза), объемы инновационных товаров и услуг (в 10 раз). Практически не изменилась численность исследователей с учеными степенями, а инновационная активность организаций даже незначительно снизилась. [3, с.600]

В 2011 году Правительством страны были определены 26 территориальных инновационных кластеров. Один из таких кластеров был создан в г. Железногорске. Направления деятельности - развитие ядерных, космических и кремниевых технологий, хранение отработавшего ядерного топлива, производство космических аппаратов, систем и комплексов всех видов спутниковой связи, телерадиовещания и ретрансляции информации, спутниковой геодезии. По итогам 2016 года Железногорск стал лидером по показателям социально - экономического развития среди городов, в которых присутствуют крупные производства базовых госкорпораций «Роскосмоса» и «Росатома». В Красноярском крае развиваются и другие инновационные направления, связанные с разработкой новейших перевязочных материалов, значительно ускоряющих этапы заживления при различных поражениях, в частности, материала «искусственная кожа», использование которого увеличивает шансы на выздоровление больных с ожогами. Также большое внимание уделяется разработкам новых инновационных материалов для агропромышленного комплекса и строительства.

В перспективе до 2020 года на инновационное развитие региона будет направлено около 180 млрд рублей. Это должно обеспечить достижение следующих плановых показателей реализации стратегии инновационного развития Красноярского края: увеличение удельного веса инновационных товаров и услуг до 10 % ; повышение уровня инновационной активности организаций до 60 % ; увеличение доли средств в структуре доходов вузов края, получаемых за счет выполнения научных исследований и разработок, до 25 % ; увеличение

число рабочих места на инновационно - активных предприятиях малого и среднего бизнеса до 100 тысяч.[1]

Таким образом, дальнейшее повышение научного потенциала региона и его инновационной активности должно вывести экономику Красноярского края на новый, более высокий уровень. Он один из немногих регионов России имеющий все условия для активизации инновационной сферы.

Список использованной литературы:

1. Указ Губернатора Красноярского края от 24 ноября 2011 г. № 218 - уг «Об утверждении стратегии инновационного развития Красноярского края на период до 2020 года «инновационный край – 2020».

2. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Выпуск 4 / под ред. Л.М. Гохберга; Нац. исслед. ун - т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2016. – 248 с. – Электронный доступ: <http://www.invest.kirovreg.ru/upload/investРейтинг%20инновац.развития%20субъектов%20РФ.pdf>

3. Российский статистический ежегодник.2015: Стат.сб / Росстат. - М., 2016. - 795 с. – Электронный доступ: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135087342078

© В.А. Еремина, 2017

УДК 2964

Д.А.Ефремов

студент I курса факультета базовой подготовки
Новосибирский университет экономики и управления
Г. Новосибирск, Российская Федерация

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ PR - СПЕЦИАЛИСТА В ИНТЕРНЕТЕ

В статье рассматриваются вопросы актуальности PR - деятельности в Интернете. Обозначены особенности деятельности PR - специалиста в сети Интернет.

Ключевые слова: PR - деятельность в сети интернет, навыки PR - специалиста, PR - коммуникация, целевая аудитория.

В современных условиях Интернет является одним из перспективных направлений в развитии PR - деятельности. Он не просто оказывает влияние на социум и коммуникативное пространство, а значительно расширяет как для отдельных индивидов, так и для больших социальных групп каналы коммуникации в экономической, политической, научной и других сфер жизни [6, 8].

Интернет для PR - деятельности предоставляет огромные коммуникационные возможности. Интернет, благодаря оперативности и охвату неограниченной аудитории, мобильности информации, позволяет формировать интерактивное взаимодействие с пользователями, что делает его особо привлекательным с точки зрения PR - деятельности

[3]. Характерной чертой PR - деятельности в Интернете является то, что он позволяет формировать позитивный имидж какого - либо объекта PR наиболее продуктивно.

Интернет обладает следующими преимуществами для организации PR - деятельности с целевой аудиторией:

- глобальность (отсутствие территориальных и временных ограничений);
- мультимедийность (подача информации в едином комплексе – звук, текст, графика, видео);
- интерактивность (активное взаимодействие в режиме реального времени);
- скорость распространения информации по различным источникам;
- таргетированность (воздействие на конкретную целевую аудиторию);
- измеримость (учет и цифровой анализ) [2].

Сегодня коммуникация посредством Интернета становится одним из основных каналов для поддержания связи PR - специалиста со своей целевой аудиторией. Под *целевой аудиторией* понимают аудиторию, на которую в первую очередь целевым образом направлена коммуникация [4, с. 373]. Знание целевой аудитории помогает подобрать наиболее эффективные каналы распространения информации. Определение целевой аудитории включает в себя три взаимосвязанные задачи:

- сегментирование массовой аудитории;
- выявление ценностей и идеалов каждого сегмента;
- определение каналов коммуникации, свойственных каждому сегменту [2, с. 52].

Отметим, что целевая аудитория является ключевым элементом PR - деятельности в Интернете. По мнению А.Ю.Вуймы, PR - кампания в Интернет является успешной в том случае, если она смогла эффективно распространить определённые идеи среди целевой аудитории [1, с. 188]. Одним из способов измерения целевого «попадания» в аудиторию является статистика интернет - запросов (поисковые системы Интернета позволяют узнать статистику по запрашиваемым словам). Поэтому, налаживание эффективного взаимодействия с целевой аудиторией выступает залогом успешной PR – коммуникации в сети. Однако нужно учитывать, что сегодня традиционные методы сегментирования целевой аудитории меняются: размываются возрастные границы, изменяется гендерное соотношение в группе активных пользователей, нет четких моделей поведения для молодых и зрелых людей, соответственно меняется и подход к коммуникациям с данными группами [4, с. 16].

Создание доверия между какой - либо «организацией и ее клиентами» требует пристального внимания специалиста по PR в сети Интернет [8, с. 54]. Благодаря усилиям, направленным на создание доверия, повышается репутация, имидж организации, появляется платформа для создания прочных отношений со своей целевой аудиторией.

Д.Филлипс уделяет значительное внимание работе PR - специалиста в интернете [8]. Среди основных задач PR - специалиста можно выделить: подготовку новостей для веб - сайта, обращений для прессы (пресс - релизы) и партнеров (дайджесты), создание и поддержка групп в социальных сетях, использование поисковых систем на профессиональном уровне. Так же PR - специалист должен владеть базовыми методиками цифрового PR, SEO, SMM, знанием цифрового дизайна, управлением контекстной рекламой в поисковых системах, языком поисковых запросов. Кроме того PR – специалист должен обладать такими важными качествами как: умение анализировать и прогнозировать [5,7].

Работа PR - специалиста в интернете в последнее время занимает большую часть его рабочего времени. Он должен владеть информацией о специфике основных онлайн - платформ, подбирать каналы взаимодействия с целевыми аудиториями, результативно продвигая таким образом какую - либо организацию [4, с. 385]. Можно сказать, что PR - специалисты, организуя PR - деятельность в Интернете используют и контент - менеджмент и поисковую оптимизацию. И важно найти баланс между стратегическим планированием, исследованием различных данных, творческим подходом и проведением коммуникационных кампаний в целом [4].

Таким образом, PR в Интернете - особый и неотъемлемый компонент PR - деятельности, а современные PR - специалисты, владеющие профессиональными навыками выстраивания коммуникации в интернете являются достаточно востребованными.

Список использованной литературы:

1. Вуйма А.Ю. Лоббирование. Как добиться от власти нужных решений. СПб.: Питер, 2008. – 384 с.
2. Гундарин М.В. Рекламные и PR - кампании / Михаил Гундарин, Елизавета Гундарина. Ростов н / Д: Феникс, 2013. – 189 с.
3. Медиа. Введение. / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли. 2 - е изд. М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2012. – 550 с.
4. Основы PR в Бизнесе / Под ред. В.Л.Соловья. М.: Изд - во «Э» (Бестселлеры МГИМО), 2016. - 416 с.
5. Тимофеев М.И. Связи с общественностью (паблик рилейнз): Учеб.пособие.2 - е изд.,М.: РИОР, 2006. – 193 с.
6. Чумиков А.Н., Бочаров, М.П., Самойленко, С.А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие / 12 А.Н.Чумиков, М.П.Бочаров, С.А. Самойленко. М.: «Дело» РАНХиГС, 2016. – 520 с.
7. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н.Чумиков, М.П.Бочаров. М.: ИНФРА - М., 2012. – 239 с. [Электронный ресурс] URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=426920>
8. Филипс Д. PR в интернете / Д. Филипс: пер. с англ. И. Гаврилова. – М.: М.: ФАИР - ПРЕСС, 2004. - 320 с.

© Д.А.Ефремов, 2017

УДК 338.242

А.А. Ефремова

к.э.н., доцент

КФУ им. В.И. Вернадского

г. Симферополь, Российская Федерация

А.Е. Роднова

студентка гр.Э - 434 - 0

ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ЭФФЕКТИВНОЙ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Решающим фактором эффективности национальной экономики любой страны являются производительные силы, основной составляющей которых являются люди, кадры,

персонал - трудовой потенциал. От уровня его подготовки, опыта, мастерства, и что самое важное, образования зависит развитие экономики, а также благосостояние и его жизненный уровень.

Важным фактором в направлении развития экономики является эффективное использование трудового потенциала с упомянутыми свойствами, их совершенная организация и постоянная работа с ними в направлении получения наибольшего эффекта. Именно на это должна быть направлена кадровая политика любого предприятия. Такая политика реализуется общегосударственной политикой в учебных заведениях, отделами подготовки кадров, отделами кадров.

Рассматривая кадровую политику как один из наиболее важных факторов в функционировании любой организации, в современных экономических условиях, необходимо раскрыть само понятие кадровой политики, чтобы выяснить значимость данного фактора, а также определить ее цель, виды, функции, объект и субъект.

Объектом кадровой политики является персонал организации, а субъектом - система управления персоналом, которая состоит из служб управления персоналом, самостоятельных структурных подразделений, объединенных по принципу функционального и методического подчинения.

Цель кадровой политики – обеспечение оптимального баланса процессов обновления и сохранения численного и качественного состава кадров в соответствии с потребностями самой организации, требованиями действующего законодательства и состоянием рынка труда [6].

Проблемами трудовых ресурсов, в том числе и выяснением взаимосвязи между понятиями: «персонал», «кадры», «трудовые ресурсы» занимаются многие ученые. Такие как Волков В.П., Волков О.И., Девяткина О.В., Ильин А.И., Мокий М.С., Станкевич В.И., Скамай Л.Г., Трубочкина М.И. и другие. В работах данных авторов уделяется большое внимание структуре персонала предприятия. Однако стоит заметить, что большинство авторов монографий и научных статей не акцентируют внимание именно на разграничении таких понятий как «кадры предприятия» и «персонал предприятия». По мнению большей части авторов, принципиальных различий между вышеназванными категориями не существует [4].

Стоит отметить, что «Трудовой Кодекс Российской Федерации, будучи основным кодифицированным источником трудового права Российской Федерации, регулирует, по существу, весь комплекс общественных отношений, который входит в предмет данной отрасли права».

Во многих источниках выделяют такой основной ряд функций кадровой политики:

- обоснованность методологических принципов работы с персоналом;
- определение общих требований к персоналу и расходам на него;
- информационная поддержка управления человеческими ресурсами;
- контроль персонала.

Проанализировать действенность кадровой политики можно с помощью следующих оценочных характеристик: результативность труда, соблюдение законодательства, удовлетворенность трудом, текучесть кадров, наличие трудовых конфликтов, наличие жалоб, частота рабочего травматизма.

Правильно выбранная кадровая политика обеспечивает:

- своевременное укомплектование кадрами;
- формирование необходимого уровня трудового потенциала;
- стабилизацию коллектива благодаря учету интересов работников;
- предоставление возможностей для квалификационного роста;

- формирование более высокой мотивации к высокопроизводительному труду;
- рациональное использование рабочей силы по их квалификации [1].

В настоящее время роль кадровой политики в организациях продолжает расти. Это связано с изменениями в социальной и экономической сферах жизни общества. Любой руководитель должен понимать, что кадры – это главное достоинство его организации, а правильная кадровая политика – это большой доход, высокая производительность труда и репутация предприятия в целом. Из всего выше сказанного можно сделать вывод, что изучаемое нами понятие тесно связано со стратегией развития предприятия.

Мы считаем, что назначение кадровой политики кроется в своевременном формировании цели в соответствии со стратегией развития организации, становлении проблем и задач, поиске способов, а также обеспечении достижения целей.

Список использованных ресурсов:

1. Егоршин А. П. Основы управления персоналом : учеб. пособ. для ВУЗов. – 2 - е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА - М, 2008. – 352 с.
2. Кибанов А. Я. Основы управления персоналом : учебник. – М. : ИНФРА - М, 2005. – 638 с.
3. Моргунов Е. Б. Управление персоналом: исследование, оценка, обучение : учебник для бакалавров. – 3 - е изд. перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2011. – 561 с.
4. Ефремова А.А. Производительность труда и движение кадров на предприятии // Ефремова А.А. , Аблаева М.Т. Экономика Крыма №1, 2014. – С. 154 - 157. Электронный режим доступа : <http://elibrary.ru/item.asp?id=23856825>
5. Терехина И.Е. Согласование кадровой политики со стратегией организации // Студенческие научные исследования. 2014. № 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://student.snauka.ru/2014/04/2188> (дата обращения: 14.10.2015)

© А.А. Ефремова , А.Е. Роднова

УДК 65.011.56

В.А. Журавлев

канд. экон. наук, доцент БГУИР,
г. Минск, Республика Беларусь

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИТ - СИСТЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ

В условиях формирования информационного общества и информационной экономики разработка, внедрение и совершенствование информационных систем (ИТ - систем) одно из важнейших направлений повышения эффективности деятельности и развития предприятий и организаций. Можно говорить о следующих видах ИТ - систем:

1. Экономических – для компьютеризации работы экономических служб предприятий и организаций;
2. Технических – для управления технологическим оборудованием;
3. Социальных – в здравоохранении, образовании и др.;
4. Специальных – военные, в МЧС, МВД и т.д.

По масштабу ИТ - системы могут быть: подразделений предприятий и организаций, всей организации, министерства (ведомства), города, региона, страны, международные и глобальные.

Для предприятий наиболее важными являются ИТ - системы управления [1]:

1. Экономикой и финансами предприятия;
2. Основным производством;
3. Технологическими процессами;
4. Инновационной деятельностью;
5. Конструкторской подготовкой производства;
6. Технологической подготовкой производства;
7. Закупками;
8. Продажами и маркетингом;
9. Логистикой;
10. Персоналом.

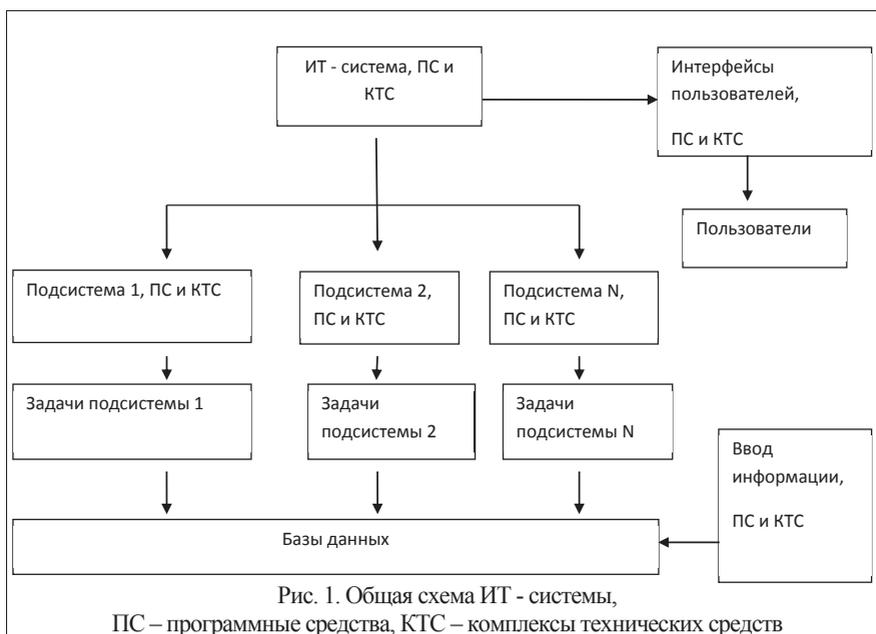
По уровням управления ИТ - системы предприятий и организаций делятся на:

1. **Стратегические**, связанные с долгосрочной стратегией развития предприятия (организации) на срок 5 - 10 лет. Эти системы ориентированы на повышение эффективности управления всем предприятием в цепочке «проектирование - производство - закупки - продажи». Например системы управления ресурсами предприятия (ERP), управления цепями поставок (SCM).

2. **Операционные**, связанные с повышением эффективности процессов финансово - бухгалтерской деятельности, проектирования, производства, продаж, снабжения, персонала. Например системы бухучета «1С - Бухгалтерия», сетевого планирования (PERT), проектирования САПР (CAD), технологической подготовки производства (CAPP, CAM), управления продажами (DRP, DDT, CRM).

3. **Автоматизированные рабочие места (АРМ)**, системы автоматизации работы специалистов предприятия, организации.

Общая схема ИТ - системы предприятия (организации) представлена на рис. 1.



Проектирование ИТ - систем предприятий и организаций выполняется в соответствии со схемой рис.1.

ИТ - проект – комплекс взаимосвязанных работ, направленных на создание, внедрение и развитие ИТ - системы для повышения эффективности и совершенствования управления социально - экономическими процессами предприятий и организаций.

Проекты создания ИТ - систем должны опираться на заранее разработанную **программу информатизации** предприятия (организации), которая формулируется в терминах долгосрочных целей развития (на 5 - 10 лет) [2].

При разработке программы информатизации строится стратегическое дерево целей предприятия и задач информатизации ее деятельности, которое включает:

1. Главную стратегическую цель организации (ГСЦ);
2. Показатели реализации ГСЦ;
3. Подчиненные количественные цели, по подсистемам: финансы, производство, закупки, продажи, инновационная деятельность;
4. ИТ - проекты и мероприятия, необходимые для достижения поставленных целей.

Разработка программы информатизации организации включает следующие основные стадии:

- Аудит состояния информатизации организации;
- Анализ функционирования организации с целью ее совершенствования на основе ИТ - технологий;
- Разработка предложений по созданию ИТ - системы организации;
- Оценка затрат на реализацию программы информатизации.

Создание ИТ - систем для различных отраслей экономики должно осуществляться с учетом прогнозов научно - технического прогресса и требования потребителей.

Основными стадиями реализации проектов ИТ - систем являются:

1. Прогнозирование развития ИТ - технологий и потребностей потребителей;
2. Формирование замысла ИТ - системы;
3. Техничко - экономическое обоснование и планирование ИТ - проектов;
4. Проектирование ИТ - системы;
5. Программирование и тестирование задач;
6. Комплексная отладка ИТ - системы;
7. Эксплуатация и сопровождение ИТ - системы у потребителей;
8. Развитие ИТ - системы.

Использование таких подходов повысит эффективность и качество создания ИТ - систем различного назначения в отраслях экономики.

Список использованной литературы:

1. Журавлев В.А. Проекты создания ИТ - систем – важное направление развития и повышения эффективности деятельности предприятий и организаций. Электронная экономика: теория, модели, технологии / под общ. ред. Т.Н. Беляцкой, Л.П. Князевой. – Минск: БГУИР, 2016. – 252 с.
2. Флосинский Н. Управление информационными проектами. – М.: Горячая линия–Телеком, 2013. – 183 с.

© В.А. Журавлев, 2017

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКОВ

В современной банковской деятельности использование различных методов оценки кредитоспособности заемщиков позволяет минимизировать риски. Наиболее распространенными методами оценки кредитоспособности заемщиков являются метод сравнения; метод группировки; структурный метод; метод финансовых коэффициентов; метод анализа денежных потоков организации; метод анализа делового риска; скоринговый метод; системно - когнитивный анализ; метод исключения.

Метод сравнения позволяет определить причины и степень воздействия динамических изменений и отклонений по статьям на ликвидность банка и прибыльность его операций, выявить резервы повышения доходности.

Метод группировки позволяет путем систематизации данных баланса разобраться в сущности анализируемых явлений и процессов.

Метод финансовых коэффициентов позволяет оценить финансовое положение заемщика для выявления способности и готовности вернуть испрашиваемую ссуду в соответствии с условиями кредитного договора и договора залога. Для этого используются коэффициенты: ликвидности; оборачиваемости (деловой активности); привлечения средств (показатели финансового левереджа) прибыльности; рыночные (показатели обслуживания долга).

Метод денежных потоков позволяет спрогнозировать и проанализировать движение денежных средств для анализа реального финансового состояния должника. Суть данного метода состоит в сопоставлении денежных притоков (прибыли, амортизации и др.) и оттоков (выплаты налогов, дивидендов и др.) средств по счетам заемщиков. Для анализа денежного потока берутся данные за несколько периодов, что позволяет выявить тенденции в их изменении. Постоянный чистый денежный приток заемщика свидетельствует о его финансовой устойчивости, а кратко - временный – о нестабильном состоянии и более низком уровне финансовой защи - щенности. Если заемщик имеет систематически чистый денежный отток, это позволяет говорить о его некредитоспособности.

Метод анализа делового риска позволяет определить уровень приемлемых рисков при соблюдении прибыльной деятельности, качества управления и прозрачной структуры собственности заемщика. При этом под деловым риском понимается риск убытка от нарушения, замедления или несвоевременного завершения кругооборота фондов заемщика. В практике кредитной деятельности данный метод применяется редко.

Скоринговый метод связан с оперативным представлением кредита заемщику на основе анализа финансовой отчетности по результатам соблюдения определенных показателей, характеризующих степень финансовой устойчивости должника по методике, разрабатываемой банком [5, с. 233 - 234].

В большинстве современных методик, используемых для оценки финансового состояния организаций, основными являются показатели ликвидности, отражающие способность организаций оперативно получить денежные средства, необходимые для нормального осуществления финансовой деятельности и позволяющие погасить имеющиеся обязательства [3, с. 103].

Использование того или иного метода при осуществлении кредитного процесса является прерогативой банка.

Метод системно - когнитивного анализа представляет собой системный анализ, структурированный по небольшому числу базовых познавательных (когнитивных) операций, для каждой из которых разработана математическая модель, методика числовых расчетов и реализующих их модули в специальном программном инструментарии.

Используя системно - когнитивный анализ, банк получает ряд преимуществ перед своими конкурентами:

- сокращаются сроки принятия решения о предоставлении кредита. Увеличивается число и скорость обработки заявок за счет минимизации документооборота при выдаче кредита частным клиентам, как важнейший способ обеспечения доходности кредитования;
- снижается влияние субъективных факторов при принятии решения о предоставлении кредита. Обеспечивается объективность в оценке заявок кредитными инспекторами во всех филиалах и отделениях банка;
- реализуется возможность единого подхода при оценке заемщиков для различных типов кредитных продуктов банка (экспресс - кредиты, кредитные карты, потребительские кредиты, автокредитование, ипотечные кредиты);
- сокращение численности банковского персонала, экономия за счет использования персонала более низкой квалификации;
- контроль за всеми шагами рассмотрения заявки;
- возможность вносить коррективы в методологию оценки централизованно и немедленно вводить их в действие во всех отделениях банка;
- скоринговая система банка настраивается на условия конкретного региона [6, с.37].

Системно - когнитивный анализ представляет собой системный анализ, рассматриваемый как метод познания и структурированный по базовым когнитивным (познавательным) операциям

Центральный банк Российской Федерации рекомендует коммерческим банкам разработать свою собственную систему показателей финансовой деятельности заемщиков. Методика проведения оценки финансового состояния заемщиков оформляется отдельным положением и утверждается правлением коммерческого банка.

Коммерческие банки применяют различные методы и средства анализа кредитоспособности заемщика, по следующим причинам: различная степень доверия к количественным и качественным способам оценки факторов кредитоспособности, особенности исторически сложившихся индивидуальных принципов, культура кредитования и практика оценки кредитоспособности, использование определенного набора инструментов минимизации кредитно риска [3, с. 276].

Итак, основными методами оценки кредитоспособности заемщиков являются: метод сравнения; метод группировки; структурный метод; метод финансовых коэффициентов; метод анализа денежных потоков организации; метод анализа делового риска; скоринговый

метод; системно - когнитивный анализ; метод исключения. Каждый из методов имеет преимущества и недостатки. Банк вправе самостоятельно выбирать методику анализа кредитоспособности заемщиков.

Список используемой литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. – М.: Проспект, 2016. – 640с.
2. Федеральный закон от 02.12.1990 №395 - 1 «О банках и банковской
3. Арунянц Г.Г., Бадеян А.Р. Анализ основных аспектов и особенностей управления банковскими рисками при кредитовании предприятий // Известия Волгоградского государственного технического университета, 2013. – №11. – С. 103–108.
4. Деньги. Кредит. Банки / под ред. В.Ю. Катасонова, В.П. Биткова. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 575 с.
5. Жуков Е.Ф. Банковское дело. – М.: Изд - во «Юрайт», 2014. – 591 с.
6. Мошенский А.Б. Пути совершенствования системы управления кредитными рисками // Финансы и кредит, 2010. – №6. – с. 35 - 40.

© Т.Б. Завсеголова, 2017

УДК33

О.С. Загорская

К.э.н., доцент кафедры экономики
филиал Северного (Арктического) федерального
университета им. М.В. Ломоносова в Северодвинске
Архангельской области, Северодвинск, РФ

ПОНЯТИЕ И СОДЕРЖАНИЕ РАСЧЕТНЫХ ОПЕРАЦИЙ МЕЖДУ КОНТРАГЕНТАМИ

В настоящее время в области российского бухгалтерского учета происходят значительные изменения, связанные в его реформированием согласно требованиям рыночной экономики и международных стандартов финансовой отчетности. Одним из приоритетных направлений при этом выступает совершенствование организации и методики бухгалтерского учета расчетных операций между контрагентами, а также формирование и отражение в отчетности максимально достоверной информации о дебиторской и кредиторской задолженности хозяйствующих субъектов.

В организации бухгалтерского учета на предприятиях большое внимание уделяется расчетам с поставщиками и подрядчиками. Это обусловлено тем, что постоянно совершающийся кругооборот хозяйственных средств вызывает непрерывное возобновление многообразных расчетов. Одним из наиболее распространенных видов расчетов как раз и являются расчеты с поставщиками и подрядчиками за сырье, материалы, товары и прочие материальные ценности, и оказываемые услуги [1, с.18].

Правильная организация расчетных отношений приводит к совершенствованию экономических связей, улучшению договорной и расчетной дисциплины, так как от

выполнения обязательств по поставленным товарам, выполненным работам, оказанным услугам и своевременности осуществления расчетов, зависит дальнейшее будущее договорных отношений между участниками. Контроль за состоянием расчетов приводит к сокращению дебиторской и кредиторской задолженности, ускорению оборачиваемости оборотных средств, что влияет на финансовое состояние организации.

Внутренние и внешние пользователи финансовой отчетности заинтересованы в получении надежной информации об имущественном положении предприятия и результатах его деятельности, необходимой им для принятия обоснованных управленческих решений. Отсутствие или неполное отражение в отчетности данных о произведенных расчетных операциях, о требованиях и обязательствах может привести к неверным аналитическим расчетам и некорректным выводам в отношении динамики оборачиваемости активов и других показателей деловой активности предприятия, ликвидности баланса и платежеспособности в краткосрочной и долгосрочной перспективе. В связи с этим развитие бухгалтерского учета расчетов современными инструментами в условиях рыночной экономики становится объективной необходимостью. Только грамотно организованная учетная система, разработанная методика ведения учета расчетов, проводимых инновационными инструментами, способны обеспечить формирование качественной отчетной информации и, соответственно, эффективность принимаемых на ее основе решений.

Учет расчетов с контрагентами является важным элементом в системе бухгалтерского учета. Это обусловлено тем, что постоянно совершающийся кругооборот хозяйственных средств вызывает непрерывное возобновление многообразных расчетов. Одним из наиболее распространенных видов расчетов как раз и являются расчеты с поставщиками и подрядчиками за сырье, материалы, товары и прочие материальные ценности [3, с.129].

Поставщиками и подрядчиками организации являются организации и предприятия, поставляющие товарно - материальные запасы (промышленные, сельскохозяйственные и другие предприятия) или оказывающие различные услуги (транспортные, коммунальные услуги, услуги связи и др.).

В задачи учета расчетов с поставщиками и подрядчиками входят:

- обеспечение контроля за правильностью оформления договоров и иных документов, регулирующих и регламентирующих взаимоотношения между предприятием и поставщиками;
- обеспечение контроля за правильностью соблюдения форм расчетов между субъектами рынка;
- правильное отражение операций в первичных документах и регистрах синтетического и аналитического учета по расчетам с поставщиками и подрядчиками;
- своевременное выполнение расчетов с поставщиками и подрядчиками;
- обеспечение постоянного и действенного контроля за состоянием задолженности предприятия перед поставщиками, своевременным поступлением достоверной и полной информации о состоянии и динамике задолженности, необходимой для принятия управленческих решений;
- соблюдение допустимых размеров дебиторской и кредиторской задолженности и их оптимального соотношения [2, с.52].

Расчеты с поставщиками и подрядчиками - раздел учета, где наряду с проверкой отражения операций в системе бухгалтерского учета немаловажное значение приобретает оценка системы первичного учета. Связано это в первую очередь с тем, что практически все документы, оформляющие операции данного раздела, поступают в организацию извне.

Рассматриваемому участку учета свойственны определенные факторы риска, обусловленные следующими причинами:

- отсутствие многократного контроля за первичными документами на стадии их создания и проверки (как это происходит с документацией, создаваемой на предприятии);
- сложность восстановления отсутствующих и исправления неправильно оформленных документов;
- большая вероятность несвоевременного поступления подтверждающих документов;
- отсутствие унификации значительной части первичных документов, подтверждающих совершение этих операций (особенно операций, связанных с расчетами за оказанные услуги). Отсюда риск того, что первичная документация может быть не признана в качестве подтверждающей, если будут какие - либо сомнения в правильности оформления документов и их комплектности.

Таким образом, расчетные операции есть непременное условие предпринимательской деятельности, основа исполнения договорных обязательств, а дебиторская или кредиторская задолженность - их неизбежное следствие, так как практически всегда имеется разрыв во времени между моментом платежа и моментом перехода права собственности на товар.

Список использованной литературы:

1 Гафурова Г.Н. Типовые нарушения системы внутреннего контроля организации и меры к их устранению // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. - 2016. - № 2. - С. 18 - 24.

2 Софийская Н.М. Сверка расчетов с поставщиками и заказчиками // Предприятия общественного питания: бухгалтерский учет и налогообложение. - 2015. - № 1. - С. 52 - 61.

3 Учетная политика организаций на 2015 год / под ред. Л.В. Чистяковой, О.А. Красноперовой. М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2014. - 597 с.

© О.С. Закорецкая, 2017

УДК 338.45:620.9

Нигматуллина А.Н., Магистрант кафедры экономики и управления на предприятии нефтяной и газовой промышленности ФГБОУ ВО УГНТУ
Захарова И.М., Старший преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии нефтяной и газовой промышленности ФГБОУ ВО УГНТУ

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ НЕФТЕГАЗОВЫХ ПРОЕКТОВ

Нефтегазовый бизнес, являющаяся частью мировой экономики и мирового рынка, объединяет в единое целое три основных технологических и цикла: разведку месторождений нефти и газа и добычу сырья, транспортировку углеводородов морским или трубопроводным транспортом и нефти - и газопереработку, маркетинг и реализацию нефтепродуктов на рынке.

В нефтегазовой промышленности сегмент геологоразведки и нефтегазодобычи является наиболее крупным звеном цепочки вертикально - интегрированного нефтегазового бизнеса. При этом, запасы нефти и газа – основной актив в данном сегменте, носит специфический характер, так как имеет вероятностный характер, но при этом формирует потенциальную стоимость нефтяной компании.

При оценке стоимости самих активов (запасов нефти и газа), а также оценки эффективности реализуемых нефтегазовых проектов возникает достаточно много спорных вопросов, представленных на рисунке 1.

Главная проблема – бессмысленность оценки (100 % проектов через 2 года не попадают в показатели экономической эффективности).

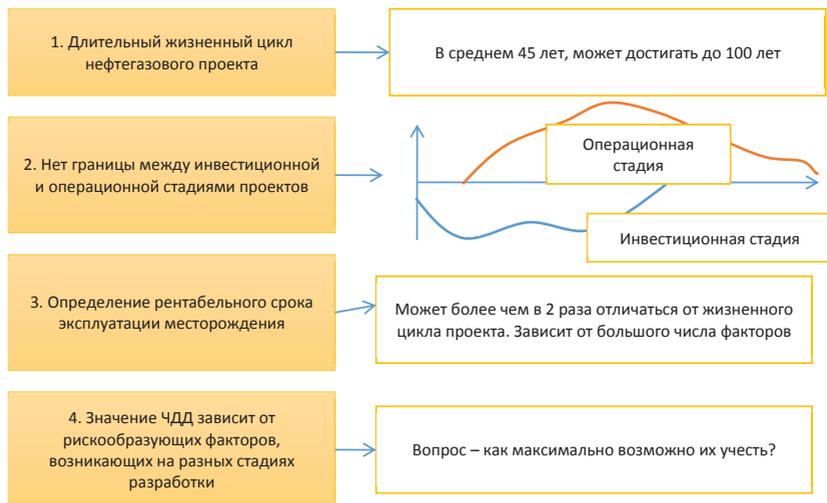


Рисунок 1 - Специфика оценки эффективности нефтегазовых проектов

Основные проблемы оценки эффективности нефтегазовых проектов представлены на рисунке 2.

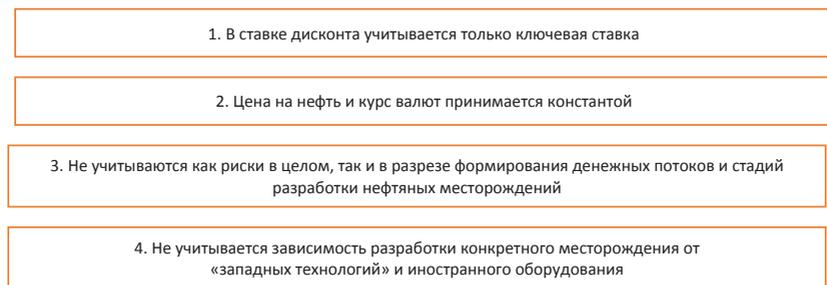


Рисунок 2 - Основные проблемы оценки эффективности нефтегазовых проектов.

Вертикально - интегрированные нефтяные компании сталкиваются с проблемами не только оценки эффективности нефтегазовых проектов. У них возникают проблемы разработки стратегии поведения на рынках энергоносителей и формирования собственной

инвестиционной программы в целях достижения конкурентоспособности и стратегического задела на рынках сбыта нефти и нефтепродуктов. Следовательно, главным этапом разработки инвестиционной программы является оценка эффективности нефтегазовых проектов.

Список использованной литературы:

1. Буренина И.В., Евтушенко Е.В. Экономика отрасли в схемах и таблицах. Допущено УМО по образованию в области производственного менеджмента в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 080200 "Менеджмент" / Уфа, 2015
2. Буренина И.В., Захарова И.М. Стратегическое и текущее планирование на предприятиях нефтяной и газовой промышленности. учебное пособие / Уфимский государственный нефтяной технический университет. Уфа, 2009.
3. Буренина И.В. Механизм формирования программы повышения экономической эффективности деятельности нефтегазодобывающего предприятия // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2011. № 2. С. 7 - 10.
4. Буренина И.В., Гамилова Д.А. Инвестиции в минерально - сырьевую базу нефтегазодобывающих компаний // Экономика и управление: научно - практический журнал. 2010. № 2. С. 76 - 81.
5. Болдырев Е.С., Буренина И.В., Захарова И.М. Учет рисков при оценке инвестиционных проектов в нефтегазовой отрасли // Интернет - журнал Науковедение. 2016. Т. 8. № 1 (32). С. 43.
6. Буренина И.В., Котов Д.В., Батталова А.А., Тасмуханова А.Е., Захарова И.М. Стратегический анализ и оценка потенциала развития добычи полезных ископаемых в Республике Башкортостан // Интернет - журнал Науковедение. 2015. Т. 7. № 6 (31). С. 15.
7. Буренина И.В., Гамилова Д.А. Факторы, определяющие тенденции и направления инвестиционной деятельности в нефтедобыче // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2013. № 5. С. 17.
8. Буренина И.В. Организация экономического механизма управления рисками выбытия скважин при их эксплуатации в условиях обеспечения устойчивого развития нефтегазового предприятия // Электронный научный журнал Нефтегазовое дело. 2011. № 1. С. 300 - 308.
9. Тасмуханова А.Е. Оценка и управление рисками // Уфа, 2011.
© Нигматуллина А.Н., Захарова И.М.

УДК 336.71

Л.Е. Зернова, К.э.н., доцент, РГУ им. А.Н.Косыгина, г. Москва, Российская Федерация
А.И. Караман, магистрант РГУ им. А.Н.Косыгина, г. Москва, Российская Федерация

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ БАНКОВСКИЙ РИСК

Современный банковский рынок не обходится без риска. Под «риском» чаще всего понимают угрозу потери банком своих ресурсов, получения доходов не в полном (запланированном) размере или произведения дополнительных расходов в результате

осуществления определенных финансовых операций. Риски обостряются в условиях экономической нестабильности или введения санкций [1, с. 60], [2, с. 66].

Банковский риск - это, прежде всего ситуативная характеристика деятельности банка, отображающая неопределенность ее исхода, и характеризующая вероятность негативного отклонения действительности от ожидаемого. В этом определении внимание направлено на ключевые понятия, нужные для понимания банковских рисков, т.е. на неопределенность ситуации принятия решения и вероятность негативного отклонения результата от планируемого.

Обратим внимание на уровень риска, который будет увеличиваться, если: проблемы возникают внезапно и вопреки ожиданиям; поставлены новые задачи, не соответствующие прошлому опыту; руководство не в состоянии принять необходимые и срочные меры, что может привести к финансовому ущербу; существующий порядок деятельности банка или несовершенство законодательства мешает принятию некоторых оптимальных для конкретной ситуации мер.

Банковские операции очень разнообразны, каждой из них присущи свои характерные особенности, а, следовательно, и определенный уровень риска или фиксированная вероятность потерь, где такое разнообразие банковских операций дополняется разнообразием клиентов и изменяющимися рыночными условиями, что значительно осложняет разработку некоторых критериев оценки риска.

Анализируя существующие риски коммерческих банков России на современном этапе, нельзя оставить без внимания следующие факторы: неустойчивость политического положения; незавершенность формирования банковской системы; отсутствие или несовершенство некоторых основных законодательных актов, несоответствие между правовой базой и реально существующей ситуацией; инфляцию и др. Все перечисленные обстоятельства вносят существенные изменения в совокупность возникающих банковских рисков и методы их исследования.

Анализ литературных источников показал существование различных признаков классификации банковских рисков, таких как:

- сфера влияния или факторы возникновения банковского риска;
- вид отношения к внутренней и внешней среде или по источникам возникновения;
- характер объекта: вид деятельности, отдельная операция или банковская деятельность в целом;
- специфика клиентов банка;
- характер учета риска;
- распределение риска по времени;
- метод расчета риска;
- степень (объем) банковского риска;
- возможность управления банковскими рисками.

В общем виде все банковские риски по факторам возникновения делятся на политические или экономические. Политические риски – риски, подвергающиеся изменениям под влиянием политической обстановки, отрицательно влияющей на результаты деятельности предприятий (военные действия на территории страны, закрытие границ, запрет на вывоз или ввоз товаров и т.д.). Экономические риски – риски,

обусловленные неблагоприятными изменениями в экономике страны или в экономике самого банка.

Эффективность организации управления банковскими рисками во многом зависит не только от четкой их формулировки, но и научно обоснованного разграничения на конкретные группы и виды по определенным признакам. Научно обоснованная классификация банковских рисков позволяет определить место каждого из них в общей системе [3, с. 65]. Она создает возможности для эффективного применения соответствующих методов и приемов управления ими. Но необходимо иметь четкое определение банковского риска в системе рисков. Для этого нами был проведен анализ литературных источников, определяющих понятие «банковский риск» (табл. 1).

Таблица 1 – Анализ определений «банковский риск»

Автор	Название работы	Определение
Костюченко Н.С.	Анализ кредитных рисков	Банковский риск – это вероятность возникновения потерь в виде утраты активов, недополучения запланированных доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления банком финансовых операций.
Славянский А.В.	Оценка факторов и предпосылок возникновения кредитного риска при банковском финансировании юридических лиц	Банковский риск – это возможность возникновения у банка финансовых потерь (убытков), незапланированных расходов или возможность снижения планируемых доходов. Степень риска и его величина при осуществлении операции того или иного рода могут быть заранее оценены банком исходя из состояния рынка, на котором планируются операции, общеэкономического и политического положения в регионе проведения операций.
Пономарев В.А.	Государственно - монополистическое регулирование деятельности банков. Границы и противоречия	Под банковским риском понимаем опасность возникновения сокращения ресурсной базы банка и осуществления выплат по забалансовым операциям, вызванным кризисными явлениями экономики и нарушением разумных принципов организации операций в самом банке.
Киселев В.В.	Коммерческие банки России: настоящее и будущее.	Угроза того, что банк понесет потери.

Маурер М.Э. и Мохов А.В.	Управление рисками	Риск убытков в случае неисполнения контрагентом контракта
Севрук В.Т.	Риски финансового сектора Российской Федерации	Кредитный риск - вероятность того, что стоимость части активов банка, в особенности кредитов, уменьшится или сведется к нулю»
Василишен Э.Н. и Маршавина Л.Я.	Механизм регулирования деятельности коммерческих банков России на макро - и микроуровне	Вероятность убытков в связи с частичным или несвоевременным погашением кредитов или неуплатой процентов по ним
Тоцкий М.Н.	Методологические основы управления кредитным риском в коммерческом банке.	1.Кредитный риск - риск неисполнения заемщиком своих обязательств перед банком - кредитором в части уплаты основной суммы долга и процентов, установленных в рамках кредитного соглашения. 2. Кредитный риск - вероятность уменьшения стоимости части активов банка на сумму выданных кредитов и приобретенных долговых обязательств 3.Кредитный риск банка включает в себя риск конкретного заемщика и риск портфеля ссуд банка.

Толкование банковских рисков, как мы видим, является неоднозначным. Таким образом, в отечественной и зарубежной экономической литературе можно встретить самые различные определения банковского риска, что можно объяснить многогранностью и разноплановостью этого понятия. Сравнительный анализ приведенных источников показал, что банковский риск рассматривается большинством экономистов как влияние на финансовые результаты коммерческого банка. Исходя из этого, мы можем сказать, что успешное управление финансовым риском является одним из наиболее важных факторов, обеспечивающих устойчивое функционирование кредитной организации, где ключевая задача коммерческого банка заключается в обнаружении и устранении возможных неблагоприятных событий, а также в поиске способов минимизации их последствий [4, с. 161]. Каждый коммерческий банк имеет свой набор рисков, зависящий от специфики банковской деятельности.

На основании проведенного анализа можно представить уточненное определение понятия «банковский риск» или «риск банковской деятельности».

Риск банковской деятельности – это вероятность того, что в результате нерациональной системы управления ресурсами банка его фактическая прибыль окажется меньше запланированной (ожидаемой).

Список использованной литературы:

1. Зернова Л.Е., Караман А.И. Регулирование банковских рисков в условиях экономической нестабильности. Сборник статей Международной научно - практической конференции «Современные концепции развития науки». 2016. С. 59 - 62.
2. Зернова Л.Е. Риски кредитного портфеля коммерческого банка в условиях экономической нестабильности. Сборник научных трудов Экономика и управление: проблемы, тенденции, перспективы развития. М.: МГУДТ. С. 64 - 68.
3. Зернова Л.Е., Вешкина Е.Н. Управление операционными рисками коммерческого банка. Сборник статей Международной научно - практической конференции «Приоритетные научные исследования и разработки». 2016. С. 64 - 67.
4. Zernova L.E., Pyuna S.I. Risks the credit portfolio of the bank in terms of sanctions. Материалы VIII международной научно - практической конференции «Академическая наука - проблемы и достижения». 2016. С. 160 - 163.

© Л.Е. Зернова, А.И. Караман, 2017

УДК 33

Н.С. Ивашина

К.п.н., доцент кафедры экономики и финансов

О.Н. Синицына

К.п.н., доцент кафедры государственного муниципального
управления и управления персоналом
ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный
технический университет им. Г.И. Носова»
г. Магнитогорск, Российская Федерация

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СВОБОДА И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАТЕГОРИЙ

Современные экономические условия хозяйствования, связанные со свободой предпринимательства, самокупаемостью и самофинансированием предприятий и организаций влекут за собой экономическую ответственность за последствия хозяйственной деятельности.

Ответственность - сложная философская, социологическая, этическая категория, в которой выделяются объективная и субъективная стороны: ответственность как совокупность объективных требований, предъявляемых обществом к отдельным своим членам и ответственность, как своеобразное состояние сознания (в форме сознания и чувства ответственности).

По мнению А.П. Чермениной, понятие «ответственность» ввел Дж.С.Т. Милль в работе «О свободе» (1861)[1]. А Ф. Плахотный связывает ведение категории «ответственность» в философию с именем английского философа А. Бэна и его работой «Emotions and will» (1855) [2].

В философии ответственность идентифицируется с обязанностью (И.Кант), последствием нарушения обязанности, наказуемостью (А. Бэн), принятием или возложением определенных обязательств, общественным отношением (Н.А. Головки, Ю.П. Сокольников, З.И. Артеменко и др.).

Однако, уже в античной Греции, прежде всего в трудах Платона, был четко сформулирован вопрос о том, в какой степени человек сознательно и добровольно является творцом своих поступков и, следовательно, в какой мере он за них ответствен. Платон признает за человеком возможность свободного выбора и тем самым ответственность за свои поступки. Объектом нашего исследования являются экономическая свобода и экономическая ответственность [3].

Экономическая свобода – широта экономического поведения субъектов хозяйствования при выборе форм собственности и сферы приложения своих способностей, знаний, возможностей, профессии, способов распределения доходов, потребления материальных благ; реализуется на базе законодательных государственных норм; неотделима от экономической ответственности граждан [4].

Таким образом, наличие свободы выбора порождает наличие ответственности.

Об ответственности может идти речь при анализе поведения и деятельности сознательного субъекта.

Из общеправового определения ответственности «как способа регламентации общественных отношений в человеческом обществе» логически следует, что каждому конкретному социальному отношению должен быть поставлен в соответствие тот или иной способ его регламентации, то есть соответствующий ему вид ответственности: политическая, экономическая, правовая, моральная и т.п. Определяющая роль экономических отношений в обществе позволяет рассматривать экономическую ответственность как ядро, системообразующий вид всех отношений социальной ответственности [3].

Экономистами Т.Г. Самборской, Л.С. Бляхманом, Л.И. Абалкиным и др. подчеркивается, что объективной основой возникновения экономической ответственности выступает общественное разделение труда и вытекающая из него необходимость обмена результатами труда [5].

Необходимость обмена требует регламентации отношений обмена, распределения и потребления. Следовательно, отношения между субъектами приобретают форму экономической ответственности, если они должным образом упорядочены через систему экономических норм, санкций, заключение хозяйственных договоров.

Реализация экономических отношений осуществляется в процессе экономической, предпринимательской деятельности. В ходе этой деятельности осуществляется активное присвоение человеком экономических норм, правил, формируется экономическая ответственность.

Для нашего исследования важным является понятие «экономическая деятельность». Экономическая деятельность представляет собой систему действий и операций по целесообразному изменению и преобразованию духовного и материального производства, систему учета, контроля, обмена и распределения и потребления ценностей в соответствии с общественными и индивидуальными потребностями и интересами.

Экономическая ответственность показывает, какие виды деятельности одобрены государством, какие - допустимы, какие – запрещены и наказуемы.

Под экономической ответственностью, с объективной точки зрения, мы понимаем обязанность субъектов рынка отвечать за полное удовлетворение потребностей общества в своей продукции, за эффективное использование ресурсов – трудовых, материальных, энергетических, оборудования, производственных мощностей. Экономическая ответственность выражает зависимость положения участников производства в обществе (их доходов, объема используемых ресурсов, масштабов деятельности, престижа) от результатов их экономического поведения [6].

Таким образом, экономическая ответственность направлена на предотвращение возможностей проявления негативно отклоняющихся форм экономического поведения.

В психолого - педагогической литературе ответственность рассматривается как чувство, при наличии которого достигается наилучшее выполнение обязанностей (А.В. Волнистова, Т.Ф. Шилова), способность человека предвидеть результаты своей деятельности (В.П. Тугаринов), самоконтроль (А.В. Петровский, К. Муздыбаев), отношение, реализованное в поведении (А.Ф. Плахотный) [7].

Под экономической ответственностью, с субъективной точки зрения, мы понимаем способность личности к сознательному и самостоятельному принятию и возложению на себя определенных обязательств в процессе экономической деятельности перед обществом, коллективом и самим собой, и готовность отчитываться за результаты этой деятельности в виде разнообразных санкций со стороны общества и самого себя.

Когда человек становится сотрудником организации, ответственность трансформируется в желание и способность квалифицированно подойти к выполнению своей работы в интересах организации. В условиях рыночной экономики хозяйствующий субъект отвечает по своим обязательствам, принадлежащим ему имуществом, денежными активами. Вследствие этого ответственность обладает явно ощутимыми формами [8].

Есть и вторая, не менее важная сторона экономической ответственности. Субъект, нарушающий свои обязательства, теряет доверие и, по существу, лишается статуса полноценного, надежного партнера, участника делового предпринимательства. Если экономическое взыскание за нарушение правил и обязательств не будет осуществлено в судебном порядке, через арбитраж, то суд экономического общественного мнения неизбежен. И эта мера ответственности оказывается несколько не меньшей, чем по суду.

Список использованной литературы:

1. Черменина А.П. Проблема ответственности в современной буржуазной этике // Вопросы философии. 1965. №2. С.76 - 87
2. Плахотный, А.Ф. Проблема социальной ответственности / А.Ф. Плахотный. Харьков.: Вища школа. Изд - во при Харьк. ун - те, 1981. - 192 с.
3. Ивашина Н.С. Формирование экономической ответственности студентов в образовательном процессе профессионально - педагогического колледжа: дис. ... канд. пед. наук / Магнитогорск, 2001. – 165 с.
4. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 2 - е изд., испр. М.: ИНФРА - М, 1999. - 479 с.

5. Самборская, Т.Г. Экономическое поведение работников / Т.Г. Самборская. М.: Экономика, 1988.

6. Кобелева И.В., Гришакина Е.Г., Ивашина Н.С. Проблемы повышения эффективности экономической подготовки студентов вузов. Магнитогорск, 2010.

7. Management of the process of vocational training of a competent specialist. Balynskaya N.R., Sinitsina O.N., Kuznetsova N.V., Kopyakova S.V. Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. Т. 6. № 5 S4. С. 538 - 545.

8. Показатели оценки кадрового потенциала предприятия. Балынская Н.Р., Кузнецова Н.В., Сеницына О.Н. Вопросы управления. 2015. № 2 (14). С. 127 - 138.

© Н.С. Ивашина, 2017

© О.Н. Сеницына, 2017

УДК 336.711

С.И. Ильина

канд. техн. наук, доцент кафедры
«Производственного менеджмента»,
РГУ им. А.Н.Косыгина

А.С. Володина

магистрант 1 курса РГУ им. А.Н.Косыгина
г. Москва, Российская Федерация

К ВОПРОСУ ОБ УТОЧНЕНИИ ПОНЯТИЯ «МАЛЫЙ БИЗНЕС» И ЕГО КРЕДИТОВАНИИ

Кредитование малого бизнеса играет важную роль, поскольку развитие малого предпринимательства способствует укреплению экономики и улучшению инвестиционного климата в стране. Опыт развитых стран также показывает, что малое предпринимательство играет важную роль в экономической жизни общества [1, с. 23]. Малый бизнес в непростых условиях общего экономического развития России медленно, но развивается, что свидетельствует о его внутреннем потенциале. Малый бизнес вливается в хозяйственную структуру, в конкурентную среду и в общественное разделение труда. Его развитие способствует: удовлетворению нужд крупных предприятий и ФПП; созданию новых рабочих мест; внедрению новых товаров и услуг на рынке; обеспечению населения специализированными товарами и услугами.

Создание малых предприятий и фирм инициируется крупными компаниями, которые поручают им курировать отдельные производства и технологии, устанавливая тесные связи с рынком и конкурентами, а часть мелких фирм включена в крупные производственные холдинги. Крупные компании стали постоянными клиентами малых предприятий и фирм, а те – их поставщиками.

Нами был проведен анализ различных литературных источников для уточнения понятия «Малый бизнес» (табл.1).

Таблица 1 Сравнительная характеристика понятия «Малый бизнес»

№	Автор	Название работы	Определение
1.	https://ru.wikipedia.org – дата обращения 31.01.17	Материал из Википедии – свободной энциклопедии	Предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения
2.	Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.	Современный экономический словарь - 2 - изд., испр. М.: ИНФРА - М. 479 с. 1999.	Бизнес, осуществляемый в малых формах, опирающийся на предпринимательскую деятельность частных предпринимателей, небольших фирм, малых предприятий. Малый бизнес характерен для некоторых видов и форм производства, торговли, сферы услуг
3.	Финам	Финансовый словарь	Бизнес, опирающийся на предпринимательскую деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения
4.	Под редакцией Н.Э. Соколинской и Л.М. Куприяновой	Кредитование как важнейший фактор развития малого бизнеса в России – М.: КНОРУС – 2016.	Совокупность мелких и средних предприятий, прямо не входящих ни в одно монополистическое объединение и выполняющих подчиненную по отношению к монополиям роль в экономике
5.	https://banki.ru – дата обращения 31.01.17	Словарь банковских терминов и экономических понятий сайта	Внесенные в Единый государственный реестр юридические лица (потребительские кооперативы, коммерческие организации) и физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность

Проанализировав понятие «Малый бизнес», можно сказать, что некоторые авторы дают более развернутое определение с учетом основных характеристик данной экономической категории, а другие – более краткое.

Малый бизнес — это сектор экономики, включающий в себя индивидуальное предпринимательство и небольшие частные предприятия. Можно сделать вывод, что малый бизнес – это любая экономическая деятельность субъекта, направленная на получение прибыли. Малый бизнес в большинстве стран пользуется поддержкой государства. Так, например, в РФ действует закон «О государственной поддержке малого предпринимательства», который определяет меры по стимулированию развития малого предпринимательства. Вышесказанное подтверждает актуальность данной тематики.

Кредит для бизнеса, в том числе малого, предоставляется на самые различные цели: открытие или развитие бизнеса, пополнение оборотных средств, диверсификация производства, для приобретения оборудования, покупки автотранспорта, движимого или недвижимого имущества и т.д. [2, с. 164]. Обычно предприниматели получают кредит под обороты, залог коммерческого имущества или под залог имущества третьих лиц. Также банки предлагают воспользоваться поручительством других более крупных компаний или различных фондов содействия кредитования бизнеса. Иногда возможны варианты и

беззалогового кредитования. Проведем сравнительный анализ кредитования малого бизнеса на основе источников экономической литературы (таблица 2):

Таблица 2 – Сравнительный анализ определений кредитование малого бизнеса

Автор	Название работы	Определение
Форум https://rmaalybiznes.ru – дата обращения 31.01.17	Кредитование малого бизнеса	Передача капитала банковских организаций для временного его использования малому бизнесу с начислением процентов за пользование
Кредитный портал http://www.kreditbusiness.ru/kreditovanie1.html – дата обращения 31.01.17	Малый бизнес	Услуга для предприятий, индивидуальных предпринимателей, представителей малого бизнеса, осуществляющих свою деятельность в сфере производства, торговли или предоставления услуг. Данная услуга предоставляется кредиторами, как правило, банками и банковскими структурами, одно из приоритетных направлений их деятельности

На основе проведенного анализа сделаем вывод, что кредитование малого бизнеса – весьма приоритетное направление деятельности банков. Банки сформировали перечень наиболее распространенных видов кредитования для работы с малыми предприятиями в РФ, т.к. малый бизнес обеспечивает необходимую мобильность выпускающих производств в условиях рынка, без чего немислима их высокая эффективность.

Список использованной литературы:

1. А. Арцыбашева, Н. Кириллова - Кредитование как важнейший фактор развития малого бизнеса в России – М.: КНОРУС, 2016.
2. Л. Зернова, С. Ильина - Совершенствование кредитной политики коммерческого банка - Материалы VI Международной научно - практической конференции Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности – г. Уфа, 10 апреля 1015. – с. 164 - 168.

© С.И. Ильина, А.С. Володина 2017

УДК 657

Жменя Л. Т., Доцент кафедры ЭИиТД,
Иосава Д. Д., Студент магистратуры I курс
 Международный инновационный университет
 г.Сочи, Российская Федерация

ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

Банковская система в Республике Абхазия состоит из Национального банка Республики Абхазия (Банк Абхазии) и 15 коммерческих банков. По республике работают 23 отделения

Сбергательного банка РА, обменные пункты валют в городах от коммерческих банков и во всех отделениях Сбербанка.

Большая часть кредитных организаций действующих на территории Республики Абхазия организована в форме обществ с ограниченной ответственностью. Лишь одна кредитная организация действует как открытое акционерное общество.

Банки, действующие в форме обществ с ограниченной ответственностью, отличаются высокой долей в уставном капитале крупных участников – физических лиц (владеющих долей от 5 % до 19 % уставного капитала банка), в то время как акционерный банк показывает отсутствие крупных акционеров – физических лиц.

Банковский сектор представляет собой один из главных элементов финансовой системы, благодаря выполняемым функциям: аккумуляция временно свободных финансовых ресурсов, выпуск кредитных средств обращения, предоставление кредитов, осуществление денежных расчетов и платежей, консультирование и предоставление экономической и финансовой информации и т.д. Перечень функций современного коммерческого банка может выходить за рамки чисто экономических отношений, заставляя рассматривать его взаимоотношения в рыночной среде под макроэкономическим углом, и в непосредственной связке со всей хозяйственной системой страны.

Банки подвержены рискам, что определено, прежде всего, основным направлением деятельности банка – посредничество в перемещении финансовых потоков от кредитора к заемщику. Следует сказать, что банк довольно чувствителен к финансовому состоянию своих клиентов, поскольку предоставление и размещение денежных средств строится на общепринятых принципах платности, срочности и возвратности. Банки в процессе функционирования сталкиваются с различными видами рисков, которые отличаются между собой временем и местом возникновения, внутренними и внешними факторами, влияющими на их уровень, и, следовательно, на методы их описания и способы их анализа. Все риски взаимосвязаны между собой и воздействуют на деятельность банка. Более того, ущерб, причиненный риском финансовому положению банка, негативно сказывается на финансовом положении его контрагентов и клиентов. Риск присутствует практически в любой операции коммерческого банка, однако он может быть различных масштабов и по-разному компенсироваться. Следовательно, для банковской деятельности важным является не избежание риска вообще, а предвидение и снижение его до минимального уровня.

Разнообразие и большое количество деловых операций, заключаемых с клиентами финансового рынка коммерческим банком; снижение уровня финансовой устойчивости банка под влиянием наступившего риска, оказывающего прямое негативное воздействие на финансовое положение клиентов и контрагентов банка; высокая вероятность рисков, присущая этим операциям, и вероятность проявления риска на любом этапе банковской операции, все это в совокупности определяет необходимость формирования в коммерческих банках постоянно действующей системы управления рисками, направленной на своевременное предвидение риска и сокращения издержек, связанных с фактом его наступления.

Список использованной литературы

1. Величко Н.Ю., Калинушкин В.С. Проблемы и основные направления совершенствования деятельности ПАО «Сбербанк России» // Наука и образование: новое время. 2015. № 5 (10). С. 14 - 20.

2. Величко Н.Ю., Бердышев О.К. Приоритетные направления и пути совершенствования ресурсной политики банка // Science Time. 2015. № 10(22). С. 48 - 54.

3. Величко Н.Ю., Березниченко Е.И. Исследование методов оценки кредитоспособности коммерческого банка // Научно - методический электронный журнал концепт Издательство: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, Киров. 2016, т.11. - С.281 - 285

4. Величко Н.Ю., Лаврова Е.М., Кравченко К.А. Управление рисками как бизнес - процесс // Научно - методический электронный журнал концепт Издательство: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, Киров. 2016, т.11. – С.56 - 60

5. Величко Н.Ю., Лисин Д.А., Кузнецова М.А. Малый бизнес как ресурс развития экономической безопасности // Научно - методический электронный журнал «Концепт». - 2016. - Т. 11. - С. 186 - 190. - URL: [http:// e - koncept.ru / 2016 / 86041.htm](http://e-koncept.ru/2016/86041.htm)

6. Деньги. Кредит. Банки: учебное пособие. / П.Н. Колтыпин, Н.М. Колтыпин, Н.М. Багрий, Ю.М. Складорова, И.Ю.Складоров, Т.Г. Гурнович, М.А.Воронин, Е.И. Капустина, Н.Н. Тельнова, И.Б. Манжосова, В.С. Германова, Н.А. Шилова, Т.Н. Чепракова, Т.Ю. Бездольная, О.П. Григорьева, Л.В. Кулешова, А.В. Форонова Т.В. Скребцова, Н.В. Собченко, В.В. Мануйленко, Н.Ю. Величко и др. 5 - е изд. перераб и доп. - М.: Финансы и статистика; Ставрополь: АГРУС, 2011. - 352 с. (Сер. «Я - менеджер»)

© Жменя Л.Т., Иосава Д.Д., 2017

УДК 332.1

Е.Е. Кабанова

Кандидат социологических наук,
старший преподаватель кафедры менеджмента
и административного управления РГСУ
г.Москва, Российская Федерация

Д.О. Галкина

студентка, направление подготовки «Государственное и муниципальное управление»,
кафедра менеджмента и административного управления РГСУ
г.Москва, Российская Федерация

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ УФИМСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН)

В последнее десятилетие в России роль местного самоуправления в механизме управления страной резко возросла. Система местного самоуправления находится в процессе непрерывного развития, направленного на создание оптимальной социально - экономической ситуации самого образования, субъекта РФ, в состав которого оно входит, и, соответственно, государства.

Изучению проблемы стратегического управления развитием муниципального образования посвящены работы как российских, так и зарубежных ученых, таких как И. Ансоффа, Х. Виссема, Г. Минцберга, Д. Хасси, А.А. Томпсона, А.Дж. Стрикленда, О.С. Виханского, В.С. Сизова, Р.А. Фатхутдинова, А.Г. Гранберга, В.Е. Селиверстова и др. Очевидно, что проблема управления социально - экономическим развитием муниципальных образований не нова.

Для рассмотрения проблемы, важно понимать, что означает термин «стратегическое управление». Стратегическое управления муниципальным образованием - это комплекс управленческой деятельности органов местного самоуправления, направленный на поддержание стабильного социально - экономического развития с учетом будущих перспектив [4, с. 220].

Система стратегического управления муниципальным образованием включает в себя следующие составные части: получение, анализ и оценка необходимой информации; выработка и принятие решений и организация их выполнения; анализ полученных результатов и внесение корректировок в ход дальнейшей работы [12, с. 14].

Рассмотрим стратегическое управление в Уфимском районе. Уфимский район - административно - территориальная единица, входящая в состав Республики Башкортостан Российской Федерации. Количество населенных пунктов в районе достигает 89. Показатели доходов бюджета Уфимского района Республики Башкортостан стабильно увеличиваются из года в год. Согласно официальным данным, в 2015 году сумма доходов, поступивших в бюджет Уфимского района, составила 1718697,3 руб., что превысило показатели дохода в 2014 году, когда они достигли 1491498,1 руб., и превзошло показатели прибыли, утвержденные планом развития муниципального района на 2015 год [11].

В районе около 700 хозяйствующих субъектов. Доходы районного бюджета в первую очередь зависят от стабильной деятельности предприятий промышленности и переработки. Крупнейшие из них: «ГлавБашСтрой», «Ласселсбергер», Уфимский трансформаторный завод ОАО «Электрозавод», «Уфамебель». В ближайшее время ожидается увеличение бюджета за счет прибыли крупнейшей деревоперерабатывающей компании ООО «Кроношпан».

Бюджет муниципального образования формируется выплатами физических и юридических лиц, такими как:

- 1) доходы физических лиц;
- 2) совокупный доход (в поселениях);
- 3) имущество физических лиц;
- 4) земельный налог;
- 5) от использования имущества (аренда);
- 6) от продажи земельных участков;
- 7) другие налоги и сборы (НДПИ, госпошлина, штрафы и т.д.).

В 2013 году была разработана комплексная стратегия социально - экономического развития муниципального образования Уфимский район на период 2013 - 2015 гг., в результате осуществления которой планировался рост собственной экономической базы, улучшение уровня жизни населения района, обеспечение материальных потребностей населения и формирование их духовно - нравственных ценностей [11].

Согласно стратегии, должны были быть достигнуты следующие показатели:

- 1) объем отгруженных товаров собственного производства к 2015 году возрастет до 209,5 % в сравнении с 2013 годом;
- 2) инвестиции в основной капитал к 2015 году составят 149,4 % в сравнении с 2013 годом;
- 3) число малых предприятий возрастет до 930 единиц;
- 4) среднемесячной заработной платы возрастет на 166,4 % ;
- 5) снижение потребления энергоресурсов увеличится на 15 % .

Из доклада Главы администрации Вилория Угарована на «XXXI заседании Совета муниципального района Уфимский район Республики Башкортостан», 2015 год для района оказался плодотворным благодаря следующим аспектам:

1. Уфимский район внес существенный вклад в подготовку саммитов ШОС и БРИКС.
2. Общий объем отгрузки товаров и услуг собственного производства в 2015 году составил более 17 млрд. рублей, что превосходит значения предыдущего периода – 107,5 %.
3. Индекс промышленного производства - 106,3 % .
4. Оборот розничной торговли в 2015 году составил 5,2 млрд. рублей, что почти на 7,5 % больше прошлогоднего уровня.

5. Одним из главных индикаторов, характеризующих уровень жизни населения, является заработная плата, в 2015 году по району она возросла на 9 % и составила 34 тысячи рублей в месяц.

6. В начале 2015 года был утвержден комплексный план мероприятий, направленных на поддержание устойчивого развития экономики и социальной стабильности в муниципальном районе Уфимский район Республики Башкортостан в 2015 - 2017 гг.

7. Благодаря муниципально - частному партнерству возобновлена работа двух крупных объектов муниципальной собственности - асфальтобетонного завода села Михайловка и детского оздоровительного лагеря «Огонек» в деревне Глумилино.

8. В районе традиционно стабильно развивается малый и средний бизнес. По статистическим данным, на 1 января 2016 года зарегистрировано 1279 средних, малых и микро предприятий, а число частных предпринимателей возросло до 1706.

9. Объем экспорта в 2015 году вырос до 209,5 % в сравнении с показателями 2013 года.

10. Инвестиции в основной капитал в 2015 выросли до 149,4 % в сравнении с 2013 годом.

11. Число малых предприятий выросло до 930 единиц.

12. Среднемесячная заработная плата выросла до 166,4 % .

13. Потребления энергоресурсов понизилось на 15 % .

Однако глава администрации района также отметил негативные изменения в социально - экономической сфере муниципального образования:

1. Кризис негативно сказался на покупательской способности населения – пошли на спад показатели оборота общественного питания и платные услуги, оказываемые жителям района.

2. Доля убыточных предприятий составила более одной трети (34 %) от общего числа предприятий [10, с. 14].

На протяжении 2015 года положение экономики в районе отслеживалось посредством мониторинга оценки эффективности работы органов местного самоуправления. В целом по показателям, утвержденным Постановлением Правительства Республики Башкортостан № 435 от 5 декабря 2012 г., Уфимский район на протяжении трех лет лидирует.

Подводя итоги, можно отметить, что разработка стратегии социально - экономического развития Уфимского района говорит о действительной заинтересованности органов власти, местного населения и частного сектора в переходе на качественно новый уровень развития муниципального образования [5; 6, с. 60]. В Уфимском районе в целом наблюдается положительная динамика, результат которой отражается в статистических фактах, представленных главой администрации на XXXI заседании Совета муниципального района. Развивается экономическая и социальная сфера: наблюдается рост промышленности, рост заработной платы, растут показатели товарооборота, инвестиции в капитал.

Список использованной литературы:

1. Ветрова Е.А. Особенности развития государственно - частного партнерства в Российской Федерации. Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 6 (146). С. 69 - 72.
2. Ветрова Е.А. Управление инновационным развитием региона. Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 11 (127). С. 36 - 40.
3. Евстратова Т.А. Управленческая культура как необходимый элемент развития местного самоуправления. Материалы Афанасьевских чтений. 2016. № 1 (14). С. 65 - 69.
4. Зотов В.Б., Макашева З.М. Муниципальное управление. Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2007 г. С. 219 - 221.
5. Кабанова Е.Е. Управление развитием туристической привлекательности муниципальных образований Российской Федерации: социологический анализ. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук / Государственный университет управления. Москва, 2016.
6. Кабанова Е.Е. Управление развитием туристической привлекательности муниципальных образований Российской Федерации: социологический анализ. Государственный университет управления. Москва, 2016.
7. Кабанова Е.Е. Отечественный опыт развития социальной инфраструктуры городов Российской Федерации. Материалы Ивановских чтений. 2015. № 5. С. 25 - 29.
8. Козырев М.С. Порядок принятия и исполнения актов Правительства РФ. Материалы Ивановских чтений. 2016. № 1 (6). С. 120 - 131.
9. Козырев М.С. Принятие и исполнение государственных решений при рассмотрении жалоб. Материалы Афанасьевских чтений. 2016. № 2 (15). С. 49 - 55.
10. Отчетный доклад главы администрации муниципального района Уфимский район Республики Башкортостан об итогах работы за 2015 год.
11. Официальный сайт муниципального района Уфимский район Республики Башкортостан РФ - ufim.bashkortostan.ru
12. Пешин Н.Л. Государственная власть и местное самоуправление в России: проблемы развития конституционно - правовой модели, - М., Статут, 2007 г. С. 12 - 18.

13. Evstratova T., Shalashnikova V., Starostenkov N., Nakhratova E., Zotova A., Ziroyan M. Practical aspects of volunteer movement development in Moscow. Research Journal of Pharmaceutical, Biological and Chemical Sciences. 2016. T. 7. № 3. С. 2073 - 2081.

© Е.Е. Кабанова, 2017

© Д.О. Галкина, 2017

УДК 338.3:338.054.23

Н.Н. Калькова

к.э.н., доцент

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет

им. В.И. Вернадского»,

г. Симферополь, РФ

СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ МОТИВАЦИИ ВНЕДРЕНИЯ ЧИПОВАНИЯ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Обеспечение высокого уровня и качества жизни населения – приоритетные направления социальной политики государства, требующие не только предоставления гарантированного комплекса необходимых социальных услуг, но и институционального обеспечения ассортимента, качества разнообразных товаров в соответствии с формирующимися потребностями населения, учитывая уровень бюджетного ограничения потребителей в определенный пространственно - временной период. Главная задача, стоящая перед всеми участниками рыночных процессов заключается в обеспечении наиболее полного удовлетворения потребностей населения, посредством бесперебойного обеспечения потребителей в особенности высококачественными продуктами питания, поскольку питание является одним из факторов, влияющих на состояние здоровья и продолжительность жизни населения. Не случайно параметр состояния здоровья граждан ежегодно оценивается не только внутри страны, но и применяется при общемировом ранжировании, в результате которого в 2016 г. было исследовано 188 стран, при этом Россия заняла 119 место [1]. Одними из критериев оценки являлись статистические значения количества людей с низким ростом и избыточным весом, обусловленным, в том числе, неправильным питанием. Важность осознания проблемы формирования здорового питания у населения подтверждается утверждением новых рекомендаций относительно более рационального потребления продуктов питания: Приказ Минздрав России от 19.09.2016 г. №614 «Об утверждении Рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания» [2], в котором, например, рекомендовано уменьшение нормы потребления хлеба и хлебобулочных изделий, картофеля, сахара, масла сливочного и сметаны при одновременном увеличении нормы потребления рыбы, мясных и некоторых молочных продуктов, овощей и фруктов, растительного масла. Данная положительная тенденция прослеживается и в отношении потребителей, которые готовы платить больше за

высококачественные продукты питания, способные, по их мнению, улучшить состояние здоровья [3].

Вместе с тем, несмотря на постоянный спрос на продукты питания, значительную заинтересованность к поддержанию принципов здорового питания двух рыночных участников в триаде: государство - производитель - потребитель, все же на рынке присутствуют недобросовестные производители, выпускающие низкокачественную продукцию, наносящую вред не только здоровью человека, но и безопасности страны в целом.

Так, по данным регионального управления Россельхознадзора Республики Крым в 2016 г. из 202 отобранных образцов молочной продукции, взятых в детских садах и столовых школ в регионе и г. Севастополе 22,5 % – фальсифицировано, также выявлено 45 % фальсифицированной мясной продукции (из всего количества отобранных образцов) [4]. Следует отметить, что за 9 месяцев 2016 г., в результате исследования 65469 партий продукции на безопасность продукции животного происхождения, установлено, что в 5437 партиях (8,3 %) показатели не соответствовали ветеринарно - санитарным нормам и требованиям безопасности, при этом, из общего количества партий исследованной продукции 45456 (69,43 %) партий приходится на продукцию, произведенную в Российской Федерации, в 4322 партиях (9,51 %) выявлено несоответствие по показателям (таблица 1) [5].

Таблица 1 – Исследование партий продукции животного происхождения на соответствие ветеринарно - санитарным нормам и требованиям безопасности

Наименование продукции	Количество исследуемых партий	Количество партий с выявленными несоответствиями и	В % к общему количеству партий
<i>Продукция, произведенная в Российской Федерации</i>			
Всего, в т.ч.:	45456	4322	9,51
рыба и рыбопродукция	4946	312	6,21
мясо, субпродукты, полуфабрикаты, готовая продукция	14917	1654	11,09
молоко и молочная продукция	14067	1240	8,81
яйцо, яйцопродукция	2241	111	5,01
корма и кормовые добавки	853	902	10,56
мед и продукция пчеловодства	773	103	13,32
<i>Продукция, произведенная в государствах - членах Евразийского экономического союза (ЕАЭС)</i>			
Всего, в т.ч.:	2324	262	11,27
рыба и рыбопродукция	174	26	14,94
мясо, субпродукты, полуфабрикаты, готовая продукция	130	18	13,85

молоко и молочная продукция	1994	200	10,03
корма и кормовые добавки	26	18	69,23
<i>Продукция, произведенная в третьих странах</i>			
Всего, в т.ч.	1021	47	4,6
рыба и рыбопродукция	548	5	0,91
мясо, субпродукты, полуфабрикаты, готовая продукция	202	2	0,99
молоко и молочная продукция	131	29	22,14
корма и кормовые добавки	137	11	8,03
мед и продукция пчеловодства	3	-	-

По данным таблицы 1 можно сделать вывод о том, что несмотря на совершенствование законодательных инициатив в сфере борьбы с некачественной продукцией, все же наибольшее количество фальсифицированной продукции выявлено среди мяса - молочной продукции, а также продукции пчеловодства, в которой, помимо выявленных остатков лекарственных средств, диоксинов, токсичных элементов, превышения микробиологических показателей, несоответствия по показателям качества и органолептическим показателям, наблюдалось несоответствие требованиям технических регламентов в части соответствия маркировки продукции, реализуемой на территории Российской Федерации.

Точечные направления решения данной проблемы, такие как: ужесточение ответственности производителей за некачественный товар, в том числе законодательная инициатива Россельхознадзора о введении уголовной ответственности производителей, запрет на использование определенных добавок, а также совершенствование законодательства в сфере маркировки и использования надписи «ГОСТ» по нашему мнению, не снизят количество некачественной продукции теневого производителя, поскольку спрос на данную продукцию, цена которой обычно ниже среднерыночной, стабильно высокий. Одной из мер детенезации данного вида бизнеса может быть маркировка изделий с помощью RFID - меток (Radio Frequency IDentification), по аналогии с шубами, или нанесением QR - кода, применение которых позволило легализовать оборот меховых изделий, объем реализации которых увеличился в 8,5 раз [6]. Кроме того, применение данной системы позволит не только всем участникам рынка в любое время отследить местонахождение конкретного товара, а также определить его происхождение, но также оптимизировать логистические затраты торговых организаций, посредством применения компьютеризированного учета любых партий товара в складских и прочих операциях. Несмотря на вероятное увеличение конечной цены реализации продукции, поскольку стоимость простой электронной метки составляет 15 - 20 рублей, все же использование данного инструмента детенезации позволит сократить количество нелегальных производителей, обеспечить доступную, не заблуждающую потребителя информацию о товаре и минимизировать затраты на складскую логистику. Также, помимо ответственности производителей за некачественный товар, следует ввести ответственность реализаторов данного товара, что сократит спрос и уменьшит, в конечном итоге, количество недобросовестных производителей.

В конечном итоге здоровье граждан – это один из ценных ресурсов государства, обеспечение высокого качества которого является приоритетным направлением государственной политики, поскольку состояние здоровья населения обуславливает уровень его трудоспособности и продолжительности жизни, а значит и

производительности, результатом чего является эффективное социально - экономическое развитие как региона, так и страны в целом.

Список использованной литературы:

1. Россия заняла 119 - е место в мире по состоянию здоровья граждан : [электронный ресурс] – URL : <https://pronedra.ru/medicine/2016/09/22/sostoyanie-zdoroviya-grazhdan/> (дата обращения 30.01.2017 г.)
2. Об утверждении Рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания: [электронный ресурс] – URL : <http://docs.cntd.ru/document/420374878> (дата обращения 30.01.2017 г.)
3. Калькова Н.Н., Ожигова Л.Н. Исследование мотивации потребителей на рынке инновационных био - продуктов [Текст] / Н.Н. Калькова, Ожигова Л.Н. // Современная психология: теория и практика: материалы XVI международной научно - практической конференции, г. Москва, 13 - 14 апреля 2015 г. / Науч. - инф. издат. центр «Институт стратегических исследований». – Москва: Изд - во «Институт стратегических исследований»: Изд - во «Перо», 2015. – С. 134 - 138.
4. В 22,5 процентах молока и 45 процентах мяса в Крыму выявлен фальсификат : [электронный ресурс] – URL : <http://news.allcrimea.net/news/2017/1/27/v-225-protsetah-moloka-i-45-protsetah-myasa-v-krymu-vyyavlen-falsifikat-74350/> (дата обращения 30.01.2017 г.)
5. Итоги деятельности Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору за 9 месяцев 2016 г. : [электронный ресурс] – URL : <http://rsn-crimea.ru/index.php/otdel-pogranichnogo-veterinarnogo-nadzora-na-gosudarstvennoj-granitse-rossijskoj-federatsii-i-transporte/12345?start=5> (дата обращения 30.01.2017 г.)
6. Всех посчитают : [электронный ресурс] – URL : <https://lenta.ru/articles/2017/01/25/chipmarket/> (дата обращения 30.01.2017 г.)

© Н.Н. Калькова, 2017

УДК 657

Канищева О.В.,

Студентка магистратуры, Факультет экономики и менеджмента
Курский государственный университет, г. Курск, Российская Федерация

Kanishcheva O. V.,

Master's student, Faculty of Economics and management
Kursk state University, Kursk, Russian Federation

APPLICATION OF IFRS IN THE PREPARATION OF STATEMENTS BY RUSSIAN ORGANIZATIONS

ПРИМЕНЕНИЕ МСФО ПРИ СОСТАВЛЕНИИ ОТЧЕТНОСТИ РОССИЙСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Аннотация

В статье обосновывается необходимость внедрения в практику деятельности предприятий (в том числе российских) международных стандартов финансовой отчетности, конкретизированы потребности, цели и средства трансформации отчетности

российских компаний по требованиям МСФО, сформулированы внутренние и внешние причины, в соответствии с которыми организация составляет отчетность не по правилам национального ведения отчетности и бухгалтерского учета, а по международным стандартам и необходимость перехода на МСФО.

Ключевые слова

Финансовая отчетность, МСФО, внутренние и внешние причины.

Abstract

The necessity of putting into practice the activity of enterprises (including Russian), international financial reporting standards, specified needs, goals and means of transformation statements of Russian companies in accordance with IFRS requirements, formulated internal and external causes, according to which the organization is reporting against the rules national reporting and accounting, and according to international standards and the need for the transition to IFRS.

Keywords

Financial reporting, IFRS, internal and external causes.

Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) на сегодняшний день всё больше популярны в России в свете интеграции российской экономики в мировую, а также вследствие вступления в ВТО.

В настоящее время во многих европейских странах компании составляют консолидированную отчетность в соответствии с МСФО. Основные причины, по которым предприятия формируют отчетность не по национальным правилам ведения бухгалтерского учета и отчетности, а по международным стандартам, можно разделить на внешние и внутренние. Внешними причинами являются:

1. Привлечение капитала;
2. Ориентация на интересы акционеров;
3. Достижение большой популярности на международных рынках;
4. Сбор документов, которые связаны с регистрацией на других биржах [1, с. 447].

К наиболее значимым внутренним причинам относят:

1. Ведение единого алгоритма оценки результативности компаний для внутренней и внешней отчетностей, который позволяет проводить сравнительный анализ базовых финансовых показателей не только с внутренними конкурентами, но и с международными компаниями;

2. Желание добиться всестороннего развития компании и сопоставимости результатов для привлечения инвестиций не только в стране размещения, но и зарубежных.

Целесообразность применения тех или иных стандартов финансовой отчетности должна оцениваться с позиции того, насколько финансовая отчетность способна удовлетворить потребности её пользователей [3, с. 77].

Потенциальному инвестору необходимо иметь возможность на основе финансовой отчетности оценить соотношение риска и ожидаемой доходности и принять решение о способе вложения средств. МСФО, в отличие от системы российского учета, кроме основных требований выставляет ещё требование к отражению в отчетности расходов на финансирование, что формирует нацеленность отчетности на принятие решений об эффективности вложения средств.

Отчет, показывающий формирование финансовых результатов деятельности кампании, в международной практике включает несколько статей, представляющих следующие величины за период: доходы, затраты на финансирование, расходы по налогам и т.д. Особенно важной статьёй из всех видов расходов, которые уменьшают доналоговую прибыль, в качестве обязательно представляемых в отчете, следует отметить затраты на финансирование. Данная статья весьма важна, так как она демонстрирует стоимость заёмных средств организации, отражая отдачу от финансовых ресурсов, которые вложены через механизм кредитования. Прибыль за период является показателем отдачи от финансовых ресурсов, которые вложены при помощи механизма участия в капитале организации. Сопоставляя эти показатели, и сопоставляя риски, пользователь отчётности может принимать решения о приемлемом для него способе вложения средств и о выгоды инвестирования [2, с. 138].

По нашему мнению, отчётность, составленная по российским правилам, не в силах полноценно раскрыть эту информацию для потенциальных инвесторов. Основной причиной отсутствия такого рода информации в отчетности, составленной в соответствии с законодательством РФ, является не то, что затратам на финансирование в российской системе учёта не отводится необходимое внимание, а то, что в данном вопросе в России присутствует абсолютный приоритет формы над содержанием. В качестве процентных расходов в российском учёте отражаются только формально определенные в качестве процентов суммы. Ни отсрочки платежей, ни разницы между текущей и номинальной оценками будущих денежных потоков, не отражаются. В конечном итоге финансовую отчётность, составленную в соответствии с российскими стандартами, невозможно использовать даже для приблизительной оценки стоимости заёмных финансовых ресурсов организации. В связи с этим проблема перехода на МСФО для инвесторов стоит особенно остро.

Корректировать российские стандарты составления финансовой отчетности посредством выделения особых разделов, удовлетворяющих потребности инвесторов не имеет смысла, так как эти потребности наилучшим образом уже демонстрирует вся совокупность требований МСФО. Ещё изначально направленные на удовлетворение интересов инвесторов, МСФО десятилетиями совершенствовались именно в этом направлении.

В заключение вышеизложенного необходимо отметить, что отчётность по МСФО, направленная, в первую очередь, на потребности инвесторов, всегда строилась на защите их интересов посредством представления достоверных данных о результатах финансовой деятельности и имущественном положении организации. Многолетний опыт по формированию и усовершенствованию правил МСФО, основанный на анализе практики международного масштаба, позволяет на сегодняшний день определить высокий уровень качества МСФО как правил, позволяющих формировать достоверную, актуальную отчётность.

Список использованной литературы:

1. Агеева, О.А. Международные стандарты финансовой отчетности: [Текст] Учебник для вузов / О.А. Агеева, А.Л. Ребизова. – М.: Юрайт, 2014. – 447 с.
2. Грачева, М.Е. Международные стандарты финансовой отчетности: [Текст] Учебное пособие / М.Е. Грачева. – М.: ИЦ РИОР, 2014. – 238 с.

3. Овчинникова О.А., Парушина Н.В. Трансформация отчетности для отражения интеллектуального капитала: [Текст] / Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2015. - № 4 (126). – С. 77 - 79.

© Канищева О. В., 2017

УДК 336

Д.А. Киреева

Студентка 1 курса факультета института экономики и сервиса
Уфимский государственный нефтяной технический университет
Научный руководитель: И.Р.Зарипова
д.э.н., профессор кафедры «Финансы и кредит»
Уфимский государственный нефтяной технический университет
г.Уфа, Российская Федерация

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ

Об уровне развития общества судят по его отношению к старикам, детям и инвалидам. Каждый гражданин хочет иметь достойную пенсию и обеспеченную старость. Работая большую половину жизни, гражданин уходит на пенсию, оставив в трудовой жизни здоровье и исчерпав жизненные ресурсы. Пополнить и восстановить их, провести оставшуюся часть отведенного богом времени в достатке и благополучии – не об этом ли с неуверенностью мечтает сегодня обычный рядовой труженик?..

В ходе мероприятий по улучшению уровня жизни граждан, в частности, преобразования пенсионной системы сегодня важная роль отводится негосударственным пенсионным фондам (НПФ). Чем занимаются такие фонды? Данные фонды осуществляют выплаты негосударственных пенсий своим клиентам *вне зависимости* от государственного пенсионного обеспечения населения.

Вы спросите, чем же отличается инвестирование в государственную и негосударственную компании? Не рискуют ли люди, доверяя свои деньги частным компаниям?

Негосударственный пенсионный фонд это некоммерческая организация, функция которой состоит 1) в обслуживании клиентов, заключивших договор пенсионного страхования; 2) это деятельность НПФ в роли страховщика. Деятельность этих фондов строго регламентирована федеральными законами от 7 мая 1998 г. N 75 - ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах» и Об обязательном пенсионном страховании в РФ» (от 15.12.2001, № 167 - ФЗ) [1].

Функции НПФ и деятельность обычного пенсионного фонда аналогичны - и те и другие накапливают пенсионные вклады граждан, занимаются их инвестированием, определяют сумму выплат накопительной части трудовой пенсии.

Такие негосударственные фонды дают возможность трудящимся в дальнейшем получать дополнительные пенсионные выплаты, которые будут выгодно отличаться от социальных государственных.

Во всем мире принцип обеспечения старости на основе индивидуальных накоплений денежных средств (капитализации) имеет первостепенное значение, и само государство стимулирует и регулирует развитие частной капитализации, играет решающую роль в создании и совершенствовании законодательной базы пенсионной системы государства.

Для того, чтобы разработать собственные перспективные направления развития негосударственного пенсионного страхования в России, необходимо изучить многолетний успешный опыт зарубежных стран. Если изучить историю возникновения подобных негосударственных фондов, становится очевидным, что именно негосударственные пенсионные системы способствовали созданию государственных пенсионных фондов и создавались они главным образом предпринимателями, которые всегда были заинтересованы в сохранении кадров на своих предприятиях.

Нужно заметить, что за рубежом негосударственные пенсионные фонды – явление распространённое и широко используемое. Закономерен тот факт, что свое наибольшее распространение негосударственные пенсионные фонды получают в странах со слабо развитыми государственными системами, наименьшее - в тех странах, где хорошо развиты государственные системы (Скандинавские страны и Австрия) [3, с.101].

В большинстве стран основу негосударственного пенсионного страхования представляют негосударственные пенсионные фонды и страховые компании. В Германии, например, насчитывается 5 видов дополнительного пенсионного обеспечения, выплачиваемых из частных фондов, и 3 вида, выплачиваемых при участии государственных средств. В России, к сожалению, существует на данный момент только один вид дополнительного пенсионного обеспечения – создание негосударственного пенсионного фонда [4, с.717].

В США каждый американец также может открыть свой личный пенсионный счет в коммерческих и сберегательных банках, страховых компаниях. Однако имеются ограничения на размеры ежегодных взносов на личные пенсионные счета максимальным пределом в 2 тысячи долларов. Средства со счета нельзя снять до достижения возраста 59,5 лет, а после достижения 79,5 лет счет закрывается в обязательном порядке. За весь период накопления денежных средств на счете они не облагаются налогом, но в момент снятия средств и закрытия счета, из накопленной суммы вычитается подоходный налог.

Во Франции выплаты пенсионерам производятся за счёт взносов активного населения. В среднем, пенсионер получает пенсии из трех касс. Участие в базовом и дополнительном страховании является обязательным, пенсионные взносы распределены между наемным работником и работодателем. Большинство наемных работников платят столько же, но половину за них отчисляет работодатель. Пенсия во Франции составляет 50 % от средней зарплаты, рассчитываемой за последние 11 трудовых лет. На сегодня минимальная пенсия — около 6 тысяч евро в год, максимальная в два раза больше.

В Чехии распределение доходов пенсионных фондов происходит несколько иначе: 41 % составляют налоги, оставшаяся же часть тратится следующим образом: не менее 5 % перечисляется в резервный фонд, до 10 % расходуется в зависимости от решения собрания фонда, основная часть прибыли (85 %) перечисляется на счёт клиента.

В Великобритании дополнительное пенсионное обеспечение осуществляется так же с участием негосударственных пенсионных фондов. Как правило, личные пенсионные фонды в Великобритании формируются за счет взносов как работодателей, так и самих работников. Взносы в такой фонд обычно не облагаются подоходным налогом, но для получения налоговых льгот необходимо одобрение налоговой службы. Следует заметить, что если в промышленной отрасли размер взносов работников практически в три раза меньше, чем взносы работодателя, то во многих финансовых компаниях работодатель полностью выплачивает пенсионные взносы, обеспечивая тем самым своих служащих трудовыми пенсиями.

Пенсионная система Японии имеет два уровня. Первый уровень – базовые пенсии, которые выплачивают всем жителям страны. Второй уровень – государственные и профессиональные пенсии, которые получают работники дополнительно к базовой пенсии.

Участие россиян в системе негосударственного пенсионного обеспечения далеко от активности граждан в зарубежных странах.

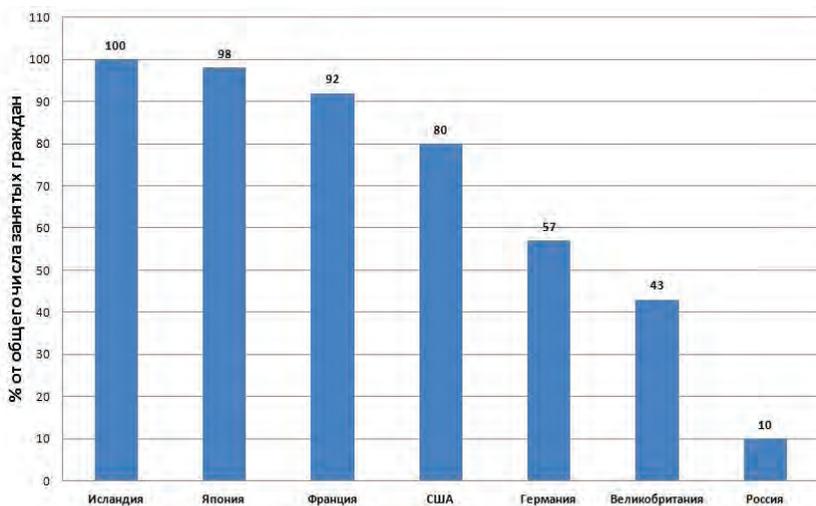


Рисунок 1. Участие в системе НПО в России и за рубежом

Необходимо так же отметить, что во всех перечисленных странах страховые компании выступают как основные действующие субъекты пенсионной системы. Целью негосударственного пенсионного обеспечения является формирование будущему пенсионеру дополнительной пенсии, обеспечивающей более высокий уровень жизни в пенсионном возрасте, поэтому России уже сейчас необходимо перейти к негосударственной модели пенсионного обеспечения с участием страховых компаний, имеющих высокий уровень надежности, который достигается под контролем и управлением Центрального банка РФ и самого государства. Такие фонды уже взяли успешный старт в нашей стране и нашли своих клиентов, которые доверили им свою пенсию, а значит и свое будущее.

Принимая во внимание опыт зарубежных стран, важно учитывать особенности отечественного законодательства, непреемлемость некоторых стимулирующих методов для нашего населения, например, невозможность в настоящее время увеличения пенсионного возраста в России, в то время, как в США этот шаг был предпринят как одна из мер оптимизации функционирования пенсионных фондов. В России эта структура пока только лишь развивается. Однако востребованность негосударственного пенсионного обеспечения будет повышаться по мере усиления стабильности российской экономики, укрепления финансовой системы и роста благосостояния граждан, прежде всего среднего класса.

Список использованной литературы:

1. Федеральный закон от 07.05.1998 № 75 - ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах»
2. Пантелеева А. П., Нуштакина Т.П. Мировой опыт развития негосударственного пенсионного обеспечения с участием страховых компаний // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономические и технические науки. — 2013. — №2. — С. 1–2.
3. Дегтярь Л. С. Пенсионные реформы в развитых странах: новейшие тенденции и выводы для России // Проблемы прогнозирования. — 2012. — №2. — С. 101–111.
4. Шайхатдинова В.Ш. Право социального обеспечения. — 3 - е изд. — М.: Юрайт, 2014. — 717 с.

© Д.А. Киреева

УДК 332

А.Е. Коваль,
канд. геогр. наук, доцент
экономического факультета КГУ,
Е.В. Варфоломеева,
магистрант 2 курса
экономического факультета КГУ,
г. Курган, Российская Федерация

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИКИ СКЛАДИРОВАНИЯ В МИКРОЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ (на примере ОАО «КЭМЗ»)

Актуальность логистики в современных кризисных условиях обеспечивает конкурентоспособность предприятия в целом, и в данной системе большое значение отводится логистике складирования.

Сущность логистики складирования состоит в оптимизации процесса складирования запасов, и реализуется в макро - и микрологистических системах. На микроуровне склад является самостоятельной системой, поэтому задачи оптимизации складирования

направлены в первую очередь на проектирование рациональных систем складирования, снижение стоимости грузопереработки на складе и повышение эффективности использования складских площадей, складского оборудования и транспортных средств и значительное сокращение затрат предприятия в целом.

Сегодня невозможно представить современный склад, не имеющий автоматизированной системы управления складскими операциями и ведения учета движения товарно - материальных ценностей (ТМЦ).

Отечественный рынок систем управления складом довольно небольшой. Из 300 существующих в мире корпоративных информационных систем, контур «складской логистики» предлагает около 10, и только половина из них – российской разработки.

После исследования и сравнительного анализа программных продуктов наивысший рейтинг получил программный продукт ООО Баркод Системс - 1СЛогистика 4.0. Согласно рейтинговым показателям именно он соответствует всем необходимым требованиям и наиболее доступен для предприятий малого и среднего бизнеса.

Объектом исследования темы стал «Курганский электромеханический завод» (ОАО КЭМЗ), специализирующийся на производстве, обслуживании и ремонте электродвигателей, генераторов, трансформаторов и др.

Был проведен анализ направлений деятельности и основных технико - экономических показателей данного предприятия. Анализ динамики основных экономических показателей представлен в табл. 1.

Таблица 1. Анализ динамики основных экономических показателей деятельности
ОАО «КЭМЗ»

Показатели	Анализируемый период				Темпы роста %
	2012г	2013г	2014г	2015г	
Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	196456	195989	77266	34832	- 0,95567
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	- 198000	- 232637	- 119937	- 55803	- 0,92954
Валовая прибыль, тыс. руб.	- 1544	- 36648	- 42671	- 20971	2,395563
Коммерческие расходы, тыс. руб.	-	-	-	- 222	
Управленческие расходы, тыс. руб.	-	-	-	-	
Прибыль (убыток от продаж, тыс. руб.	- 1544	- 36648	- 42671	- 21193	2,431509
Рентабельность реализованной продукции (работ, услуг), %	0,779798	15,7533	35,57785	37,97824	11,17567
Рентабельность продаж, %	- 0,78593	- 18,699	- 55,2261	- 60,8435	18,35406
Численность работающих, чел.	255	289	199	117	- 0,88529
Численность рабочих, чел.	227	261	172	91	- 0,89978

Из финансовых отчетов предприятия видно, что экономическая ситуация продолжает ухудшаться. Растет задолженность предприятия кредитным организациям, происходит сокращение штата, снижены темпы производства. Одной из причин такой ситуации является отсутствие новых заказов.

Также был проведен анализ конкурентной среды, анализ макроокружения и SWOT – анализ, из чего можно сделать вывод, что предприятие обладает достаточно многочисленными возможностями для своего экономического и социального развития. Однако значимость некоторых слабых сторон, очень велика и повлияла на изменение стратегии развития предприятия и значительно снизила динамику развития показателей деятельности ОАО «КЭМЗ».

Результаты проведенного ABC и XYZ анализа (табл.2) показывают, что все группы ТМЦ хранящиеся на складе ОАО КЭМЗ, пользуются очень нерегулярным спросом, большинство производственных запасов не востребованы и устарели.

Таблица 2. Сводная матрица ABC и XYZ – анализа.

	X	Y	Z
A	-	-	Трансформатор тока Т - 0,66 300 / 5 гост 7746, Эл.конректор General 2000М, Элетропривод ЭП - 35 / 37
B	-	-	Предохранитель ПН - 2 100А, ШКАЛА АМПЕР 150, Штанга оперативная ШО - 1Д, Щит ШУРН 3 - 12
C	-	-	Трансформатор тока ТШП - 0,66 1000 / 5, Болт М12х130 гост 7798, Болт М16х45 58.016 гост 7798

В связи со сложившейся ситуацией на предприятии, необходимо принимать кардинальные меры по стратегическому управлению, направленные на извлечение прибыли из собственных ресурсов ОАО «Курганский электромеханический завод». Складское хозяйство предприятия является одним из таких ресурсов, где на данной территории насчитывается 4 склада. С целью оптимизации складского хозяйства ОАО «КЭМЗ» был разработан ряд рекомендаций:

1. Провести оценку и сортировку ТМЦ, находящиеся на хранении;
2. Реализовать невостребованные производством ТМЦ складов;
3. Переориентировать входящие на предприятие материальные потоки на размещение во внутрицеховых складах;
4. Освободить центральные склады;

5. Укомплектовать цеховые склады, необходимым для полноценного функционирования оборудованием;

6. Внедрить на складах автоматизированную систему

7. Разработать и предложить к реализации стратегию деятельности ОАО «КЭМЗ», как логистического посредника на рынке складских услуг для экономических субъектов г. Кургана и Курганской области.

С целью получения полноценной информации необходимой для разработки стратегии деятельности ОАО «КЭМЗ», как логистического посредника складских услуг для экономических субъектов было проведено маркетинговое исследование Курганского рынка складских услуг, где выяснилось, что:

- На рынке 28 предприятий выступают в качестве логистического посредника складских услуг;
- Большинство из них предоставляют комплекс логистических услуг;
- В большинстве складские объекты находятся за пределами города;
- В среднем стоимость аренды неотапливаемого склада составляет 150 руб. / м², плюс оплата электроэнергии;
- Аренда погрузчика 1500 руб / сутки;
- Стоимость услуг грузчиков 700 руб / сутки;
- Оплата сотрудников склада согласно трудовому кодексу РФ;
- Охрана арендуемого объекта, согласно договору с организацией предоставляющей услуги по охране.

Полученные результаты позволяют прогнозировать, что предложение складских услуг и дальнейшее осуществление функций провайдера будет востребовано.

Потенциальными потребителями предлагаемых услуг могут стать предприятия, занимающиеся оптовой торговлей строительных материалов, предприятия занимающиеся строительством; промышленные предприятия, не имеющие собственных складских площадей.

Внедрение и реализация предлагаемой стратегии позволит предприятию ОАО «КЭМЗ» получить доход, используя собственные ресурсы; сократить затраты на содержание складского комплекса; сохранить рабочие места; внедрить автоматизированную систему управления складом, что позволит увеличить привлекательность предприятия как логистического посредника; со временем выйти на новый уровень предоставления услуг.

Список использованных источников:

1. Дыбская В.В. Логистика складирования: учебник: по специальности 080506 “Логистика и управление цепями поставок” / В. В. Дыбская. – Москва:Инфра - М, 2012. – 557 с.;

2. Гаджинский А.М. Современный склад. Организация, технология, управление и логистика: учеб. - практическое пособие. – М.: ТК Велби, Изд - во Проспект, 2007. 176с.

3. Материалы плановых документов, данные бухгалтерского и статистического учета и отчетности предприятия.

© А.Е. Коваль, Е.В. Варфоломеева, 2017

ИННОВАЦИИ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Туризм как одна из быстро развивающихся отраслей нуждается в активных инновационных разработках и исследованиях. Инновации занимают большую долю в современной динамичной туристской среде. Инновационные туристические направления являются более успешными, чем их неинновационные конкуренты. Инновации являются основой развития конкурентоспособного и устойчивого туризма. В качестве одного из основных факторов конкурентоспособности, инновации должны быть предметом глубокого анализа и переосмысления, инновационная деятельность должна быть у всех заинтересованных сторон туристских дестинаций. Необходимы исследования инновационных драйверов и детерминант развития туристских дестинаций.

Структуры управления туристской дестинацией, а также все заинтересованные стороны туристской дестинации должны постоянно определять новые тенденции в области устойчивого развития туризма, возникающие в результате развития туристского спроса и предложения. Конкурентоспособность туристского продукта в большей степени зависит от степени инноваций. Конкурентоспособность стимулирует инновации и качественные изменения в таких областях как инновации гостиничного продукта, информационных систем, ориентации в направлении устойчивого развития и новых средств массовой информации общения с туристами. Туристические направления пытаются адаптироваться к постоянно меняющейся внешней среде, которые влияют как на их рыночную ориентацию, так и на их конкурентные преимущества.

Инновация является отправной точкой в концептуальной модели развития дестинаций. Стратегия развития туризма должна определять и контролировать инновационный процесс в целях создания ценности в туризме. Устойчивое развитие туризма должно сочетать в себе интересы текущих и будущих возможностей туристской дестинации; таким образом, устойчивое развитие туризма требует информированного участия всех заинтересованных сторон, а также сильного политического влияния руководства. Соответственно, заинтересованные стороны должны содействовать устойчивому, комплексному и инновационному формированию туристского продукта, сохранению природных и культурных ресурсов, поощрению благосостояния местного сообщества и снижению негативного воздействия туризма.

Для того, чтобы доказать зависимость конкурентоспособности туристской дестинации от степени внедрения инноваций, рассмотрим корреляцию таких двух показателей как индекс конкурентоспособности (TandT Index) и индекс инновационности (Inno Index). Результаты корреляционного анализа показывают, что имеется сильная корреляция между уровнем

инновационности и уровнем конкурентоспособности. Коэффициент корреляции равен 0,8771, Р - значение меньше 0,05, что свидетельствует о статистической значимости полученного коэффициента корреляции. Результирующая модель регрессии выглядит следующим образом:

$$\text{TandT Index} = \exp(-0,402289 + 0,484335 * \ln(\text{Inno Index}))$$

График модели представлен на рис. 1.

Из графика построенной модели регрессии можно сделать следующие выводы: при возрастании индекса инновационности, индекс конкурентоспособности также возрастает.

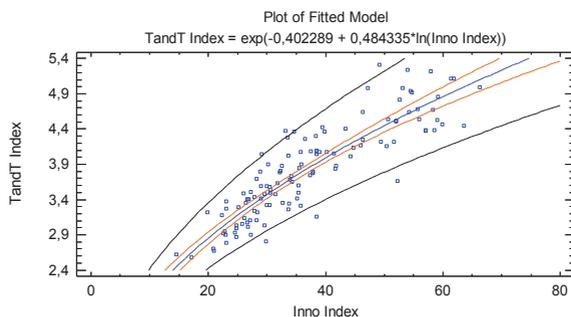


Рис. 1. График модели регрессии индекса туристской конкурентоспособности к индексу инновационности

Однако в начале при небольшом росте инноваций конкурентоспособность растет высокими темпами, но в дальнейшем темпы роста замедляются, хотя и не выходят на пологую часть кривой регрессии. Таким образом можно сделать вывод, что эти два показателя связаны, а инновационность влияет на конкурентоспособность дестинации.

Список использованной литературы:

1. Астафьева О.А. Концептуальные инновации в индустрии гостеприимства // В сборнике: Научные исследования сборник статей международной научной конференции. под ред. М.Д.Эльдиева, И.А.Луценко, В.Н.Дьяченко. – Москва. – 2016. – С. 44 - 53.
2. Козлов Д.А. Информационные технологии в гостиничном бизнесе. Charleston, USA, 2015.
3. Кошелева А.И. Туристская мотивация и ее роль в развитии индустрии гостеприимства и туризма // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. Вступление. Путь в науку. – 2012. – № 3. – С. 26 - 38.
4. Козлов Д.А. Стратегия управления доходами для гостиниц в развивающихся дестинациях Российской Федерации // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 2 - 4. – С. 526 - 530.
5. Кошелева А.И. Особенности потребительского поведения на рынке услуг гостеприимства и туризма / Кошелева А.И. // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2012. – № 3. – с. 68 - 71.
6. Козлов Д.А., Попов Л.А. Прогнозирование в туризме. М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016.

7. Валединая Е.Н. Роль и значение стратегического развития сферы услуг туризма и гостеприимства в региональной экономике // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2012. – №4. – С. 79 - 86.

8. Kozlov D.A. Modelling and forecasting of Russian outbound tourism // Actual Problems of Economics. Volume 181, Issue 7, 2016, Pages 446 - 453.

9. Козлов Д.А. Прогнозирование выездного туризма Российской Федерации // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 1 - 2. – С. 232 - 237.

10. Kozlov D.A. Quick guide to information systems in hotels. Charleston, USA, 2016.

11. Кошелева А.И. Актуальные тенденции развития туристского рынка в РФ // В сборнике: Научные исследования и разработки в эпоху глобализации Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. – Уфа. – 2016. – С. 122 - 125.

12. Козлов Д.А. Прогноз развития внутреннего туризма Российской Федерации // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 2 - 4. – С. 521 - 525.

13. Попов Л.А., Кошелева А.И. Особенности развития гостиничных предприятий туристского типа в столичном мегаполисе // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. – 2013. – №3 (57). – С. 90 - 95.

14. Козлов Д.А. Туристский потенциал Крыма // В сборнике: Тенденции социальноэкономического развития регионов. Сборник статей Международной научно - практической конференции. – Уфа. – 2014. – С. 70 - 73.

© Е.И. Василенко, Д.А. Козлов, 2017

УДК 338.48

М.А. Быкова

студентка 3 курса факультета гостинично - ресторанной,
туристической и спортивной индустрии ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

С.Д. Галямдина

студентка 3 курса факультета гостинично - ресторанной,
туристической и спортивной индустрии ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

г. Москва, Российская Федерация

Д.А. Козлов

К.э.н., доцент кафедры гостиничного и туристического бизнеса

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

Г. Москва, Российская Федерация

КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Всемирной туристской организацией разработан целый ряд концепций развития туризма. В настоящий момент продвигается концепция устойчивого туризма, тесно связанная с концепцией устойчивого развития. Устойчивое развитие – удовлетворение

потребностей настоящего, не подвергая риску возможности будущих поколений удовлетворять свои нужды. Направление можно считать устойчивым, если в экологическом, экономическом и социально - культурном аспектах развития туризма достигнуто соответствующее равновесие, тем самым подчеркивая «принцип триединства».

Анализируя существующие определения, некоторые авторы пришли к выводу, что понятия «устойчивое развитие туризма», «устойчивый туризм» и «устойчивость в туризме» необходимо разделять и они не являются синонимами. Под «устойчивым развитием туризма» понимается ориентированное на долгосрочный период развитие, при котором достигается баланс реализации всех целей развития, включая экономические, экологические, социальные и культурные, учитываются интересы всех заинтересованных сторон (туристов, дестинаций, местного населения), на основе рационального использования туристских ресурсов и всестороннего партнерства. Под «устойчивым туризмом» понимается такой вид туризма, при котором обеспечивается оптимальное использование ресурсов окружающей среды, поддерживаются социально - культурные особенности принимающих сообществ, обеспечивается жизнеспособность долгосрочных экономических процессов, учитывая их выгоду для всех заинтересованных кругов. «Устойчивость в туризме» подразумевает положительный общий баланс экологических, социально - культурных, и экономических воздействий туризма, а также положительное воздействие посетителей друг на друга.

Применение на практике стратегии устойчивого развития туризма должно привести к снижению отрицательных последствий влияния развития туризма и наиболее эффективному применению положительных эффектов. При устойчивом развитии туризма необходимо не просто создать условия для его развития, но и предвидеть последствия, проявляя заботу о местных жителях, условиях их труда и жизни, экологическом состоянии и т.д.

Сама необходимость возникновения устойчивого туризма связана с развитием именно массового туризма роста его негативных последствий, среди которых были обострение экологических проблем, изменение социально - культурного отношения и т.п. Туризм превратил культуру в предмет потребления. В современной науке существует несколько теоретических подходов к оценке устойчивого развития туризма. К ним относятся теория пропускных потенциалов, индикаторы устойчивого развития туризма, демаркетинг, туристские сборы, управление посетителями, обучение и подготовка туристов и местных жителей, государственно - частное партнерство, обмен информацией и опытом, экосертификация, кодексы поведения и др.

Перечень индикаторов устойчивого развития туризма очень велик. Еще в 2004 г. Всемирная туристская организация выпустила документ под названием *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. В нем приведен обширнейший список направлений и конкретных индикаторов устойчивого развития туризма. Даны методические указания по разработки систем индикаторов, сведения по каждому конкретному индикатору, порядку его расчетов и особенностей таковых. К базовым индикаторам отнесены удовлетворенность местного сообщества туризмом, влияние туризма на сообщество, удовлетворенность туристов, сезонность туризма, экономические выгоды от туризма, управление энергообеспечением, вода и водоохрана,

питьевая вода, водоочистка, твердые отходы, контроль развития дестинации, контроль интенсивности использования.

Существуют также специальные организации, занимающиеся разработкой стандартов и критериев развития туризма и туристских дестинаций. Например, Совет глобального устойчивого развития туризма, разработавший критерии для туристских дестинаций (GSTC - D) и критерии для гостиниц и туроператоров (GSTC - H&TO). В них раскрыты основные принципы и минимальные требования, которым должны придерживаться дестинации и туристский бизнес.

Список использованной литературы:

1. Максарова Е. М. Основные направления реализации принципов устойчивого развития в туризме // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – №85.– 2008. – С. 345 - 350.

2. Козлов Д.А. Стратегия управления доходами для гостиниц в развивающихся дестинациях Российской Федерации // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 2 - 4. – С. 526 - 530.

3. Кошелева А.И. Туристская мотивация и ее роль в развитии индустрии гостеприимства и туризма // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. Вступление. Путь в науку. – 2012. – № 3. – С. 26 - 38.

4. Мирзоев И.Ф. К вопросу о развитии экологического туризма в России: проблемы, основные дестинации, перспективы // В сборнике: Научные исследования и разработки в эпоху глобализации. Сборник статей Международной научно - практической конференции. – Уфа. – 2016. – С. 142 - 145.

5. Федорова Е.П. ОТА и отели. Конкуренты или партнеры. Основные критерии выбора ОТА // В сборнике: Научные исследования и разработки в эпоху глобализации. Сборник статей Международной научно - практической конференции. – Уфа. – 2016. – С. 179 - 181.

6. Козлов Д.А., Попов Л.А. Прогнозирование в туризме. М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016.

7. Валединская Е.Н. Роль и значение стратегического развития сферы услуг туризма и гостеприимства в региональной экономике // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2012. – №4. – С. 79 - 86.

8. Kozlov D.A. Modelling and forecasting of Russian outbound tourism // Actual Problems of Economics. Volume 181, Issue 7, 2016, Pages 446 - 453.

9. Kozlov D.A. Quick guide to information systems in hotels. Charleston, USA, 2016.

10. Кошелева А.И. Актуальные тенденции развития туристского рынка в РФ // В сборнике: Научные исследования и разработки в эпоху глобализации Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. – Уфа. – 2016. – С. 122 - 125.

11. Козлов Д.А. Информационные технологии в гостиничном бизнесе. Charleston, USA, 2015.

12. Астафьева О.А. Концептуальные инновации в индустрии гостеприимства // В сборнике: Научные исследования сборник статей международной научной конференции. под ред. М.Д.Эльдиева, И.А.Луценко, В.Н.Дьяченко. – Москва. – 2016. – С. 44 - 53.

13. Козлов Д.А. Нейроагентные технологии в индустрии гостеприимства и туризма // ИТпортал. – 2016. – №3 (11). – С. 6.

14. Пономарева И. Ю., Малафий А. С. Устойчивое развитие туризма и его влияние на социальные процессы // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – №1. – 2010. С. – 209 - 215.

© М.А. Быкова, С.Д. Галямдина, Д.А. Козлов, 2017

УДК 336.6

А.И. Коленко

магистрант 1 года обучения,

Севастопольский государственный университет

Научный руководитель: Е.А. Кричевец

к.э.н., доц. кафедры финансов и кредита,

Севастопольский государственный университет,

г. Севастополь, Россия

ДИВИДЕНДНАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Эффективность функционирования экономической системы страны во многом определяется успешностью деятельности предприятий и организаций. Поскольку для расширения производства, замены оборудования и повышения качества продукции необходимы дополнительные средства, перед руководством компаний встает вопрос об их изыскании. Решением здесь может выступать получение банковского кредита, выпуск облигаций или эмиссия акций. Получение финансовых или облигационных займов приводит к возникновению необходимости уплаты процентных платежей и гашения основной суммы задолженности. Выпуск акций позволяет привлечь дополнительные средства без увеличения долговой нагрузки, что делает данный источник формирования капитала довольно привлекательным. Поэтому акционерные общества стали столь популярны в современном обществе, в том числе и в России. Между тем российский фондовый рынок акций является одним из самых молодых в мире. В большинстве развитых экономик он активно развивается на протяжении многих десятилетий. В нашей стране рынок акций функционирует чуть более 20 лет. Некоторые акционерные общества уже имеют положительный опыт реализации дивидендной политики, но для многих других он еще не так успешен. В связи с этим в вопросах разработки и реализации дивидендной политики накопился целый ряд актуальных проблем, требующих активного решения.

Прежде всего необходимо отметить, что в России явно присутствует проблема, связанная с составом собственников крупных предприятий, а именно с тем, что значительная доля акций принадлежит государству, узкому кругу лиц или руководству предприятия. Переход от плановой к рыночной экономике определил место и роль государственной акционерной собственности, обозначив ей определенные рамки. Этими рамками, произвольно или по необходимости, было установлено, что почти вся

государственная акционерная собственность сосредоточена в базовых системообразующих отраслях российской экономики. Таким образом, государству принадлежат пакеты акций наиболее крупных промышленных корпораций, на которых возлагаются основные надежды на поддержание и обеспечение стабильного экономического развития страны. Следовательно, финансовое состояние крупных предприятий в форме акционерных обществ с государственным капиталом во многом определяет базовые экономические показатели [2]. Для решения данной проблемы в глобальном масштабе был разработан индекс развития структуры управления, который измеряет уровень гарантий управления, защищающих акционеров от неправомерного воздействия на совет директоров и другого негативного влияния.

Следующей проблемой является сложившаяся в ряде компаний практика, при которой установленная минимальная норма прибыли, направляемая на выплату дивидендов, фактически не соблюдается. Это относится не только к компаниям с высокой долей государственного участия, но и частным предприятиям, в чью деятельность государство практически никак не вмешивается. Сегодня получила распространение практика, когда компании устанавливают минимальную норму прибыли, направляемую на дивидендные выплаты. Данная мера положительно сказывается на состоянии рынка акций, поскольку инвесторы заранее осведомлены о потенциальной дивидендной доходности, а также способны оценить достижимость установленных значений и выяснить методику выплаты дивидендов. Однако эта практика не является оптимальной, так как компании зачастую принимают данное закрепление размера дивидендных выплат как формальное и не придерживаются его в дальнейшем.

В сложившейся практике оценки эффективности корпоративного управления с помощью рейтингов задача защиты интересов инвесторов частично решается. Однако, поскольку существует большое число моделей, требующих разработки собственных критериев, указанная проблема находит свое решение лишь в раскрытии информации об объекте инвестирования, то есть об акционерной компании [3]. Существуют и повсеместно используются основные принципы информационной прозрачности: качество, надежность, а также равный и своевременный доступ пользователей. Вся информация, предоставляемая компаниями, может носить как обязательный, так и рекомендательный характер, то есть среди необходимых данных могут присутствовать и изложенные на добровольной основе. В таком случае компания руководствуется экономической целесообразностью публичного раскрытия информации, сравнивая понесенные на ее поиск и реализацию затраты с потенциальной выгодой. Выгоды возникают в первую очередь в связи с уменьшением степени асимметрии информации, которая присутствует между менеджментом, как более информированной стороной, и инвесторами, как более заинтересованной стороной. Безусловно, качественная и своевременная информация не только снабжает инвесторов сведениями о финансовом состоянии компании, но и позволяет судить об отношении эмитента к потенциальным акционерам - миноритариям [4]. В настоящее время в России компании склонны публиковать лишь часть необходимой для инвесторов информации, в наличии которой они крайне заинтересованы или же если расходы на ее поиск будут покрыты будущими доходами. В данном случае лишь сами инвесторы способны решить проблему путем предъявления более жестких требований к качеству и количеству предоставляемой информации. Но для этого требуется более развитая рыночная культура.

Государство же не вправе заставлять компании публиковать всю имеющуюся у них информацию, законодательно оно закрепляет лишь необходимые объемы информации.

Отдельную проблему составляет низкий уровень рентабельности деятельности отечественных предприятий и организаций. По данным Росстата, убыточными является практически половина российских субъектов хозяйствования, что делает невозможной реализацию ими дивидендной политики.

Таким образом, можно сделать вывод, что в отечественной практике разработки дивидендной политики существуют определенные проблемы. При этом можно отметить, что лишь некоторые проблемы могут быть решены непосредственно с помощью государства. Большинство же проблем могут быть решены только по мере развития национального фондового рынка и экономики страны.

Список использованной литературы:

1. Об акционерных обществах: Федеральный закон РФ от 26.12.1995 N 208 - ФЗ (в действующей редакции) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. О формировании позиции акционера – Российской Федерации в акционерных обществах, акции которых находятся в федеральной собственности: Распоряжение Правительства РФ от 29.05.2006 № 774 - р (ред. от 12.11.2012).
3. Ружанская Л.С. Прозрачность компаний: экономическая целесообразность и проблемы регули - рования Л.С. Рожанская // Экономическая политика. — 2010. — № 5. — С. 156–179.
4. Финансовый менеджмент / Под ред. Н.И. Берзона, Т.В. Тепловой. – М.: КНОРУС, 2013. – 653 с.

© А.И. Коленко, 2017

УДК 336.2

Королева М.Л.,

канд. техн. наук, доцент кафедры ТиПЭ, Фик КГУ,
г. Кострома, Российская Федерация

Терещенко В.С.

студент 4 курса ИУЭФ КГУ,
г. Кострома, Российская Федерация

НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ)

В последнее десятилетие ключевым фактором, определяющим динамичное развитие экономики любого региона, является привлечение инвестиций.

По результатам проведенного 21 - го ежегодного исследования инвестиционной привлекательности регионов России, подготовленного Рейтинговым агентством «Эксперт РА» (RAEX), Костромская область в 2016 году сохранила рейтинг инвестиционной

привлекательности ЗВ2 (незначительный потенциал умеренный риск). При этом регион занимает 63 место среди субъектов Российской Федерации по рейтингу инвестиционного риска (по сравнению с предыдущим годом показатель улучшился на 2 пункта)[1].

В структуре ВРП Костромской области наибольший удельный вес занимает промышленное производство. Однако по данным Федеральной службы государственной статистики, индекс промышленного производства региона на протяжении последних лет резко сокращается и с учетом медленного восстановления экономики по итогам 2016 года ожидать роста не следует. Наименьшее значение индекса промышленного производства в Костромской области из всех регионов ЦФО было достигнуто в 2015 году и составило 91,5 % (рис. 1).

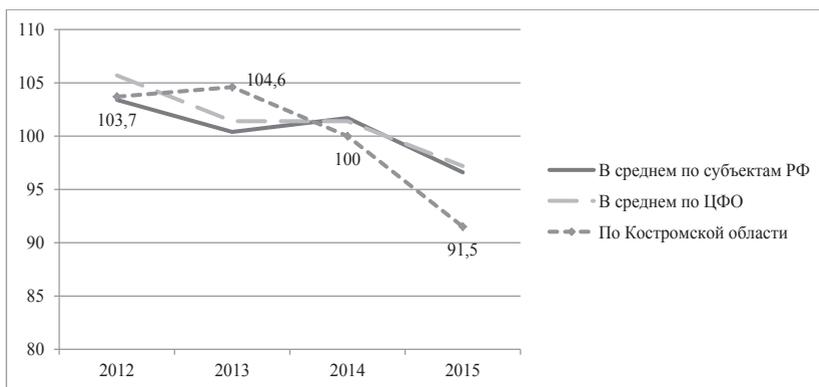


Рис. 1. Индекс промышленного производства, % к предыдущему году

Инвестор, выбирая регион для вложения своих средств, руководствуется определенными характеристиками: инвестиционным потенциалом, уровнем инвестиционного риска, а также законодательными условиями в регионе, взаимосвязь которых и определяет инвестиционную привлекательность региона.

В рамках действующего законодательства Костромской области частным инвесторам при реализации инвестиционных проектов предоставляется государственная поддержка, в том числе налоговые льготы по налогу на имущество организаций и налогу на прибыль [2].

Однако, учитывая темпы сокращения объемов промышленного производства в Костромской области и нестабильность в экономике в целом, для уменьшения потенциальных рисков инвесторов эффективным инструментом может стать увеличение налоговых льгот по региональным налогам для промышленных предприятий и (или) предприятий, реализующих на территории области инвестиционные проекты регионального значения. Подобная практика уже применяется в некоторых субъектах РФ, в том числе и соседних с Костромской областью.

В случае если применение данных норм будет иметь успех, следует ожидать не только увеличения ВРП региона, но и роста доходов бюджета уже в ближайшие годы в результате возросших поступлений налога на прибыль организаций, а также НДС при условии создания новых рабочих мест.

Учитывая удельный вес налога на имущество организаций, транспортного налога, налога на прибыль организаций и НДФЛ в структуре налоговых и неналоговых доходов собственного бюджета Костромской области (рис. 2), увеличение доходной части регионального бюджета от возросших поступлений по налогу на прибыль и НДФЛ при сокращении поступлений по вышеназванным региональным налогам представляется возможным.

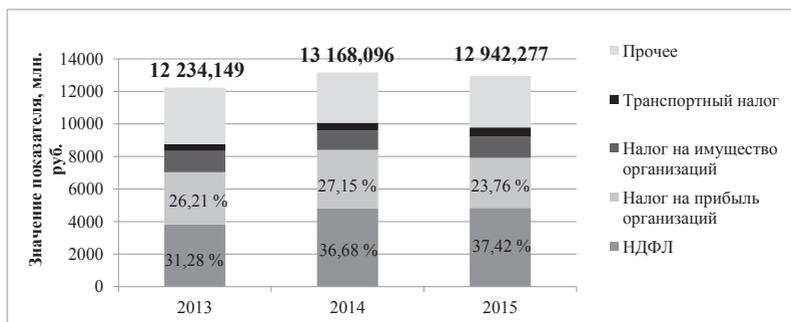


Рис. 2. Структура налоговых и неналоговых доходов областного бюджета Костромской области в 2013 - 2015 гг.

Считаем, что в целях дальнейшего роста инвестиционной активности в регионе целесообразна дальнейшая поддержка инвесторов преференциями:

а) освобождение инвесторов, реализующих проекты в сфере промышленного производства от уплаты налога на имущество организаций на срок окупаемости проекта независимо от длительности данного срока;

б) установление для предприятий промышленного производства, учрежденных в качестве юридических лиц и зарегистрированных на территории Костромской области в период с 01.01.2017 по 01.01.2019 гг. ставки налога на имущество организаций размере 1,1 % на весь срок функционирования такого предприятия;

в) освобождение от уплаты транспортного налога инвесторов, реализующих приоритетные инвестиционные проекты Костромской области, и управляющие компании, реализующие инвестиционные проекты регионального значения по созданию и (или) развитию индустриальных (промышленных) парков на территории Костромской области.

Предлагаемые меры нацелены на привлечение дополнительных средств в развитие социально - значимых объектов и призваны стимулировать интерес региональных инвесторов. Кроме того, данная поддержка будет способствовать росту инвестиционной привлекательности Костромской области.

Список использованной литературы

1. Инвестиционный портал Костромской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://investkostroma.ru/news/1197.html>

2. Закон Костромской области от 26.06.2013 №379 - 5 - ЗКО "Об инвестиционной деятельности в Костромской области, осуществляемой в форме капитальных вложений"

© Королева М.Л., Терещенко В.С., 2017

ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАЛОГО И КРУПНОГО БИЗНЕСА

В современных рыночных условиях малый и крупный бизнес не могут существовать изолированно, не пересекаясь. Они нуждаются друг в друге, а объективные причины ведут к интеграции этих секторов экономики. Взаимодействие крупного и малого бизнеса предполагает значительное расширение имущественной базы последнего путем организационно - правовых мероприятий и значительных финансовых вложений со стороны крупного бизнеса [1]. Сущность процесса взаимодействия заключается во взаимовыгодном сотрудничестве, разделении мира на сферы влияния, во взаимной безопасности для поддержания стабильности. Сотрудничество существует везде и повсеместно, оно определяется временем, целями, желанием и т.д. [3].

На рисунке 1 приведены наиболее распространённые формы взаимодействия малого и крупного бизнеса.



Рис. 1 – Формы взаимодействия малого и крупного бизнеса

Для появления данных форм взаимовыгодного сотрудничества существуют объективные предпосылки:

- возникновение факторов, симулирующих объединение малого и крупного бизнеса против таких негативных внешних воздействий как отсутствие поддержки государственных органов власти, сложная экономическая ситуация;

- необходимость оптимального использования средств и их экономия при условии затруднённого доступа к кредитно - инвестиционным ресурсам;

- использование наиболее оптимальных вариантов управления хозяйственными процессами;

- рациональное использование производственных, финансовых и иных ресурсов, в том числе в целях минимизации издержек.

Одной из традиционных форм сотрудничества малого и крупного бизнеса является система *франчайзинга*. Суть этой системы заключается в следующем: франчайзер предоставляет франчайзи право использования известного бренда. Помимо этого он обучает ведению бизнеса, делится секретами его функционирования, предоставляет

определенные гарантии успешности дела. Франчайзи, в свою очередь, делится заработанными средствами.

Подразумевается, что франчайзинговые взаимоотношения должны быть взаимовыгодными, **прибыльными для обоих участников**. Цель головной компании – максимум продаж при минимуме затрат. Франчайзер нацелен на лидерство в конкурентной борьбе, и для этого ему необходим франчайзи. Франчайзер предоставляет франчайзи необходимую поддержку с тем, чтобы последний мог уделять больше внимания текущим операциям. Одновременно франчайзи должен следовать правилам ведения бизнеса по франшизе и участвовать в рекламных и маркетинговых компаниях, проводимых франчайзером.

Одной из эффективных форм взаимодействия малых и крупных фирм в современных условиях является *аутсорсинг*. Аутсорсинг – это передача на договорной возмездной основе отдельных непрофильных функций другим компаниям, которые специализируются в конкретной области и обладают соответствующим опытом, знаниями, техническими средствами. Таким образом, аутсорсинг – это стратегия управления, которая позволяет оптимизировать функционирование организации за счет сосредоточения деятельности на главном направлении.

Внедрение аутсорсинга в деятельность предприятия нацелено на получение следующих положительных моментов: снижение постоянных расходов, рост конкурентоспособности бизнеса, повышение эффективности основной деятельности за счет передачи не основных направлений предприятию - аутсорсеру. Горизонт применения аутсорсинга не имеет границ: производство, сфера услуг, финансы, информационные технологии и системы, стратегии развития, трудовые ресурсы и т.д. [2].

Интрапренерство представляет собой инициативную, новаторскую деятельность по производству и реализации товаров и услуг в рамках уже существующей организации на основе интеграции финансовых и организационных возможностей предприятия и интрапренера [6]. Интрапренерство заключается в том, что на действующем предприятии, которое занимается выпуском определенной продукции, создаются условия для развития новых направлений деятельности организации и осуществляется их финансирование и всесторонняя поддержка [4].

Предпосылкой появления интрапренерства явился переход многих крупных производственных структур на предпринимательскую форму организации производства. Интрапренерство стало движущей силой революционных изменений в американской системе менеджмента.

Венчурное финансирование представляет собой инвестирование частного капитала в рискованные предпринимательские проекты без достаточных гарантий их успешной реализации. На практике венчур проявляется в виде особых экономических отношений, которые характеризуются тем, что ключевая роль в успехе компании принадлежит инвестору. Он принимает участие в управлении и передаче основателям компании опыта ведения бизнеса, полезных связей и навыков [5]. Инвестором может выступать не только отдельный вкладчик, но и специальный фонд венчурных инвестиций или фонд прямых инвестиций (они мобилизуют средства множества инвесторов), или фирма.

Зарождение и развитие новых разнообразных форм взаимодействия крупного и малого бизнеса является эволюционным процессом. Он обусловлен такими характерными для

инновационной экономики явлениями как: рост роли НТП, развитие и распространение информационных технологий, переход к индивидуальному производству, ориентированному на персональные потребности заказчика. Выбор одной из форм взаимодействия крупного и малого бизнеса компенсирует недостатки, обусловленные размером участвующей организации, а полученные результаты способствуют повышению эффективности работы в целом.

Список использованной литературы:

1. Агейкина М.С. Анализ форм взаимодействия крупного и малого бизнеса // Проблемы теории и практики предпринимательства. – 2012. - №1. - С. 149 - 151
2. Аникин Б.А. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций. - М.: Инфра - М, 2003. — 192 с.
3. Валиев И.Н. Формы взаимодействия человека и общества [http://www.egpu.ru/lib/] // Библиотека ЕГПУ., URL: <http://www.egpu.ru/lib/elib/Data/Content/128275702167351275/Default.aspx>
4. Кузнецова М.В. Интрапренерство как один из способов развития предпринимательства // Экономика и менеджмент систем управления. - 2013. - Т. 7. № 1. - С. 66 - 73.
5. Кузнецова М.В. Пути повышения эффективности венчурного финансирования инновационных проектов: Монография. – М.: ИНФРА - М, Сер. Научная мысль, 2016.
6. Кузнецова М.В. Условия развития интрапренерства // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. - 2012. - № 4 (11) - . С. 100 - 102.

© М.В. Кузнецова, А.Е. Лукина, 2017

УДК 339

А.А. Кучирова

студентка 3 курса факультета инновационного бизнеса и экономики
Академия маркетинга и социально - информационных технологий – ИМСИТ
г. Краснодар, Российская Федерация
Научный руководитель: Н.Г. Урасова
к.э.н., доцент кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности
Академия маркетинга и социально - информационных технологий – ИМСИТ
г. Краснодар, Российская Федерация

РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ

Отправной точкой формирования современной теории управления запасами можно считать первую треть XX века (1916–1934 гг.), когда появились первые статьи Ф.Харриса, Р. Уилсона, Е. Тафта, К. Стефанек–Алмейра, К. Адлера и других ученых, труды которых посвящены моделям расчета оптимальной партии заказа (ЕОQ) и различным ее

модификациям. В этот же период, а точнее – в 1931 году, известный экономист Ф. Раймонд публикует одну из своих первых научных работ, посвященных управлению запасами.

Принято считать, что ключевым в процессе становления теории запасов явился период с 1940 по 1970 – е годы. Именно за этот период сформировалась основная методологическая база управления запасами, а также оформилась теория запасов как самостоятельное научное направление. В работах таких ученых, как К. Эрроу, Т. Уайтина, Г. Вагнера, нашли отражение динамические и вероятностные модели управления запасами, разработаны пути решения многономенклатурных и многопродуктовых задач с учетом различного вида ограничений, однопериодных стохастических задач. Исследование вопросов в области управления запасами привело к формированию элементов стратегий управления запасами и первых моделей управления запасами для многоскладских (эшелонированных) систем.

В настоящее время продолжает развиваться третий этап, начало которого было положено в конце 1970–х годов. Развитию теории запасов способствовали появление первых персональных компьютеров и последовавшее за этим бурное развитие информационных технологий. Именно поэтому появилась возможность строить более сложные модели и получать более точную и оперативную информацию для принятия управленческих решений [1, с.325].

Проблема управления запасами неоднократно поднималась в трудах отечественных исследователей – математиков, экономистов, практиков. Наибольший вклад в развитие теории управления запасами внесли Ю.И. Рыжиков, Е.В. Булинская, Н.Д. Фасоляк, О.Д. Проценко, М.Ш. Доветов, К.В. Инютина, Д.Т. Новиков, Е.А. Хруцкий, В.А. Сакович, Б.К. Плоткин, С.Р. Мигитьянц, Н.Н. Голдобина и другие.

Основные этапы развития теории управления запасами представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Этапы развития теории управления запасами

Этап	Наименование и краткая характеристика этапа	Ученые, внесшие вклад в развитие этапа
1	2	3
XVIII - XIX вв.	Ранний период развития в рамках общей экономической теории	А. Смит, Д. Риккардо, К. Маркс и др.
Первый 1910 - 1940 гг.	Фрагментарный (отдельные разработки, например модель ЕОQ, «правило Парето» и др.)	В. Парето, Ф. Харрис, Р. Уилсон, Е. Тафт, К. Андлер и др.
Второй 1940 - 1970 гг.	Основной – формирование теории управления запасами (методы расчета показателей различного вида запасов, модель (стратегии) управления запасами, регулирование и управление запасами в многоуровневых системах)	Р. Браун, Дж. Букан, Г. Вагнер, Х. Дикей, Т. Уайтин, Дж. Хедли, А. О. Проценко, Ю. Рыжиков, В. Сакович, Е. Хруцкий и др.
Третий 1970 - по настоящее время	Логистический – развитие аналитических моделей и активное использование ИТ - технологий при	Р. Баллоу, Р. Коул, Дж. Клосс, Дж. Сток, Д. Ламберт, М. Кристофер, М. Гордон, Л.

	управлении запасами в цепях поставок	Миротин, О. Проценко, С. Резер, Д. Новиков, В. Сергеев, С. Уваров, Л. Федоров и др.
Четвертый (гипотетический)	Возможные варианты: 1. Эволюция (активизация IT - технологий и автоматизация принятия решений). 2. Качественный «скачек» в виде синтеза аналитических методов и имитационно - вероятностных моделей, реализуемых с помощью информационных технологий	Научные коллективы ученых разных стран

Следует отметить, что теория управления запасами продолжает интенсивно развиваться и в настоящее время. Одним из путей совершенствования управления запасами является интеграция аналитического и информационного направлений. Безусловно, активное внедрение на практике технологий имитационного моделирования позволяет с высокой точностью находить решение задач управления запасами, встречающихся в практике работы действующих хозяйствующих субъектов. К этому следует добавить, что активное развитие информационных технологий обеспечивает сближение теории и практики управления запасами.

Исторически сформировались три подхода (или концепции) к управлению запасами, а именно: концепция максимизации запасов, концепция оптимизации запасов, концепция минимизации запасов.

Концепция максимизации запасов предполагает накопление больших материальных ресурсов. Высокий уровень запасов допустим при условии, если объем их потребления неизвестен, а также в условиях, когда дефицит недопустим ни при каких обстоятельствах. Логично предположить, что избыточные запасы формируются для обеспечения непрерывности производственного процесса и избежания сбоев поставок. Кроме того, накопление запасов может быть вызвано необходимостью повышения уровня обслуживания потребителей, экономии на оптовых скидках и транспортировке, в спекулятивных целях. К сожалению, данная концепция не учитывает негативные стороны, которые возникают в результате хранения избыточных запасов. Данная концепция была распространена в XIX веке, в период наиболее интенсивной индустриализации.

Концепция оптимизации запасов стала формироваться в конце XIX века. В основе концепции лежит так называемый «научный» подход к управлению запасами, который подразумевает оптимизацию уровня запасов на складах по критерию минимума совокупных затрат на создание и содержание запасов. Данная концепция является наиболее часто применяемой.

Концепция минимизации запасов. Содержание концепции заключается в том, что материальные ресурсы необходимо приобретать по мере появления потребности и в том объеме, который позволит удовлетворить возникающую потребность. Излишки материальных ресурсов не приемлемы и характеризуют степень эффективности организации производственного процесса. Данная концепция послужила основой развития

соответствующих логистических систем и технологий, основной задачей которых является минимизация уровня хранения запасов: MRP (Material Requirement Planning), JIT (Just In Time) и многие другие [2, с.229].

Следует подчеркнуть многообразие методической базы теории управления запасами.

Существуют отдельные группы методов и моделей, предназначенные для решения задач в условиях детерминированных и стохастических параметров (потребление, время выполнения заказа, объем поставки и др.), в условиях одноуровневого (односкладского) и многоуровневого (многоскладского) размещения запасов в логистических системах и цепях поставок.

Полагаем, что наиболее рациональным методом можно считать экономико–статистический метод, который основан на изучении фактического уровня товарных запасов за предшествующие периоды, учете степени влияния отдельных факторов на скорость обращения средств. Этот метод достаточно простой и нетрудоемкий, поэтому получил на практике широкое распространение. Однако, при его использовании нельзя переносить на планируемые периоды, ранее допущенные недостатки в управлении товарными потоками и запасами. Нужна критическая оценка факторов, повлиявших на формирование запасов товаров за прошлые годы, чтобы обосновать величину запасов на планируемый период.

Список использованной литературы:

1. Мишин Ю.А., Лузин А.И. Управленческая учетная информация в системе рационального и эффективного управления запасами // Теория и практика общественного развития.– Краснодар, 2011.–№3.–С.325–326
2. Управление запасами в цепях поставок: Учебник / А.Н. Стерлигова. – М.: ИНФРА–М, 2009. – 430 с.
3. Урасова Н.Г. Управленческий контроль в хлебопекарных предприятиях // Теория и практика общественного развития.– Краснодар, 2013.–№7.–С.325–326

© А.А. Кучирова, 2017

УДК 336.

Е.А. Лиховидова

Магистрант кафедры «Банковское дело»

ФГБОУ ВО РГЭУ (РИНХ)

г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ В 2016 Г.

Рынок ипотечного кредитования в целом по стране по итогам 2016г. демонстрирует стабильный рост: по данным Банка России количество выданных кредитов выросло на 39,2 % , а объем совокупного ипотечного портфеля увеличился на 46,15 % [1].

Ситуация на рынке ипотечного жилищного кредитования юга России соответствует общему тренду: в Ростове и области количество выданных кредитов увеличилось на 30 % за первые 6 месяцев 2016г. по сравнению с аналогичным периодом 2015г. (8,5 тыс.кредитов предоставлено населению), объем ипотечного портфеля вырос на 35,6 % и достиг показателя 13,5 млрд. руб.; в Краснодаре и Краснодарском крае рост кредитного портфеля зафиксирован на уровне 37 % (т.е. выдано 10,5 тыс. кредитов), темпы роста ипотечного кредитования составили 35 %, что соответствует 16,3 млрд. руб.

Несмотря на медленные процессы восстановления российской экономики, рынок ИЖК продолжает бурно развиваться. На активный рост рынка ипотечного кредитования Ростовской области в 2016г. и формирования тенденции увеличения объема выдачи ипотечных кредитов в текущем году оказало влияние принятое Правительством РФ решение о продлении программы субсидирования ипотечной ставки до 1 января 2017 года (льготная ставка сохранится на уровне 12 % годовых) [2].

На основе официальной статистики Банка России об объемах ипотечного жилищного кредитования в разрезе федеральных округов мною были сгруппированы и проанализированы данные о динамике ипотечного кредитования Южного федерального округа (ЮФО), в т.ч. Ростовской области, и доли выданных ипотечных кредитов в общем объеме ссудной задолженности населения (табл. 1).

Таблица 1 – Динамика объемов ипотечного жилищного кредитования Южного федерального округа с 01.01.2015г. по 01.10.2016г., млн. руб.[3]

	01.01.2015г.		01.01.2016г.		01.06.2016г.		01.09.2016г.		01.10.2016г.	
	Объем ИЖК, млн. руб.	Доля ИЖК от К. ф.л.	Объем ИЖК, млн. руб.	Доля ИЖК от К. ф.л.	Объем ИЖК, млн. руб.	Доля ИЖК от К. ф.л.	Объем ИЖК, млн. руб.	Доля ИЖК от К. ф.л.	Объем ИЖК, млн. руб.	Доля ИЖК от К. ф.л.
ЮФО	127 000	0,18 83	77 807	0,17 94	35 138	0,17 99	59 258	0,174 6	68 092	0,17 55
Республика Адыгея	2 856	0,11 80	1 995	0,12 19	780	0,14 99	1 231	0,138 2	1 442	0,14 15
Республика Калмыкия	2 957	0,20 72	1 807	0,19 56	769	0,20 45	1 372	0,204 0	1 585	0,20 65
Краснодарский край	50 232	0,18 47	28 515	0,16 43	13 572	0,16 96	22 048	0,165 6	25 369	0,16 70
Астраханская область	9 770	0,19 44	6 224	0,19 59	2 554	0,18 17	4 310	0,176 7	4 987	0,17 84

Волгоградская область	22 334	0,20 55	14 714	0,20 97	6 508	0,20 31	10 745	0,198 0	12 263	0,19 72
Ростовская область	38 851	0,18 94	24 552	0,18 52	10 954	0,18 19	18 753	0,181 5	21 510	0,18 20

Анализируя данные по Ростовской области, следует отметить, что по итогам 2015г. объем кредитов на приобретение жилья сократился на 36,81 % (что соответствует 14 299 млн. руб.); за 1 полугодие 2016г. рынок ипотечного кредитования продемонстрировал падение на 55,38 % (13 598 млн. руб.), что соответствует общему тренду по ЮФО и динамике по стране в целом. В 3 квартале 2016г. можно отметить опережающие темпы роста ипотечного жилищного кредитования – 71,20 % (что соответствует 7 799 млн. руб. в абсолютном выражении): данная тенденция связана со смягчением условий банковского кредитования населения в анализируемом сегменте, снижением ключевой ставки Банка России, продлением госпрограмм по предоставлению льготной ипотеки, субсидированию ставок; предложениями региональных банков более привлекательных условий заемщикам. Объем ипотечного жилищного кредитования Ростовской области на 01.10.2016г. составил 21 510 млн. руб., что на 2 757 млн. руб. (14,70 %) больше по сравнению с данными на 01.09.2016г.

Доля ИЖК в общем объеме кредитов, предоставленных населению, находится в диапазоне 18 - 19 % , существенных колебаний за период с 01.01.2015г. по 01.10.2016г. не отмечено.

Ростовская область по объемам кредитования на цели – приобретение недвижимости населением занимает второе место по Южному Федеральному округу после Краснодарского края, а по доле ИЖК в общем объеме кредитов физ. лиц – третье после Республики Калмыкия и Волгоградской области (по состоянию на 01.10.2016г.). На фоне опережающего роста объемов ипотечного жилищного кредитования в Ростовской области количество выданных ипотечных кредитов с 01.09.2016г. по 01.10.2016г. увеличилось на 1 788 единиц, а за 3 квартал рост составил – 4 895 единиц.

Средний срок кредитования по Ростовской области на 01.10.2016г. составляет 188,2 мес., что соответствует показателям по ЮФО (188,8 мес.) и РФ (182,4), см. табл. 2.

Таблица 2 – Средневзвешенный срок ипотечного кредитования по РФ, ЮФО и Ростовской области с 01.01.2015г. по 01.10.2016г., месяцев.[4]

	01.01.2015г	01.01.2016г	01.06.2016г	01.09.2016г	01.10.2016г

РФ	179,5	176,4	182,7	182,4	182,4
ЮФО	181,8	183,3	189,1	188,7	188,8
Ростовская область	175,8	183,1	188,5	187,8	188,2

За анализируемый период по Ростовской области отмечается увеличение среднего срока кредитования, что связано как с экономическими, геополитическими, так и социальными факторами развития нашей страны. По итогам первого полугодия 2016г. по Ростовской

области наметился рост срока кредитования аналогичным показателям за весь 2015г.; в связи со смягчением условий банковского кредитования населения с июля 2016г. средний срок предоставления ипотечных кредитов сократился на 0,3 мес.

Динамика средневзвешенной процентной ставки по ИЖК в Ростовской области характеризуется относительной стабильностью, на 01.10.2016г. средневзвешенная ставка по ипотечным кредитам составила 12,65 % , что соответствует показателям по ЮФО (12,65 %) и РФ (12,70 %).

Таким образом, рынок ипотечного жилищного кредитования Ростовской области демонстрирует положительную динамику: несмотря на падение в первом полугодии 2016г. показателей объема и количества выданных кредитов, по итогам 3 квартала наблюдается значительное увеличение рассматриваемых показателей - 71,20 % (что соответствует 7 799 млн. руб. в абсолютном выражении) по сравнению с данными на 01.06.2016г. Данная тенденция связана со смягчением условий банковского кредитования населения в анализируемом сегменте, снижением ключевой ставки Банка России, продлением госпрограмм по предоставлению льготной ипотеки, субсидированию ставок; кредитными продуктами региональных банков.

Список использованной литературы:

1. Рынок ипотеки восстанавливается / Коммерсант.ру [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/3095933>

2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 ноября 2014 г. № 2242 - р «Об утверждении стратегии развития ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации до 2020 года»

3. Составлено автором на основе данных сайта Банка России за период с 01.01.2015г. по 01.10.2016г. / Банк России [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/udstat.aspx?Month=11&Year=2016&TblID=4> - 5

4. Составлено автором на основе данных сайта Банка России за период с 01.01.2015г. по 01.10.2016г. / Банк России [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/udstat.aspx?Month=11&Year=2016&TblID=4> - 5

© Е.А. Лиховидова, 2017

УДК338.462

В.В.Макаров, д.э.н., профессор,

Е.Ю. Сорокина, магистрант

Кафедра экономики и управления в связи СПбГУТ
Г. Санкт - Петербург, Российская Федерация

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ ПУТЕМ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ

Рост потребности в высокоскоростной и качественной передаче дал толчок к появлению на рынке инфокоммуникационных компаний, предлагающих услуги связи. Для исследования было решено выбрать 4 оператора сотовой связи с наибольшим количеством

абонентов: «МТС» - 32,1 % , «Мегафон» - 25,6 % , «ВымпелКом» («Билайн») – 24,2 % и «Теле2» - 8,7 % абонентов соответственно. Для начала стоит рассмотреть преимущества и недостатки предоставляемых каждым оператором услуг.

МТС

Если сравнивать клиентскую базу «МТС» с базами других российских операторов сотовой связи, то на данный момент количество абонентов «МТС» по всему миру насчитывает порядка 107 миллионов человек, что является самым высоким показателем. Среди других преимуществ компании можно выделить такие, как обеспечение абонентам высокого качества связи как внутри помещений, так и на улице за счет использования дорогостоящего современного оборудования, объемную сеть роуминга и большой спектр GPRS - тарифов для интернет - пользователей. Также «МТС» предоставил возможность своим абонентам самостоятельно управлять услугами в личном кабинете, что значительно сократило нагрузку на центр технической поддержки [1]. Примеру «МТС» последовали и другие операторы, хоть и менее успешно. Из недостатков можно выделить менее обширную зону покрытия сети в сравнении с «Мегафоном» и «Билайном» и относительно высокую стоимость некоторых услуг, предоставляемых другими операторами по более низкой цене.

Мегафон

«Мегафон» уступает «МТС» по количеству абонентов: на сегодняшний день услугами компании пользуется порядка 73 миллионов человек. Однако, несмотря на это, компания имеет самую обширную зону покрытия, устанавливая станции даже в густо заселенных районах, где расходы абонентов на связь не всегда покрывают расходы на обслуживание станции, что, несомненно, является плюсом компании. Данный оператор связи также имеет преимущество над конкурентами в плане инновационных решений. Так, например, «Мегафон» стал первым оператором, внедрившим возможность мобильной видеосвязи. Также за счет современного оборудования «Мегафон» обеспечивает клиентам высокую скорость интернета. Недостатков можно выделить довольно много. Среди них неотлаженная работа справочной службы, ее некомпетентность, сложные тарифы, вызывающие недовольство клиентов.

Билайн

По неофициальным данным клиентская база «Билайна» насчитывает более 60 миллионов абонентов, что ниже, чем у двух предыдущих, но у оператора есть иные преимущества. Во - первых, это адаптация под клиента: предоставление большого количества тарифных планов, услуг и акций. Во - вторых, абоненты выделяют компетентность специалистов центра поддержки, несмотря на их загруженность. Среди отзывов клиентов о работе оператора и качестве предоставляемых им услуг часто можно встретить негативные. Например, пользователи недовольны частыми перебоями в работе оператора и как следствие невозможностью совершить вызов, дорогостоящими услугами в условиях роуминга, неотлаженной работой службы технической поддержки. «Билайн» в отличие от «Мегафона»[2] не устанавливает станции в малонаселенных местах, что приводит к плохой связи за городом.

Теле2

«Теле2» является четвертым по числу абонентов оператором сотовой связи в России. На сегодняшний день база клиентов оператора составляет более 23 миллионов человек.

Главным преимуществом оператора «Теле2» является довольно низкая цена. Таким образом, компания старается переманить часть клиентов, принадлежащих тройке лидеров. Впрочем, стремительного роста абонентской базы не происходит, а причиной тому являются небольшая территория покрытия и периодические сбои в связи.

На данный момент предметом конкурирования в сфере мобильной связи являются технологии 3G и 4G, увеличивающие как качество предоставляемой операторами связи, так и количество оказываемых услуг. Для выживания в конкурентной борьбе каждая из компаний вынуждена прибегать к постоянным инновационным технологическим внедрениям и освоению новейших инфокоммуникационных технологий.

Так, например, главная проблема компании «МТС» – это высокие цены на предоставляемые услуги. Значит, главное в направлении инноваций будет новая технология, которая будет дешевой и на голову выше предыдущей. Также, имеет место расширение гаммы предоставляемых услуг. Применение новых технологий в зарубежных компаниях также делают их прибыльными и устойчивыми. Еще весной 2015 года МТС приступила к реализации нового этапа стратегии по развитию сетей LTE. В августе 2015 года ПАО «МТС» первой в России протестировала звонки по технологии Wi - Fi calling в сетях московского региона. Эта технология позволяет предоставлять голосовые сервисы абонентам сотовой связи при подключении смартфона к сети МТС через интернет посредством Wi - Fi точки доступа (Call overWi - Fi).

МТС также запустила первую сеть 4G LTE на территории московского метрополитена. На сегодня «МТС» заключила соглашения о сотрудничестве в области разработки и внедрения технологий 5G в РФ с тремя ведущими производителями телекоммуникационного оборудования: «Ericsson», «Nokia» и «Samsung». Итогом партнерства с вендорами станет тестирование решений и сценариев использования 5G.

Другой оператор, «ВымпелКом», к 2004 запускает технологию EDGE, становясь первым российским оператором, который протестировал технологию в России и ввел ее в коммерческую эксплуатацию. Запуск услуги «Мобильный платеж» в 2006 году дал абонентам возможность оплачивать услуги связи с мобильного телефона через списание средств с банковской карты, а через год «Билайн» вводит в России новый вид услуг мобильной связи — голосовое SMS - сообщение и открывает первый флагманский офис. В 2008 году «Билайн» продает первый в России iPhone, а в 2009 году разворачивает в 46 городах России сети широкополосного доступа в Интернет, на основе технологии FTTB и запускает в эксплуатацию первые объекты 3G в Москве.

«ВымпелКом», выступающая под названием «Билайн», первой в нашей стране прекращает развивать сети 3G. В 2016 году строительство сетей этого вида компанией будет полностью остановлено. «ВымпелКом» сообщил о том, что намерен сконцентрировать свое внимание на расширение сетей 4G и дальнейшую разработку сетей стандарта 5G. Согласно прогнозам, в 2018 году уже планируется начало коммерческого использования 5G.

«Мегафон» также прошел большой путь к становлению одним из лидирующих операторов мобильной связи. Свою деятельность компания начала в 1993 году и через 11 лет, в 2004 году, встретила пользователей своими первыми инновациями: «Мегафон» впервые в Европе запускает MMS - сообщения и впервые в России вводит услугу «Мобильное ТВ». Через год оператор запускает интернет - магазин и

внедряет технологию EDGE. В 2006 - 2007 гг. «Мегафон» становится первым оператором, покрывшим всю территорию России и внедрившим технологии третьего поколения (3G)[3]. После приобретения «Синтерры» и запуска 4G в партнерстве с «Yota» компания становится вторым оператором мобильной связи в России по количеству абонентов и количество пользователей 4G уже через год превышало отметку в 1 миллион. В 2014 году «Мегафон» становится лидирующим провайдером 4G и генеральным партнером связи на Олимпийских играх в Сочи, а к 2015 году 4G стало доступным в 77 федеральных регионах.

«Tele2» также старается идти в ногу со временем и внедрять инновации, которые позволят:

- управление процессами коммерциализации технологий;
- деятельность по продвижению инновационного продукта, включая правовую защиту результатов интеллектуальной деятельности, использованных в продукте;
- создание и развитие инновационной инфраструктуры;
- передача либо приобретение прав на объекты интеллектуальной собственности, включая их вовлечение в гражданско - правовой оборот.

На данный момент «Tele2» развивает следующие направления:

- изменение системы тарификации абонентских звонков;
- расширение покрытия сети;
- использование для общения социальных сетей;
- инновационная система корпоративных международных тренингов;
- работа над внедрением нового стандарта связи.

«Tele2» и компания «Nokia» подписали соглашение о сотрудничестве, направленное на ускорение развития сетей мобильной связи в стандарте 5G в России. Компании сосредоточатся на развитии технологий радиодоступа и приложений LTE - Advanced и 5G. Стороны будут работать над оптимизацией передачи видео высокой четкости и автоматизацией сетей.

Разработки в области развития технологий 5G позволят в будущем обеспечить существенную емкость сетей и постоянное подключение к ним миллиардов людей, устройств и объектов. Создание такой среды, в основе которой лежат современные технологии мобильной связи, расширяет возможности потребителей и компаний.

В рамках соглашения «Tele2» и «Nokia» планируют развивать высокоскоростные сверхширокополосные системы связи, которые повысят эффективность использования частотного спектра для успешной и безотказной передачи больших объемов данных[4,с.73]. Также компании исследуют различные сферы применения интернета вещей (IoT, Internet of Things): автомобилестроение, коммунальные услуги, «умный город», здравоохранение, системы для дома и пр.

Мобильный интернет развивается наиболее высокими темпами, что в свою очередь дает толчок к росту мобильного контента, главным образом за счет видео сервисов. Интернет трафик растет настолько быстро, что он уже опережает дополнительные возможности по увеличению пропускной способности, предлагаемые технологиями четвертого поколения, что вынуждает операторов

применять дифференцированное ценообразование и возможности партнерства с провайдерами беспроводной связи WI - FI.

Все современные устройства, которые имеют доступ в Интернет, сейчас используют 3G и 4G (LTE) [5 - 8]. Однако предметом инновационной гонки между операторами сотовой связи является стандарт 5G, а не стандарты третьего и четвертого поколения. Объясняется это тем, что стандарт пятого поколения должен позволить пользователям тратить как можно меньше времени на то, чтобы получить искомое в сети Интернет. Он будет охватывать миллиметровые волны, а для такой скорости требуется отказ от большого числа диапазонов частот. Такой подход очень дорогой и сложный. Пользователям не стоит ожидать широкой зоны покрытия нового вида связи. Это связано с тем, что дальность нового сигнала пока маленькая, поэтому сеть 5G можно будет сначала использовать только в местах, где спрос на Интернет самый большой. Компании, которые занимаются разработкой нового стандарта, готовы запустить сеть 5G в коммерческую эксплуатацию к 2020 году[9,10].

Список использованной литературы

1. Лапушкин К. Отчет в области устойчивого развития Группы МТС. – Москва, 2015.
2. Годовой отчет Публичного акционерного общества «Вымпел - Коммуникации» за 2015 год. - Москва, 2015.
3. Макаров В.В. Обеспечение конкурентоспособности оператора связи путем инновационного развития // Электросвязь. 2011. №9. С.30 - 33.
4. Макаров В. В., Гусев В. И., Сеница С. А. Методический подход к оценке информационных ресурсов // Информационные технологии и телекоммуникации. СПбГУТ. 2013. №3 (3). С. 72 - 78.
5. Макаров В.В. Методологические подходы к созданию интегрированной СМК в инфокоммуникациях // Век качества. 2011. №6. С.30 - 32.
6. Макаров В.В., Долгов Д.В. Проектно - ориентированное управление инновационными изменениями в организациях / В.В. Макаров, Д.В. Долгов; М - во образования и науки Рос. Федерации, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "С. - Петерб. гос. ун - т экономики и финансов". СПб., 2004. - 28 с.
7. Макаров В.В., Иванова Н.О. Классификация инфокоммуникационных предприятий на основе их инновационного потенциала // Проблемы современной экономики. 2016. №1. С 76 - 79.
8. Макаров В.В., Гусев В.И. Инновационный подход к оценке стоимости информационных ресурсов // Вестник образования и развития науки Российской академии естественных наук. – 2014, №3. - С.6 - 7.
9. Макаров В.В., Блатова Т.А. Информационно - коммуникационные технологии как индикатор развития экономики знаний // Российский гуманитарный журнал. 2014. Т.3. № 4. С.275 - 281.
10. Мальцева У.В., Макаров В.В. Информационные технологии в практике управления качеством // Инновации. 2011. №12 (158). С. 116 - 119.

© В.В. Макаров, Е.Ю.Сорокина, 2017.

ПРЕИМУЩЕСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕССЕНДЖЕРОВ В РФ

Первым мессенджером, из известных на сегодняшний день, стал ICQ (название происходит от английских слов I SEEK YOU – я ищу тебя).

Skype - первичный мессенджер, но популярный до сих пор [1]. Его аудитория составляет более 500 млн. пользователей по всему миру. Разработчики изначально ориентировались на создание системы голосовой и видео связи[5, с75]. Именно она по сей день остается одним из главных козырей Skype. В функционал мессенджера внедрена функция синхронного перевода живой речи. Кроме того, Skype поддерживает возможность создания очень больших групповых чатов. Так, одновременно переписываться могут до 300 человек. Еще одна полезная функция Skype - возможность работать в качестве файлообменника. Мессенджер позволяет пользователям обмениваться файлами любого формата. Самое слабое место Skype - плохая защищенность.

WhatsApp - самый популярный мессенджер мира[2]. На данный момент его аудитория составляет более миллиарда пользователей. Приложение было разработано еще в 2009 году. Несомненными сильными сторонами мессенджера являются его простота и малый «вес». Приложение отлично работает даже при самом слабом интернете - подключении. Мессенджер автоматически «привязывается» к конкретному номеру телефона, поэтому с его установкой справится даже неопытный пользователь. Практически все, кто работал с WhatsApp, отмечают максимальную простоту его интерфейса. Мессенджер позволяет совершать бесплатные голосовые и видеозвонки и отправлять бесплатные SMS другим пользователям WhatsApp.

В групповом чате может общаться до 100 пользователей одновременно, что в три раза меньше, чем у Skype. WhatsApp позволяет отправлять собеседникам фото, видео и голосовые послания, а также документы. На сегодняшний день главное преимущество WhatsApp - огромная пользовательская база.

Viber - второй по популярности мессенджер мира. По последним данным, его аудитория превышает 700 млн. пользователей[3]. Viber создавался в 2010 году как замена Skype и конкурент WhatsApp. В начале он опережал WhatsApp по функциональности. Viber точно также не требует отдельной регистрации, «привязываясь» к номеру телефона пользователя. Viber, однозначно, не годится на роль корпоративного мессенджера, т.к. одновременно переписываться в чате могут лишь 15 человек. Пользователи могут обмениваться файлами, фото и видео. Наличие дополнительных функций делает интерфейс Viber сложнее интерфейса WhatsApp. Одна из главных проблем Viber – безопасность. Еще в 2013 году с утечками данных из мессенджера было связано несколько скандалов, а руководство компании обвинялось в шпионаже за пользователями. Учитывая это, если пользователь хочет максимальной конфиденциальности, ему следует выбрать какой - либо иной вариант.

Telegram - самый безопасный из всех существующих сегодня мессенджеров. Приложение с первых дней позиционировалось как самое надежное средство коммуникации. Для защиты от слежки Telegram использует собственную разработку - криптографический протокол MTProto. Взломать шифрование Telegram пока не удалось ни одному хакеру. Само собой, такая узкая специализация мессенджера не могла не отразиться

на его функциональности. Многое из того, что умеют другие мессенджеры, Telegram сделать не может. К примеру, он вообще не позволяет совершать звонки - ни видео, ни голосовые. Он годится только для онлайн - переписки. Хотя, следует заметить, что в групповом чате может одновременно переписываться до 200 человек.

Telegram, как и WhatsApp с Viber, синхронизируется с номером телефона и не требует регистрации. Мессенджер не позволяет обмениваться файлами, но позволяет отправлять собеседникам фото и видео. В общем, Telegram представляет собой очень аскетичный и очень безопасный мессенджер для пользователей, обеспокоенных конфиденциальностью информации. Если же человек ищет богатый функционал, Telegram - неподходящий выбор.

SnapChat - мессенджер, невероятно популярный среди молодежи. И не напрасно. Если Telegram обеспечивает пользователям анонимность с помощью шифрования, то SnapChat нарушает одно из главных правил интернета. Люди привыкли, что всё, что попало в Сеть, остается там навсегда. SnapChat, созданный в 2011 году, разрушил эту концепцию. По словам самих пользователей, мессенджер уникален в своем роде тем, что позволяет совершать импульсивные поступки. Любое сообщение, фото или видео, которое отправляет пользователь, самоуничтожится спустя указанный промежуток времени после того, как получатель ознакомится с содержимым послания. Также SnapChat имеет встроенный графический редактор, который позволяет изменять фотографии перед отправкой. С недавних пор и другие мессенджеры, к примеру, Viber и Telegram, начали реализовывать у себя возможность отправки сообщений с самоуничтожением. Но пока перегнать SnapChat по популярности среди молодежи не удалось никому.

WeChat - еще один крайне необычный китайский мессенджер. Он был выпущен в январе 2011 года, а уже в 2013 году в WeChat было зарегистрировано 300 миллионов пользователей. На начало 2016 года аудитория WeChat составила 600 млн. активных пользователей и продолжает расти. При этом мессенджер понемногу становится популярным и за пределами Китая. Уникальность WeChat заключается в том, что приложение давно вышло за рамки обычного мессенджера. Сейчас WeChat - главное приложение Китая, которое включает в себя всё - от сервиса покупки билетов и оплаты счетов до вызова такси и поиска случайных знакомств. Но также следует помнить, что воспользоваться всеми возможностями, которые предлагает WeChat, смогут только жители Китая.

Самые популярные в России мессенджеры. Доля аудитории, %

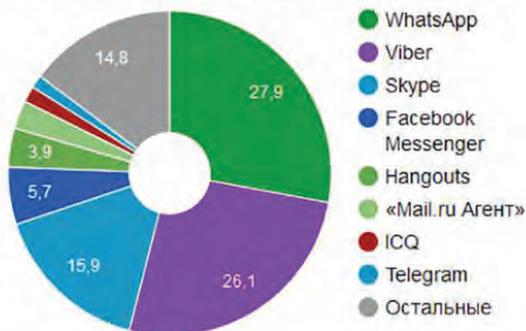


Рис. Будущее мессенджеров

С ростом производительности смартфонов, дальнейшим проникновением быстрого мобильного интернета и развитием инфраструктуры сами мессенджеры продолжают усложняться и обрещать новыми функциями - от банальных наклеек и мобильных игр, которые, кстати, приносят им хороший доход, до рекомендательных сервисов на основе гео - информации и семантического анализа разговоров и мобильных платежей через сообщения. Зачастую мессенджеры, например «публич чаты» Viber, начинают выполнять функцию каналов массовой коммуникации[4,с.276; 5, с.77]. Для традиционных СМИ эти каналы приобретают такое же важное значение, как и социальные сети. Брендам публичные аккаунты позволяют установить тесную коммуникацию со своей ядровой аудиторией. Таким образом, мессенджеры становятся следующим «большим интернет - трендом». И хотя они вряд ли смогут полностью заменить социальные сети, часть пользовательского внимания и времени, проводимого в интернете, они на себя перетянут.

Мессенджеры уже сейчас начинают интегрировать сторонние сервисы для того, чтобы в будущем пользователи могли обмениваться информацией о своих предпочтениях и интересах, делиться информацией о заказе билетов, поездках на такси прямо через личные сообщения или общение в группах благодаря открытому API.

Современные социальные сети - отражение явлений частной жизни, которая становится публичной. В то же время мессенджеры дают пользователям возможность дистанцироваться от подобных сервисов и сосредоточиться на главной изначальной цели соцсетей - общении. И, кроме того, они уверены, что предмет их разговора не выйдет за рамки приватного чата. Более того, многие мессенджеры делают акцент именно на сохранности личных данных.

Крупные игроки в Азии – WeChat, LINE и KakaoTalk – уже начали увеличивать прибыль, запуская приложения и сервисы поверх платформ обмена сообщениями. С помощью WeChat уже можно не только общаться и оплачивать покупки на рынке, в магазинах, билеты на метро, автобус, самолет, коммунальные счета, вызов врача, заказать пиццу, но и найти нового друга или подругу по принципу сервиса быстрых знакомств Tinder. По статистике, в 2015 году в новогодние праздники через WeChat прошло больше платежей, чем за тот период через PayPal.

Вероятнее всего, в будущем мессенджеры пойдут по пути китайского WeChat. Эксперты считают, что принцип «одного окна» - одно из самых перспективных направлений, в которых будут развиваться мессенджеры.

Еще одна из перспектив развития мессенджеров - это появление «дворецкого», который сможет, как минимум, отвечать за вас на простые вопросы. Он будет иметь доступ ко всем вашим диалогам и постоянно на них обучаться, анализировать вашу манеру общения, контекст, в котором было сделано то или иное высказывание, и со временем сумеет довольно убедительно имитировать вашу речь. Многим известно, что уже сегодня можно довольно долго общаться с ботом на каких -нибудь форумах в Сети, даже не догадываясь о том, что это бот.

В мессенджерах появляется все больше дополнительных сервисов, которые напоминают нам социальные сети. Один из самых востребованных - сервис каналов в Telegram. Вы можете подписаться на канал СМИ или конкретного журналиста, которому вы доверяете, и получать дайджест самых главных новостей за день, отслеживать события в режиме реального времени. Или подписаться на канал

любимой музыкальной группы и следить за их творчеством в мессенджере. На канал какой -нибудь компании, чтобы первым узнавать о корпоративных новостях, скидках; на аналитика, который делает подборку лучшей рекламы со всего мира; на канал, который занимается обзором последних новинок в области кино, и т.д. А если вы не знаете, на какой канал подписаться, подпишитесь на канал, который делает обзор самых интересных каналов[6,7].

Сегодня для того чтобы общаться со всеми необходимыми вам людьми, приходится установить и зарегистрироваться сразу в нескольких мессенджерах. В России это пять базовых сервисов: Skype, Telegram, Facebook Messenger, Viber, WhatsApp. В будущем у некоторых мессенджеров есть все шансы стать глобальным супермессенджером.

Выводы:

Таким образом, можно сделать вывод о том, что развитие мессенджеров связано с распространением мобильного интернета. Рост количества смартфонов позволяет быть всегда на связи, при этом пользователь не всегда может об этом знать. Мы начинаем концентрироваться на наших частных целях и задачах. Сеть больше не является только развлечением и получением удовольствия. Наша цель посещения интернета более локальна и конкретна. За последние годы изменилась суть общения в мессенджерах. Оно стало более эмоциональным: к простой текстовой переписке добавились визуальные образы (смайлики, стикеры, фильтры - маски и др.), а приложения все чаще стали использоваться для деловой коммуникации.

Список источников:

- 1.История мессенджеров: первая волна // <http://www.astrosoft.ru/articles/unified-communications/istoriya-messendzherov-pervaya-volna/> / Дата обращения 18.01.2017 г.
- 2.История мессенджеров: вторая волна // <http://www.astrosoft.ru/articles/unified-communications/istoriya-messendzherov-vtoraya-volna/> / Дата обращения 18.01.2017 г.
- 3.П.Колозариди, А.Ильин // Почему мессенджеры заменят соцсети / https://www.gazeta.ru/tech/2015/07/24/7655705/messengers_after_social.shtml / Дата обращения 18.01.2017 г.
- 4.Макаров В.В., Блатова Т.А. Информационно - коммуникационные технологии как индикатор развития экономики знаний // Российский гуманитарный журнал. 2014. Т.3. № 4. С.275 - 281.
- 5.Макаров В.В., Иванова Н.О. Классификация инфокоммуникационных предприятий на основе их инновационного потенциала // Проблемы современной экономики. 2016. №1. С 76 - 79.
- 6.Макаров В.В., Столяров С.А. Выбор оптимальной инновационной стратегии в управлении интернет - проектами // Журнал правовых и экономических исследований. 2013. № 3. С. 19 - 20
- 7.Мальцева У.В., Макаров В.В. Информационные технологии в практике управления качеством // Инновации.2011. №12 (158). С. 116 - 119.

© В.В. Макаров, Е.Н.Сторожева,

DIFFERENCES BETWEEN CURRENCY POLICY OF DEVELOPED AND DEVELOPING COUNTRIES

The currency policy in the modern world has a significant meaning for any country. It's a huge part of a foreign economic policy. Its effectiveness determines economic performance of the country and its status in the global economy. Nowadays, currency sphere has a huge influence on processes that take place in real sector of economy. In order to effectively participate in international economic relations, government has to work out a currency policy. This is why discussing currency policy is so important today [2].

Any country performs currency policy, in some form, regardless the level of economic development. The aim of this research is to understand the differences in currency policy of countries with different levels of economic development. The main objectives are to look at the tools and methods of currency policy that developed and developing countries use and distinguish between them [4].

There are a lot of differences between currency policy performed by developed and developing countries, even though they use the same tools and methods. The reason for this are different objectives set by countries and the role of currency policy in regulation of economy.

Developed countries use currency policy to maintain the purchasing power of money and strengthen the exchange rate of a currency. Usually it concentrate on problems of exchange rate, foreign exchange market intervention and managing gold and foreign currency reserves. Developed countries usually implement floating exchange rate. Thus, their currency policy is tightly connected with other directions of monetary policy such as money supply policy, interest policy and anti - inflationary policy. For example, in Great Britain, currency policy is considered to be a part of monetary policy. One of the main directions of a currency policy in developed countries is inflation targeting, which refers to quantitative index of inflation and is set by governments. Governments influence inflation expectations of economic entities, so producers adjust their price policy and both producers and consumers can plan their future revenues and expenditures. The main tool of influencing price dynamics is a short - term interest rate. Inflation targeting leads to high volatility of an exchange rate, so not all developed countries use it (for example, the USA, euro - zone countries, Japan). Among countries that use inflation targeting are Australia, Canada, New Zealand, Sweden and Great Britain [1].

Before the economic crisis of 2008, the exchange rate policy of developed countries did not play a significant role in supporting national export. But then countries began to use the exchange rate to stimulate export. When a country devaluates the exchange rate of its currency, profits from export tend to rise as long as the revenue is received in foreign currency. But the implementation of such economy may lead to growth of inflation within national economy.

Aims of developing countries' currency policy are completely different. They perform it in order to get rid of currency dependence from developed countries and to create necessary

conditions of national economy growth. Currency policy for these countries is a tool that helps to develop foreign trade and improve their trade balance and balance of payments.

One of distinctive features is wide implementation of monetary restraints. In some developing countries currency trade on free market is often forbidden as well as foreign transfers. Taxes are imposed on transfer operations, and producers and sometimes even citizens have to hand over foreign currency to treasury in exchange for national currency. These restraints are supposed to develop national economy, to strengthen the position of these countries in settlements with other countries, to help supply reserves with foreign currency and to facilitate the control over activities of foreign companies by limiting their operations and restricting repatriation of profits.

There are some methods that developing countries use in order to achieve their aims. They regulate their exchange rate by implementing different regimes: fixed and floating. Many developing countries use multiple exchange rates. Also they use mechanisms of devaluation and, which happens less often, revaluation. It's not uncommon that these devaluations are forced, for example, when the exchange rate of developed country's currency, at which developing country's currency is attached, is dropping. Some of IMF's (International Monetary Fund) stabilization programs require devaluation. But usually the implementing of devaluation shows less beneficial result as expected. Capital investments are necessary for expansion of export - oriented production, so devaluation is not effective for export. Developing countries depend upon foreign production, especially, machinery, so devaluation cannot decrease import. In this case, devaluation intensifies inflation, as prices for imported goods increase drastically.

Developing countries actively use currency restrictions on current and financial operations of payment balance in order to protect national economy, restrain capital exports and limit transfers of money abroad, that helps to smooth balance of payments. Combining currency restrictions with other methods of economy stimulation such as decreasing interest rates or trade constraints result in very positive effect. Some economic alliances formed for economic development of participating countries have currency constraints in relation of other countries but not of the participating ones. In order to save currency reserves, many developing countries conclude multinational clearing agreements. One of the examples of such agreements is West African Clearing House, which unites central banks of seven West African countries to support mutual trade and cooperation [3].

While discussing currency policy of developing countries, the role of economic integration should be brought into focus. Developing countries unite in currency unions and in currency funds to cover the deficit payment of balance, thus supporting cooperation in sphere of currency exchange. Currency integration is a part of economic integration, and performs some functions. It provides currency stabilization, which is an essential condition of integration process in economy. Also it protects participating countries from negative tendencies in global economy as well as from currency markets of developed countries. Nowadays, economic integration of developing countries is in its initial phase. Economic alliances unite countries in Asia, Africa and Latin America. Within those alliances, various agreements are conducted such as payment union agreements, clearing agreements, also international region financial organizations are created and exchange of information and coordination of currency policy takes place. UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) created committee for coordination currency cooperation in developing countries. Developing countries cooperate with developed countries as well. Participation in currency unions lead by developed countries played a crucial role in currency

policy of many developing countries. But in this case cooperation is usually based on economic and political leadership of one developed country and as a result its currency [5].

In conclusion, we need to underline, that even though currency policy is performed by both developed and developing countries, the latter need it more, as unstable economies cannot provide positive tendencies in currency rate. This is why currency policy should be supported by central banks' activities.

Список использованной литературы:

1. Валютная политика развитых стран [Электронный источник] [http: // finuni.ru / valyutnaya - politika - razvitykh - stran /](http://finuni.ru/valyutnaya-politika-razvitykh-stran/) (Дата посещения: 21.01.2017)
2. Кобелева Е.П., Матвиенко Е.Н. Повышение эффективности иноязычной подготовки студентов - экономистов на основе междисциплинарной интеграции // Проблемы современного педагогического образования. – 2016. – № 51 - 1. – С. 104 - 11
3. Красавина Л.Н. Международные валютно - кредитные и финансовые отношения // Издание третье, переработанное и дополненное // М.: «ФИНАНСЫ И СТАТИСТИКА», 2005. – 576 с.
4. Матвиенко Е.Н. Организационно - педагогические условия эффективности самостоятельной работы студентов - экономистов // Вестник Сибирского государственного университета путей сообщения. – 2014. – . № 31. – С. 179 - 183.
5. Меринова А.С. Валютная политика хозяйствующих субъектов. – Новосибирск.: НГУЭУ, 2006. – 123 с.

© О.А. Марковская, 2017

УДК 657.3

М.А. Масанова

студентка 2 курса магистратуры по направлению
подготовки «Бухгалтерский, налоговый,
управленческий учет и финансовый анализ бизнеса»
Государственный университет управления
Научный руководитель: Г.А. Адамова
к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет,
аудит и налогообложение»
Государственный университет управления
г. Москва, Российская Федерация

ВНУТРИФИРМЕННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В настоящее время проблема развития системы планирования в газовой отрасли, которая является важнейшим элементом ресурсного обеспечения экономического развития нашей страны, не получила должного освещения в научных исследованиях. Отсутствие современной, адаптированной к рыночным условиям модели планирования, на практике

приводит к тому, что формирование плана стратегического развития предприятия осуществляется преимущественно на базе общегосударственных планов и стратегий.

Анализ состояния внутрифирменного планирования показал, что далеко не все предприятия газовой отрасли моделируют свою деятельность с учетом влияния факторов внешней среды.

В настоящее время предприятия газовой промышленности развиваются в соответствии с принятой «Энергетической стратегией России на период до 2030 года» и перспективами развития топливно - энергетического комплекса.

Установленная правительством Российской Федерации энергетическая стратегия ставит перед комплексом следующие цели: стабильное, бесперебойное и экономически эффективное удовлетворение внутреннего и внешнего спроса на газ; развитие единой системы газоснабжения и ее расширение на восток России, усиление на этой основе интеграции регионов страны; совершенствование организационной структуры газовой отрасли с целью повышения экономических результатов ее деятельности и формирования либерализованного рынка газа; обеспечение стабильными поступлениями доходной части консолидированного бюджета и стимулирование спроса на продукцию смежных отраслей; обеспечение политических интересов России в Европе и сопредельных государствах, а также в Азиатско - Тихоокеанском регионе.

Для достижения этих целей предусматривается решение следующих основных задач: рациональное использование разведанных запасов газа, обеспечение расширенного воспроизводства сырьевой базы отрасли; ресурсо - и энергосбережение, сокращение потерь и снижение затрат на всех стадиях технологического процесса при подготовке запасов, добыче и транспорте газа; комплексное извлечение и использование всех ценных компонентов попутного и природного газа; формирование и развитие новых крупных газодобывающих районов и центров в Восточной Сибири и Дальнем Востоке, на полуострове Ямал и на шельфах арктических и дальневосточных морей; развитие газоперерабатывающей и гелиевой промышленности; развитие газотранспортной инфраструктуры для использования возможности освоения новых газодобывающих районов и диверсификация экспортных поставок газа [1, с. 5].

Решение поставленных целей и задач невозможно без системного планирования на современных предприятиях газовой отрасли, которые характеризуются большим и сложным разнообразием принципов, методов и моделей планирования. Поэтому не только совершенствование, но и адаптация к современным условиям модели планирования должны опираться на методологию системного подхода.

Многие известные методологические предложения планирования в современных условиях не нашли применения на предприятиях газовой отрасли практике из - за их отсутствия в них системного, детализированного и комплексного изложения в виде методик, достаточно пригодных для использования и адаптированных к особенностям специфики газовой отрасли.

В настоящее время одной из реальностей экономических преобразований в России является функционирование и создание крупных интегрированных структур, что обуславливает необходимость организации эффективного корпоративного управления. Именно специфика объекта управленческого воздействия и определяет сущность их внутрифирменного планирования, основу которого составляет сочетание

централизованных методов планирования с самостоятельностью подразделений в выборе способов использования ресурсов для достижения поставленных целей. Внутрипроизводственное планирование предполагает разработку планов текущей работы и развития организации, которые содержат перечень мероприятий по обеспечению запланированного уровня эффективности производства на основе привлечения и рационального использования средств производства и рабочей силы [4, с. 30].

Эффективность результатов функционирования предприятий газовой отрасли достигается за счет рационального взаимодействия головной компании, дочерних обществ и их внутренних подразделений при выполнении бизнес - планов и краткосрочных оперативных программ, содержащих прогнозируемые плановые показатели и конкретные меры по их достижению для всех подразделений и исполнителей. Одной из наиболее важных задач внутрифирменного планирования является определение места и роли каждого подразделения в деятельности компании.

Внутрифирменное планирование основывается на данных бухгалтерского и оперативного учета. Поэтому очень важно совершенствовать систему бухгалтерского финансового учета, развивать систему оперативного учета и внедрять в организации систему управленческого учета как дополнительный источник информации для внутрифирменного планирования.

В настоящее время планирование состоит из двух процессов:

- 1) прогнозирование - необходимо для подготовки решений и реализуется специальными алгоритмами: методиками и процедурами на вариантной основе;
- 2) принятие окончательных решений со стороны руководства по поводу развития предприятия, которое основывается на результатах прогнозирования и зависит от их точности и надежности.

Планирование включает следующие этапы: 1) разработка общих целей компании; 2) определение конкретных задач; 3) выбор основных путей, методов и средств их достижения; 4) контроль за выполнением целей.

Построение целевой функции основывается на прогнозах и заканчивается определением конкретных задач по срокам выполнения и ресурсообеспечению. Планы формируются и оформляются в цифрах в виде бюджетов. Конкретизация планов требует их увязки в целом по организации и между структурными подразделениями. В процессе планирования постоянно должна осуществляться корректировка планов в связи с изменением факторов внешней среды. Принятый план развития должен быть наилучшим из возможных на данный момент вариантов, способным легко подстраиваться под любые изменения в деятельности газовых компании - к внутренним и внешним изменениям производственной системы и ее рыночного окружения, вновь полученной нормативной информации, приобретения новых перспективных научных знаний и производственного опыта, а также выбора новых экономических целей [2, с. 416].

Большое значение имеют следующие направления совершенствования внутрифирменного планирования на предприятиях газовой отрасли:

- 1) создание новых проектов и сделок путем стимулирования и мотивации сотрудников предприятия;
- 2) прогнозирование дальнейшего развития организации на основе обоснования влияющих факторов и предвидения их возможных изменений;

- 3) оптимизация выбора допустимого и наилучшего варианта развития организации в конкретной социально - экономической среде;
- 4) координация взаимозависимости всех структурных подразделений предприятия для интеграции их усилий на достижение общего результата;
- 5) обеспечение информацией о возможных рисках для своевременного осуществления мероприятий по уменьшению или предотвращению негативных последствий;
- 6) создание системы оперативного отслеживания выполнения плана, его корректировки и выявления ошибок.

Текущее внутрифирменное планирование в организациях газовой промышленности должно быть гибким: в течение года должны быть пересмотрены планы - сметы, если это диктуется хозяйственной обстановкой. Техничко - экономическое планирование охватывает показатели развития компании в натуральном выражении и основано на использовании финансовых нормативов. Оно ориентирует деятельность структурных подразделений на экономию ресурсов предприятия, снижение издержек, обновление оборудования, внедрение новых технологий. Оперативное планирование в организации определяет объем и ритм производства и сбыта продукции.

Такая взаимосвязь планов в рамках одной компании соответствует концепции предприятия как «открытой» системы. Высшее руководство разрабатывает планы, которые направлены на внешнюю среду компании – экономическое, научно - техническое, социально - политическое окружение, а руководители структурных подразделений компании реализовывают технико - экономическое и оперативное планирование. Именно в подразделениях сосредоточены кадры, которые имеют необходимый опыт в области закупок, производства, реализации и оперативного руководства [3, с. 367].

В процессе исполнения плана финансово - хозяйственной деятельности компании необходимо осуществлять регулирование и контроль его выполнения. Регулирование включает в себя детальную разработку реализуемого плана компании, подготовку приказов и распоряжений по его реализации. Контроль является продолжением планирования и сопровождает процесс реализации планов.

Регулирование и контролирование процесса выполнения плана осуществляется в рамках современной концепции контроллинга, который представляет собой систему управления процессом достижения конечных целей и результатов деятельности предприятия.

Контроллинг исполнения плана компании осуществляется за счет сопоставления фактических и плановых показателей, которые сравнивают на протяжении всего отчетного года и после его завершения. Критерием оценки полученных значений показателей являются данные принятого бюджета. Для выявления отклонений фактических показателей от запланированных в бюджете в компании реализуется оперативный и периодический контроллинг финансово - хозяйственной деятельности. Оперативный контроллинг достигается посредством запроса необходимой информации от структурных подразделений компании и направлен на мгновенное выявление изменений жизненно важных показателей деятельности организации (объем реализации, прибыль и др.). Оперативный контроллинг исполняется на основе ежемесячных планов доходов и расходов, которые разрабатываются на основе утвержденного бюджета компании на год с конкретизацией основных статей. Контроль является продолжением процесса планирования и одновременно началом следующего этапа планирования, поскольку из

предыдущего опыта черпается информация для того, чтобы в будущем более правильно предвидеть ход возможных событий.

Экономический эффект от совершенствования системы внутрифирменного планирования организаций газовой отрасли будет достигнут за счет оптимизации потоков всех ресурсов компании, а также рационализации функциональных связей управленческого звена. Эффективность совершенствования системы внутрифирменного планирования в компаниях газовой отрасли будет проявляться в виде улучшения результатов производственно - хозяйственной деятельности компании, а также экономии затрат в системе управления.

Список использованной литературы:

1. Энергетическая стратегия России на период до 2030 года. Утверждена Распоряжением Правительства РФ от 13 ноября 2009 г. № 1715 - р, с. 5.
 2. Бухалков, М.И. Планирование на предприятии [Текст] / учебник / М.И. Бухалков - М.: Инфра - М, 2005. 416 с.
 3. Стрелкова, Л.В. Внутрифирменное планирование: Учебное пособие для студентов вузов / Л.В. Стрелкова, Ю.А. Макушева. – М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2012– 367 с.
 4. Грищенко, А.И. Газовая промышленность России: стратегия развития и научные проблемы [Текст] / А.И. Грищенко. М.: Газпром ВНИИГАЗ, 2010. - 30 с.
- © М.А. Масанова, 2017

УДК 330.341

Мельникова М.П.,

аспирантка,

РЭУ им. Плеханова (Воронежский филиал),
г. Воронеж, Российская Федерация

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РЕГИОНЕ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Система высшего образования имеет целью обеспечение подготовки кадров высшей квалификации по всем основным направлениям общественно полезной деятельности в соответствии с потребностями общества и государства, удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, цивилизованном и морально - нравственном развитии, перспективном развитии образования. Образовательные организации высшего образования являются основной институциональной единицей системы высшего образования, различающиеся учредителями, но имеющие общий механизм реализации функций данной системы [1,4,6,11].

Система высшего образования регионов имеет ряд существенных особенностей, сокращающих потенциал ее интеграции в мировое образовательное и научное пространство в контексте инновационного развития в условиях рыночной модернизации. К

основным характеристикам системы высшего образования России и ее субъектов Федерации можно отнести:

1. Отсутствие международной аккредитации большинства образовательных программ, незначительная доля программ, предусматривающих получение двойного диплома.

2. Ограниченная численность преподавателей, способных на высоком профессиональном уровне проводить занятия на иностранном языке.

3. Ограниченная сфера использования современных интерактивных образовательных технологий.

4. Отсутствие необходимого числа профессионально подготовленных менеджеров международных служб вузов.

5. Недостаточное знание перспективных для высшей школы региона сегментов мирового рынка образовательных услуг, их особенностей и методов работы на них.

6. Отсутствие достаточного финансового обеспечения деятельности вузов по рекламе, маркетингу и набору иностранных студентов.

7. Низкий рейтинг большинства вузов города в мировом образовательном пространстве. Особое отставание заметно по таким показателям, как: публикации в международных журналах; международный опыт и международная мобильность; количество рабочих языков, на которых ведется преподавание [2,7,9,11,13,15].

В социально - экономическом плане воспроизводство этих характеристик существенно сдерживает приток иностранных инвестиций в развитие высшей школы региона, ограничивает возможности ее продвижения в международных рейтингах.

В основе трансформации национальной экономики и повышении значимости регионов в инновационном развитии особое место принадлежит повышению роли системы высшего образования и ее эффективности.

Система высшего образования оказывает существенное влияние на развитие не только отдельной социально - экономической структуры региона, но и страны в целом. Важнейшим направлением экономического роста РФ и ее регионов является создание и развитие на базе ведущих университетов научно - технологических центров с высокой степенью коммерциализации результатов исследований, повышение конкурентоспособности российских вузов среди ведущих мировых научно - образовательных центров. **Данное направление позволит** создать условия для динамичного инновационного развития регионов на основе коммерциализация результатов исследований и создание инноваций.

Список используемой литературы

1. Волкова С. А. Инновационная деятельность в современной России / С.А. Волкова, Т.А. Волкова [Текст] // Экономика. Инновации. Управление качеством. - 2015. - №4 (13). - С.49 - 50.

2. Волкова С.А. Государственные инструменты обеспечения роста качества жизни населения [Текст] / С.А. Волкова, Т.А. Волкова // Экономинфо. - 2015. - № 23. - С. 35 - 38.

3. Волкова С.А. Основные направления развития человеческого капитала в инновационной экономике Российской Федерации [Текст] / С.А. Волкова, Т.А. Волкова // В сборнике: Современные подходы трансформации концепций государственного

регулирования и управления в социально - экономических системах: сборник научных трудов 5 - й Международной научно - практической конференции. - 2016. - С. 51 - 53.

4. Зборовский Г.Е. Образовательные потребности студентов в малом городе [Текст] / Г.Е. Зборовский, Н.Е. Тейтельман, Е.А. Шуклина // Высшее образование в России. - 2004. - № 9. - С. 18—29.

5. Голикова Г.В. Закономерности развития экономики региона на основе мониторинга обратных связей [Текст] / Г.В. Голикова, В.К. Голикова, А.Н. Мордвинцев // Регион: системы, экономика, управление. - 2014. - № 1 (24). - С. 91 - 95

6. Голикова Г.В. Методология исследования стратегии управления организации на основе воспроизводства инвестиционного капитала и роста индивидуального благосостояния [Текст] / Г.В. Голикова, Н.В. Голикова // Вестник Воронежского государственного технического университета. Серия : Гуманитарные науки. - 2009. - Т. 5. - № 12. - С. 257 - 259

7. Голикова Г.В. Механизм формирования инвестиционной политики как условие саморазвития коммерческой организации [Текст] / Г.В. Голикова, Н.В. Голикова // Вестник Воронежского государственного технического университета. Серия : Гуманитарные науки. - 2005. - № 9. - С. 142 - 144

8. Голикова Г.В. Модернизация российской экономики: проблемы и перспективы стратегического развития [Текст] / Г.В. Голикова, Н.В. Голикова И.С. Наумов. // Глобальные проблемы модернизации национальной экономики материалы I Международной научно - практической конференции (заочной). Под редакцией Юрьева В.М. и др. - . 2012. - С. 105 - 110.

9. Голикова Н.В. Особенности стратегического выбора предприятия в регионе [Текст] / Н.В. Голикова, Г.В. Голикова В сб.: Стратегии социально - экономического развития регионов сборник статей научно - практической конференции. Под редакцией И. Е. Рисина и др. - 2002. - С. 86 - 89.

10. Мельникова М.П. Анализ состояния и проблемы управления системой высшей школы в регионе / М.П. Мельникова // Сб. трудов Всероссийской очно - заочной научной конференции «Россия и мир: философско - гуманитарные и социально - экономические аспекты развития». - Воронеж: ВГТУ. - 2016. - С. 69 - 72.

11. Пургаева И.А. Мониторинг системы высшего образования: региональный аспект [Текст] / И.А. Пургаева, Г.В. Голикова, М.П. Мельникова // Современная экономика: проблемы и решения. - 2016. - № 12

12. Тамошина, Г.И. Общественное благосостояние и механизмы его формирования [Текст] / Г. И. Тамошина, С.А. Волкова, Т.А. Волкова, М.О. Ряполов. - Воронеж, 2012

13. Толстых И.А. Взаимосвязь системы высшего образования и потребностей рынка труда в условиях инновационной трансформации экономики России [Текст] / И.А. Толстых, Г.В.Голикова // Регион: системы, экономика, управление. - 2015. - № 3 (30). - С. 82 - 85.

14. Трещевский Ю.И. Высшая школа – кризис или «институциональный перелом»? [Текст] / Ю.И. Трещевский, Г.Б. Степыгина // Международный журнал экспериментального образования. - 2016. - № 10 - 1. - С. 27 - 32;

15. Яо Л.М. Проблемы высшего образования в современном российском обществе [Текст] / Л.М. Яо // Современные проблемы науки и образования. – 2009. – № 6 - 2. – С. 28 - 31

© Мельникова М.П., 2017

УДК 657

Е.А. Минина

студентка

Институт экономики, управления и финансов
ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет»
г. Йошкар - Ола, Российская Федерация

В.О. Сосков

студент

Институт экономики, управления и финансов
ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет»
г. Йошкар - Ола, Российская Федерация

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ

В настоящее время деятельность каждой организации осуществляется в условиях постоянной неопределенности. Последствием рыночной неопределенности является возникновение рисков[1]. Риск – это, прежде всего, вероятность потери ресурсов, неполучения определенных доходов и возникновения непредвиденных расходов в хозяйственной деятельности предприятия[11]. Любое предприятие рискует, так как не может исключить возникновения нежелательных ситуаций[2]. Но существует возможность сокращения их появления и возникновения ущерба[12]. Отсюда возникает желание создать такой механизм, который способствовал бы лучшим способом учитывать риски при реализации поставленных предприятием целей[3]. В данном случае, этим механизмом считается управление рисками или риск - менеджмент[4]. Риск - менеджмент представляет собой систему выявления, оценки и управления рисками, с которыми сталкивается субъект предпринимательства[5]. Информация бухгалтерской отчетности способствует принятию существенных управленческих решений. Согласно требованиям законодательства в учете отражаются события, которые свершились и события, вероятность возникновения которых высокая[10]. Поскольку целью бухгалтерского учета является информирование заинтересованных пользователей, анализ должен основываться на оценке последствий всех возможных существенных рисков[6]. Как правило, в научной литературе риски по функциональным признакам делят на четыре группы, а именно: операционные риски, финансовые риски, рыночные риски, бизнес - риски[7]. В данной цепочке, на наш взгляд, необходимо в отдельную группу выделить информационные риски, так как именно они более способствуют созданию неопределенной среды[8]. Стохастический характер возникновения рисков затрудняет определение достоверной оценки рисков. В связи с

ограниченной информацией, необходимой для оценки возможных рисков мы можем использовать качественный и количественный методы[9].

Список литературы:

1. Стафиевская М.В. Бюджетирование как эффективный инструмент управления рисками в коммерческих организациях // Экономика и предпринимательство. - 2016. - № 10 - 1 (75 - 1). - С. 333 - 335
2. Стафиевская М.В. Бухгалтерская отчетность как форма информационного обеспечения анализа хозяйственных рисков // Экономика и предпринимательство. - 2016. - № 8 (73). - С. 1014 - 1017.
3. Стафиевская М.В. Аналитический подход, позволяющий на основе статистических методов выявить степень воздействия на деятельность предприятия различных составляющих хозяйственных рисков // Экономика и предпринимательство. - 2016. - № 9 (74). - С. 1121 - 1123.
4. Стафиевская М.В. Методология формирования учетно - аналитического обеспечения для риск - менеджмента в условиях антикризисного управления // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. - 2016. - № 3 (36). - С. 115 - 120.
5. Стафиевская М.В., Марьин Д.Н., Сиков Р.А. Учетно - аналитическая информация о рисках // Инновационная наука. - 2016. - № 5 - 1 (17). - С. 176 - 178.
6. Стафиевская М.В., Крылова Д.А. Раскрытие информации о рисках в бухгалтерской (финансовой) отчетности // Инновационная наука. - 2016. - № 6 - 1. - С. 240 - 242.
7. Стафиевская М.В. Правильная оценка реальной себестоимости как фактор снижения риска // Актуальные проблемы экономики современной России. - 2016. - № 3. - С. 280 - 286.
8. Стафиевская М.В., Минина Е.А. Совершенствование программного обеспечения для риск - менеджмента // Вестник Марийского государственного университета. Серия: Сельскохозяйственные науки. Экономические науки. - 2016. - № 4. - С. 74 - 82.
9. Стафиевская М.В., Оскинова Е.В. Практический механизм снижения себестоимости продукции при производстве хлебобулочных изделий в условиях предпринимательского риска // Вестник Марийского государственного университета. Серия: Сельскохозяйственные науки. Экономические науки. - 2016. - № 4. - С. 82 - 85.
10. Стафиевская М.В., Юсупова Е.Д. Система гибких бюджетов как вариант оценки затрат в строительных организациях республики Марий Эл // Вестник Марийского государственного университета. Серия: Сельскохозяйственные науки. Экономические науки. - 2016. - № 4. - С. 85 - 89.
11. Стафиевская М.В., Сосков В.О. Аналитический подход к оценке риска в управленческом учете // Вестник Марийского государственного университета. Серия: Сельскохозяйственные науки. Экономические науки. - 2016. - Т. 3. - № 7. - С. 85 - 90.
12. Сиков Р.А., Стафиевская М.В. Основные подходы к калькулированию себестоимости продукции. В сборнике: Современные концепции развития науки. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор Сукиасян Асатур Альбертович. - 2015. - С. 155 - 159.

© Е.А. Минина, В.О. Сосков, 2017

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ ЗАПРЕТОВ И ОГРАНИЧЕНИЙ В РАМКАХ ЕАЭС

В современном мире большое значение играют различные интеграционные группировки, посредством которых страны - участницы реализуют свой потенциал, используя экономические выгоды от совместного сотрудничества и отсутствие различных таможенных барьеров, что, несомненно, способствует развитию благоприятных торговых отношений.

На сегодняшний день одной из наиболее популярных и быстро развивающихся интеграций является Евразийский экономический союз (далее - ЕАЭС), который начал функционировать 1 января 2015 года.

Большую роль в рамках защиты национальных интересов государства, а также безопасности жизни и здоровья населения имеет соблюдение запретов и ограничений в рамках таможенного контроля.

Согласно п. 3 ст. 101 Договора о Евразийском экономическом союзе [1] к запретам и ограничениям относятся применяемые в отношении товаров, перемещаемых через таможенную границу Союза, меры нетарифного регулирования (в том числе вводимые исходя из общих исключений, защиты внешнего финансового положения и обеспечения равновесия платежного баланса в одностороннем порядке), меры технического регулирования, меры экспортного контроля и меры в отношении продукции военного назначения, а также санитарные, ветеринарно - санитарные и карантинные фитосанитарные меры и радиационные требования.

Что касается законодательных основ применения запретов и ограничений в Союзе, меры технического регулирования и нетарифные меры применяются в случаях и порядке, установленном Евразийской экономической комиссией (далее - ЕЭК) или национальным законодательством государств - членов объединения. Нормативными актами, регулирующими применение указанных мер, являются Протокол о техническом регулировании в рамках Евразийского экономического союза (приложение № 9 к Договору о Евразийском экономическом союзе) и Протокол о мерах нетарифного регулирования в отношении третьих стран (приложение № 7 к Договору о Евразийском экономическом союзе).

Санитарно - эпидемиологические, ветеринарные, а также карантинные фитосанитарные требования применяются в порядке, установленном Договором о ЕАЭС и принятыми в соответствии с ним актами ЕЭК и (или) законодательством государств - членов Союза. Правовую основу в данной области составляют:

- Протокол о применении санитарных, ветеринарно - санитарных и карантинных фитосанитарных мер (приложение № 12 к Договору о Евразийском экономическом союзе);

- Решение Комиссии Таможенного союза от 28 мая 2010 г. № 299 «О применении санитарных мер в Таможенном союзе» [2];

- Решение Комиссии Таможенного союза от 18 июня 2010 г. № 318 «Об обеспечении карантина растений в Таможенном союзе» [3];

- Решение Комиссии Таможенного союза от 18 июня 2010 года № 317 «О применении ветеринарно - санитарных мер в Таможенном союзе» [4].

И, наконец, меры экспортного контроля, в том числе в отношении продукции военного назначения применяются в соответствии с национальным законодательством государств - членов ЕАЭС. Например, в РФ к таким нормативным актам относятся Федеральный Закон от 18 июля 1999 г. № 183 - ФЗ «Об экспортном контроле» [5] и Федеральный Закон от 19 июля 1998 г. № 114 - ФЗ «О военно - техническом сотрудничестве Российской Федерации с иностранными государствами» [6].

Проведя анализ в рамках исследования, можно отметить, что значимой проблемой в данной области является активное применение странами – участницами ЕАЭС нетарифных мер во взаимной торговле, что препятствует их экономическому росту. Так, в период с 1 января 2012 г. по 1 августа 2015 г., Беларусь ввела 90 «красных» мер (дискриминационных и вступивших в силу), Казахстан – 15 мер и Россия – 182 меры [7].

Конечно, лучшим вариантом решения данной проблемы была бы полная ликвидация нетарифных мер, но, по мнению экспертов «полностью снять торговые барьеры в условиях рецессии невозможно, обособление партнеров будет только расти». Для решения данной проблемы, на наш взгляд, можно пойти двумя путями: ограничить странам количество применяемых нетарифных мер, либо предоставлять преференции на запреты и ограничения в течение определенного периода (такой период можно назвать льготным) в отношении страны, находящейся в нестабильном экономическом положении.

В целом, учитывая относительную «молодость» ЕАЭС у государств – членов есть возможность создать новую модель взаимодействия по применению мер нетарифного регулирования во взаимной торговле.

Список использованной литературы:

1. Договор о Евразийском экономическом союзе (Подписан в г. Астане 29.05.2014 г.) (ред. от 08.05.2015) [Электронный ресурс] // Официальный интернет - портал правовой информации URL: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения 20.01.2017).

2. О применении санитарных мер в Евразийском экономическом союзе: Решение Комиссии Таможенного союза от 28.05.2010 г. № 299 (ред. от 02.12.2015) [Электронный ресурс] // Официальный сайт Комиссии Таможенного союза. URL: <http://www.tsouz.ru/> (дата обращения 20.01.2017).

3. Об обеспечении карантина растений в Евразийском экономическом союзе: Решение Комиссии Таможенного союза от 18.06.2010 г. № 318 (ред. от 12.02.2016) [Электронный ресурс] // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии URL: <http://www.eurasiancommission.org/> (дата обращения 20.01.2017).

4. О применении ветеринарно - санитарных мер в таможенном союзе: Решение Комиссии Таможенного союза от 18.06.2010 г. № 317 (ред. от 02.02.2016) [Электронный ресурс] // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии URL: <http://www.eurasiancommission.org/> (дата обращения 20.01.2017).

5. Об экспортном контроле: Федеральный закон от 18.07.1999 г. № 183 - ФЗ (ред. от 13.07.2015) // СЗ РФ. 1999. № 30. Ст. 3774; 2015. № 29 (часть I). Ст. 4342.

6. О военно - техническом сотрудничестве Российской Федерации с иностранными государствами: Федеральный закон от 19.07.1998 г. № 114 - ФЗ (ред. от 21.07.2014) // СЗ РФ. 1998. № 30. Ст. 3610; 2014. № 30 (Часть I). Ст. 4260.

7. Мелкумов С. Перспективы устранения нетарифных барьеров в ЕАЭС [Электронный ресурс] // International Centre for Trade and Sustainable Development. URL: <http://www.ictsd.org/bridges-news/> (дата обращения: 20.01.2017).

8. ЕАЭС проходит испытание на излом [Электронный ресурс] // GAZETA.RU URL: http://forbes.kz/massmedia/eaes_prohodit_opyitanie_na_izlom (дата обращения: 20.01.2017).

© О.М. Мишутина, 2017

УДК 339.13

Моисеев А.В.

к.э.н., доцент кафедры управления и маркетинга
Кубанский ГАУ имени И.Т. Трубилина
г. Краснодар. Российская Федерация

РЫНОК – ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ РЕСУРСОВ

Рынок на сегодня играет роль экономического инструмента распределения производственных и финансовых ресурсов между различными сферами применения в хозяйстве[2, с. 192]. Основой производственной деятельности хозяйства являются финансы, учет и анализ[8, с. 402].

Финансовые отношения представляют собой совокупность выплат и поступлений денежных средств хозяйства. Главная задача финансов - рациональное размещение средств, эффективное их использование, поиск источников финансирования[4, с. 191]. Необходимую информацию для принятия решений дает учет. Оценка текущего и прошлого финансового состояния, результатов деятельности хозяйства, ее место в рыночной системе осуществляется в ходе экономического анализа[1, с. 85].

Рассмотрим подробно финансовые результаты деятельности ОАО «Кропоткинский элеватор»[7, с. 110]. В целом финансовое состояние предприятия можно охарактеризовать и проанализировать с помощью ряда показателей ликвидности, финансовой устойчивости, платежеспособности и рентабельности[3, с. 591].

Коэффициент общей ликвидности, также называемый коэффициентом текущей ликвидности, характеризует общую обеспеченность предприятия оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных (текущих) обязательств предприятия снижается.

Коэффициент срочной ликвидности (коэффициент быстрой ликвидности), отражающий долю текущих обязательств, покрываемых за счет денежных средств и реализации

краткосрочных ценных бумаг, также снизился к 2016 г. до 0,33 при рекомендуемом интервале значений от 0,40 до 1,0 [9, с.1174].

Низкое значение этого коэффициента свидетельствует о высоком финансовом риске и практическом отсутствии возможностей для привлечения дополнительных средств со стороны из-за затруднений с погашением текущих задолженностей [5, с. 126].

Рентабельность продаж, отражающая долю чистой прибыли в объеме продаж, выросла и составила 2 %.

Рентабельность собственного капитала предприятия, определяющая эффективность использования вложенных в предприятие средств, в 2013 г. составила 6 %.

Приведенные показатели финансового состояния предприятия свидетельствуют о неудовлетворительной структуре капитала, а также о кризисном финансовом положении [6, с. 168]. Хозяйству необходимо изыскивать все возможные средства для сохранения статуса действующего и не допустить применения процедуры конкурсного производства [10 с. 40].

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. Моисеев А.В., Мусиенко В.Ю. Организация рекламной деятельности в аграрном секторе. В сборнике: Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы. Сборник статей Международной научно - практической конференции: в 6 - ти частях. 2016. С. 192.

3. Моисеев А.В., Моисеев В.В. Анализ уровня конкурентоспособности современных аграрных предприятий. В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса отв. за вып. А. Г. Кошаев. 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., Путьлин 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.

УДК 338.2

Мокшина О.С.,

магистрантка,

ФГБОУ ВО Воронежский государственный университет

г.Воронеж, Российская Федерация

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Основными условиями возникновения конкурентного порядка является комплексная реализация шести «конституирующих принципов конкурентного порядка»: частная собственность, децентрализованное планирование и регулирование, полная хозяйственная и имущественная самостоятельность, ответственность, свободные договорные отношения на рынке, открытость рынка, стабильность денежного обращения [1,3,4,7,10,12].

Основные факторы, влияющие на формирование конкурентной среды товарных рынков, можно разделить на несколько групп. Первая группа факторов, относящаяся к институциональной структуре товарного рынка, включает в себя совокупность субъектов и распределение между ними долей рынка, уровень дифференциации, наличие различающихся конкурирующих товаров, уровень и структуру затрат на производство и сбыт продукции, степень диверсификации производства [2,6,9,11,14]. Вторая группа факторов – организационно - правовые формы субъектов рынка, которые представляют собой структуру субъектов по различным типам: финансово - промышленные группы, консорциумы, ассоциации, союзы, объединения и другие. Объективным фактором формирования конкурентной среды является развитие рыночной инфраструктуры. Создание рыночных институтов, таких как страховые компании и товаропроводящие сети ускоряют процессы развития рыночной инфраструктуры и положительно влияют на развитие конкурентного климата в отраслях [12]. Третья группа – факторы макроэкономического характера. Среди макроэкономических факторов выделим следующие доминанты: изменение валового внутреннего продукта; темпы инфляции; уровень платежеспособного спроса; условия инвестирования; изменение структуры производства; экзогенные факторы [10,15,16,17].

К факторам, негативно влияющим на конкурентную среду в России можно отнести: системные проблемы применения законодательства о закупках, состояние системы распределения имущества, имущественных прав и природных ресурсов, неэффективное тарифное регулирование, низкая активность поддержки малого и среднего предпринимательства. Не стоит упускать из внимания снижение доли унитарных предприятий в рамках федеральной собственности, при этом происходит замедление

темпов приватизации предприятий в рамках региональной и муниципальной собственности.

В заключении отметим негативно влияющие факторы на конкуренцию в сфере здравоохранения РФ: взаимозаменяемость препаратов; документы, подтверждающие страну происхождения препаратов; проблемы оказания медицинской помощи. А также обобщим особенности рынка программного обеспечения в РФ: широкий спектр способов распространения товара; программное обеспечение является объектом интеллектуальной собственности; на рынках программного обеспечения существуют различные способы монетизации деятельности производителей ПО.

Список использованной литературы:

1. Баринов В.А. Теория систем и системный анализ в управлении организациями [Текст] / Под ред. В.Н. Волковой и А.А. Емельянова. – М.: Финансы и статистика, 2006
2. Безрукова Т.Л. Модель выбора и координации инвестиционных проектов при реализации инвестиционной стратегии [Текст] / Т.Л. Безрукова, Г.В. Голикова // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. - 2008. - № 8. - С. 61 - 63.
3. Волкова С. А. Инновационная деятельность в современной России / С.А. Волкова, Т.А. Волкова [Текст] // Экономика. Инновации. Управление качеством. - 2015. - №4 (13). - С.49 - 50.
4. Волкова С.А. Государственные инструменты обеспечения роста качества жизни населения [Текст] / С.А. Волкова, Т.А. Волкова // Экономинфо. - 2015. - № 23. - С. 35 - 38.
5. Волкова С.А. Основные направления развития человеческого капитала в инновационной экономике Российской Федерации [Текст] / С.А. Волкова, Т.А. Волкова // В сборнике: Современные подходы трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально - экономических системах: сборник научных трудов 5 - й Международной научно - практической конференции. - 2016. - С. 51 - 53.
6. Голикова Г.В. Закономерности развития экономики региона на основе мониторинга обратных связей [Текст] / Г.В. Голикова, В.К. Голикова, А.Н. Мордвинцев // Регион: системы, экономика, управление. – 2014. –№ 1 (24). – С. 91 - 95
7. Голикова Г.В. Методология исследования стратегии управления организации на основе воспроизводства инвестиционного капитала и роста индивидуального благосостояния [Текст] / Г.В. Голикова, Н.В. Голикова // Вестник Воронежского государственного технического университета. Серия : Гуманитарные науки. – 2009. – Т. 5. - № 12. – С. 257 - 259
8. Голикова Г.В. Механизм формирования инвестиционной политики как условие саморазвития коммерческой организации [Текст] / Г.В. Голикова, Н.В. Голикова // Вестник Воронежского государственного технического университета. Серия : Гуманитарные науки. – 2005. – № 9. – С. 142 - 144
9. Голикова Г.В. Модернизация российской экономики: проблемы и перспективы стратегического развития [Текст] / Г.В. Голикова, Н.В. Голикова И.С. Наумов. // В сб.: Глобальные проблемы модернизации национальной экономики материалы I Международной научно - практической конференции (заочной). Под редакцией Юрьева В.М. и др. - 2012. - С. 105 - 110.

10. Голикова Г.В. Роль технологического подхода в формировании предмета стратегической теории фирмы [Текст] / Г.В. Голикова, Н.В. Голикова, А.Н. Мордвинцев // Современная экономика: проблемы и решения. – 2012. – № 9 (33). – С. 56 - 64
11. Голикова Г.В. Теоретико–методологические основы стратегии управления организацией на основе формирования и развития инвестиционного капитала [Текст] / Г.В. Голикова // Российский экономический интернет - журнал. – 2008. – № 4. – С. 24 - 32
12. Голикова Н.В. Особенности стратегического выбора предприятия в регионе [Текст] / Н.В. Голикова, Г.В. Голикова // В сб.: Стратегии социально - экономического развития регионов сборник статей научно - практической конференции. Под редакцией И. Е. Рисина и др. - 2002. - С. 86 - 89.
13. Гусев В.В. Новая парадигма устойчивого развития России [Текст] / В.В. Гусев. – М.:Пищепромиздат, 2005
14. Минаева Е.В. Современные стратегии управления организацией в соответствии с требованиями рыночной экономики [Текст] / Е.В. Минаева // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 1, ч. 3. – С. 427–430
15. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость [Текст] / М. Портер. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. - 715 с.
16. Рябова Т.Ф. Инновационное развитие предприятий на основе использования инвестиций [Текст] / Т.Ф. Рябова // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2013. – № 14. – С. 217–223.
17. Сербулов Ю.С. Конкурентное взаимодействие производственно - экономических систем: теория и модели анализа [Текст] / Ю.С. Сербулов и др. - Воронеж: Научная книга, 2013. – 230 с.

© Мокшина О.С., 2017

УДК 657

О.А. Овчинникова

К.э.н., доцент

Курский государственный университет

Г. Курск, Российская Федерация

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ПЕРЕОЦЕНКИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

Изменение фактической (первоначальной) стоимости нематериального актива, по которой он принят к бухгалтерскому учету, допускается в случаях переоценки и обесценения нематериальных активов [5].

Коммерческая организация может не чаще одного раза в год (на начало отчетного года) переоценивать группы однородных нематериальных активов по текущей рыночной стоимости, определяемой исключительно по данным активного рынка указанных нематериальных активов [3].

Под текущей рыночной стоимостью нематериального актива понимается сумма денежных средств, которая могла бы быть получена в результате продажи объекта на дату

определения текущей рыночной стоимости [1]. Текущая рыночная стоимость нематериального актива может быть определена на основе экспертной оценки.

При принятии решения о переоценке нематериальных активов, входящих в однородную группу, следует учитывать, что в последующем данные активы должны переоцениваться регулярно, чтобы стоимость, по которой они отражаются в бухгалтерской отчетности, существенно не отличалась от текущей рыночной стоимости [2].

Рассмотрим порядок проведения и отражения на счетах бухгалтерского учета переоценку НМА:

1. Дооценка НМА, которые ранее не переоценивались или дооценивались.

В организации была произведена переоценка состоящих на балансе нематериальных активов «А» и «Б». По состоянию на 1 января текущего (отчетного) года:

- сумма дооценки впервые переоцениваемого нематериального актива «А» в результате переоценки составила 20 000 руб.;

- сумма дооценки ранее только дооцениваемого нематериального актива «Б» в результате переоценки составила 30 000 руб.

В бухгалтерском учете производятся следующие записи:

а) при первичной переоценке нематериального актива «А» по остаточной стоимости:

Дт	Кт	Сумма	Описание операции
04	83 субсчет «Прирост стоимости имущества по переоценке»	20 000 руб.	сумма дооценки нематериального актива «А» отнесена на увеличение добавочного капитала организации

б) при последующей переоценке нематериального актива «Б» по остаточной стоимости:

Дт	Кт	Сумма	Описание операции
04	83 субсчет «Прирост стоимости имущества по переоценке»	30 000 руб.	сумма дооценки нематериального актива «Б» отнесена на увеличение добавочного капитала организации

2. Дооценка НМА, которые ранее уценивались

Оттолкнемся от условий, приведенных в первом варианте. По состоянию на 1 января текущего (отчетного) года:

- сумма дооценки ранее уцененного нематериального актива «А» в результате переоценки составила 40 000 руб. Сумма уценки нематериального актива «А», проведенной в предыдущие отчетные годы, составила 60 000 руб.;

- сумма дооценки нематериального актива «Б» в результате переоценки составила 80 000 руб. Сумма уценки нематериального актива «Б», проведенной в предыдущие отчетные годы, составила 50 000 руб.

В бухгалтерском учете необходимо произвести следующие записи:

а) при переоценке нематериального актива «А» по остаточной стоимости:

Дт	Кт	Сумма	Описание операции
04	91 - 1	40 000 руб.	сумма дооценки нематериального актива «А» отнесена в уменьшение суммы его уценки, проведенной в предыдущие отчетные годы

б) при переоценке нематериального актива «Б» по остаточной стоимости:

Дт	Кт	Сумма	Описание операции
04	91 - 1	50 000 руб.	отражена сумма дооценки нематериального актива «Б» в пределах суммы его уценки, проведенной в предыдущие отчетные годы
04	83 субсчет «Прирост стоимости имущества по переоценке»	30 000 руб. (80 000 - 50 000)	отражено превышение суммы дооценки нематериального актива «Б» над суммой его уценки, проведенной в предыдущие отчетные годы

3. Уценка НМА, которые ранее не переоценивались или уценивались.

Будем исходить из условий, описанных ранее. По состоянию на 1 января текущего (отчетного) года:

- сумма уценки впервые переоцениваемого нематериального актива «А» в результате переоценки составила 20 000 руб.;

- сумма уценки ранее уцененного нематериального актива «Б» в результате переоценки составила 30 000 руб.

В бухгалтерском учете производятся следующие записи:

а) при первичной переоценке нематериального актива «А» по остаточной стоимости:

Дт	Кт	Сумма	Описание операции
91 - 2	04	20 000 руб.	сумма уценки впервые переоцениваемого нематериального актива «А» отражена в составе прочих расходов

б) при последующей переоценке нематериального актива «Б» по остаточной стоимости:

Дт	Кт	Сумма	Описание операции
91 - 2	04	30 000 руб.	сумма уценки ранее уцененного нематериального актива «Б» отражена в составе прочих расходов

4. Уценка НМА, которые ранее дооценивались.

Возьмем за основу условия из предыдущего примера. По состоянию на 1 января текущего (отчетного) года:

- сумма уценки ранее дооценивающегося нематериального актива «А» в результате переоценки составила 40 000 руб. Сумма дооценки нематериального актива «А», проведенной в предыдущие отчетные годы, составила 60 000 руб.;

- сумма уценки нематериального актива «Б» в результате переоценки составила 80 000 руб. Сумма дооценки нематериального актива «Б», проведенной в предыдущие отчетные годы, составила 50 000 руб.;

В бухгалтерском учете производятся следующие записи:

а) при переоценке нематериального актива «А» по остаточной стоимости:

Дт	Кт	Сумма	Описание операции
83 субсчет «Прирост стоимости имущества по переоценке»	04	40 000 руб.	сумма уценки нематериального актива «А» отнесена в уменьшение суммы его дооценки, проведенной в предыдущие отчетные годы

б) при переоценке нематериального актива «Б» по остаточной стоимости:

Дт	Кт	Сумма	Описание операции
83 субсчет «Прирост стоимости имущества по переоценке»	04	50 000 руб.	отражена сумма уценки нематериального актива «Б» в пределах суммы его дооценки, проведенной в предыдущие отчетные годы
91 - 2	04	30 000 руб. (80 000 - 50 000)	отражено превышение суммы уценки нематериального актива «Б» над суммой его дооценки, проведенной в предыдущие отчетные годы

Результаты переоценки принимаются при формировании данных бухгалтерского баланса на начало отчетного года [4]. Результаты переоценки не включаются в данные бухгалтерского баланса предыдущего отчетного года, но раскрываются организацией в пояснениях к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.

Список использованной литературы:

1. Приказ Минфина РФ от 27.12.2007 N 153н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14 / 2007)» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 23.01.2008 N 10975) // «Российская газета», N 22, 02.02.2008;

2. Гребнева М.Е., Овчинникова О.А. Оценка и переоценка нематериальных активов в соответствии с МСФО // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. - № 3 (33). – С. 73 - 75;
3. Илюхина Н.А. Порядок переоценки объектов нематериальных активов // Аудиторские ведомости. – 2009. - № 7. – с. 29 - 33;
4. Кыштымова Е.А., Ефименко И.С., Лытнева Н.А. Учетно - аналитические процедуры оценки рентабельности в механизме управления промышленным предприятием // Фундаментальные исследования. – 2016. - № 3 - 3. – С. 589 - 593;
5. Парушина Н.В. Профессиональные требования к формированию и анализу отчетности предпринимательских структур в целях менеджмента // Менеджмент предпринимательской деятельности: материалы Четырнадцатой научно - практической конференции. – 2016. – с. 26 - 28.

© О.А. Овчинникова, 2017

УДК 657

У.А. Огнева

Студентка 2 курса магистратуры факультета экономики
Санкт - Петербургский государственный экономический университет
г. Санкт - Петербург, Российская Федерация

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА ГОРЮЧЕ - СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

В ходе осуществления своей деятельности почти каждое предприятие использует транспортные средства или иные средства, для которых необходимы горюче - смазочные материалы (далее ГСМ). Для организаций, имеющих собственный автотранспорт, затраты на ГСМ являются одной из существенных статей расходов. Необходимо вести грамотный как бухгалтерский, так и налоговый учет данных материально - производственных запасов, поскольку расходы на ГСМ уменьшают налоговую базу для исчисления налога на прибыль.

Понятие ГСМ подразумевает под собой нефтепродукты, к которым относятся различные виды горючего (бензин, дизельное топливо, сжиженный нефтяной газ, сжатый природный газ) и смазочных материалов (моторные, трансмиссионные и специальные масла, пластичные смазки), специальные жидкости (тормозные и охлаждающие). Расходы на ГСМ учитываются как в бухгалтерском, так и в налоговом учете, но для этого они должны быть документально подтверждены и экономически обоснованы. Подтвердить данный вид расходов можно при помощи путевых листов или актов для списания ГСМ.

Акт для списания ГСМ используется в случаях, когда невозможно применение путевых листов, например, если бензином заправляются бензопилы, мотоблоки и иная аналогичная спецтехника. В свою очередь, путевой лист является основным первичным документом для учета работы водителя, маршрута, пробега автомобиля и фактически израсходованного топлива. Формы путевых листов в зависимости от вида автомобиля были утверждены Постановлением Госкомстата РФ от 28.11.1997 № 78, однако их применение в связи с

изменением в законодательстве с 1 января 2013 года не обязательно. Организация имеет право разработать самостоятельно путевой лист, указав обязательные реквизиты и соблюдая порядок заполнения путевых листов, которые утверждены Приказом Минтранса РФ от 18.09.2008 N 152. При соблюдении данных условий разработанный самостоятельно организацией путевой лист может являться документом, который подтверждает использование ГСМ для бухгалтерского и налогового учета.

Для учета ГСМ в бухгалтерском учете используется счет 10 «Материалы» субсчет 3 «Топливо» в соответствии с требованиями ПБУ 5 / 01. К субсчету «Топливо» целесообразно открывать субсчета второго порядка, такими субсчетами могут послужить:

- субсчет 10.3.1 «Топливо на складах» отражает наличие и движение ГСМ, находящихся на нефтескладах, в пунктах заправки и т.п;

- субсчет 10.3.2 «Топливо в баках автотранспорта» отражает бензин и топливо, которое получено водителями в виде талонов или на основании ведомостей учета;

- субсчет 10.3.3 «Топливо по талонам» отражает имеющиеся талоны на балансе организации, данные талоны отражаются только в случае, если договором с автозаправочной станцией предусмотрен переход права собственности на ГСМ в момент передачи талонов.

При больших оборотах можно открывать субсчета третьего порядка по видам используемых ГСМ.

ГСМ, как и все материально - производственные запасы, принимаются к учету по фактической стоимости. Методика учета топлива зависит от способа его приобретения. Топливо могут приобретать водители самостоятельно за наличный расчет непосредственно на автозаправочной станции. Предварительно денежные средства для приобретения ГСМ водитель получает в кассе под отчет, а в установленные организацией сроки должен отчитаться в использовании выданных средств. В данном случае к учету топливо принимается на основании кассовых чеков, полученных на автозаправочных станциях.

В условиях современной действительности все чаще приобретение топлива осуществляется в форме безналичной оплаты. Для этого заключается договор на поставку нефтепродуктов с АЗС, в котором указываются порядок перехода права собственности и порядок оплаты. Право собственности на топливо может переходить по мере фактической заправки или на всю купленную партию, которая будет находиться на ответственном хранении в емкостях поставщика. В последнем случае водитель обычно получает талоны или топливную карту. Оплачивать топливо соответственно можно всей партией, либо каждую заправку отдельно. При безналичной оплате ГСМ принимается к учету на основании накладных, счетов - фактур и прочих документов, подтверждающих оплату.

Момент перехода права собственности влияет на порядок учета ГСМ:

- в случае перехода права собственности на топливо до получения талонов (после оплаты ГСМ), в данном случае отражение происходит на счете 10.3.3 «ГСМ по талонам»;

- если право собственности переходит после заправки в баки, то полученные талоны следует отражать как денежные документы на счете 50.3.

Учет топливных карт ведется схожим образом с учетом талонов, однако поскольку топливная карта не признается денежным документом, а является лишь техническим средством, при помощи которого фиксируется объем полученных ГСМ и их стоимость, то их учет упрощается: не используются счета 50.3 и 71.

Как известно, списание материально - производственных запасов согласно ПБУ 5 / 01 производится следующими способами: по себестоимости каждой единицы, по средней себестоимости, по себестоимости первых по времени приобретения запасов (ФИФО). Однако, для ГСМ такой способ как списание по себестоимости каждой единицы на практике не применим, а наиболее распространённым является – по средней себестоимости.

Списываются использованные ГСМ на себестоимость продукции для производственных предприятий, для торговых предприятий – в расходы на продажу. При этом для производственных предприятий списание происходит с кредита счета 10.3 в дебет счета 20 – при использовании автотранспорта в рабочих целях, на счет 26 – при использовании транспорта для служебных целей, на счет 23 – в случае наличия собственного транспортного парка. Указанная проводка производится на сумму, полученную в результате умножения стоимости единицы ГСМ на использованный объем (фактический или нормативный). Фактическое количество использованного топлива можно исчислить при помощи путевого листа. Если организация использует унифицированную форму путевого листа, то в нем отражается оборот ГСМ. В случае использования предприятием самостоятельно разработанного путевого листа, в котором нет графа для отражения оборота горючего, а содержатся лишь данные о количестве километров, то нормативный расход топлива можно рассчитать, применяя распоряжение Минтранса России от 14.03.2008 № АМ - 23 - р. В данном распоряжении имеются нормы расхода топлива для разных марок транспортных средств и формулы для расчета расхода. Как уже упоминалось ранее, существуют ситуации, при которых невозможно использование путевых листов, тогда фактический объем израсходованных ГСМ определяется на основании акта о списании ГСМ.

Ряд вопросов вызывает списание ГСМ в налоговом учете: в составе, каких расходов учитываются ГСМ и необходимо ли их нормировать в рамках налогового учета. Согласно ст. 254 НК РФ расходы на ГСМ включаются в состав материальных расходов, если их использование было осуществлено на технологические нужды. При использовании ГСМ в служебных целях данные расходы включают в состав прочих согласно ст. 264 НК РФ.

Что касается вопроса о нормировании расходов на ГСМ в целях налогового учета, то здесь НК РФ не содержит прямых указаний на то, что расходы должны нормироваться, а, следовательно, их можно учитывать как по фактическим показателям, так и используя нормы. Однако во избежание проблем с налоговыми органами лучше использовать нормативы утвержденные распоряжением № АМ - 23 - р. Организации также имеют право установить и утвердить собственные нормы. При расчете таких норм можно воспользоваться технической документацией к транспортному средству, учитывая также сезонность, время года, загруженность дорог, либо установить нормы в результате проведения замеров на основании фактического использования.

Таким образом, в заключении можно подытожить, что расходы на ГСМ существенная статья расходов для многих организаций. Ведение грамотного бухгалтерского и налогового учета расходов на ГСМ позволит обосновать данный вид расходов и тем самым верно исчислить налог на прибыль.

Список использованной литературы:

1. Приказ Минфина России от 09.06.2001 N 44н (ред. от 16.05.2016) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет материально - производственных запасов" ПБУ 5 / 01" [Электронный ресурс] // Справочно - информационная система КонсультантПлюс.
2. Приказ Минтранса РФ от 18.09.2008 N 152 "Об утверждении обязательных реквизитов и порядка заполнения путевых листов" [Электронный ресурс] // Справочно - информационная система КонсультантПлюс.
3. Распоряжение Минтранса России от 14.03.2008 N АМ - 23 - р (ред. от 14.07.2015) "О введении в действие методических рекомендаций "Нормы расхода топлив и смазочных материалов на автомобильном транспорте" [Электронный ресурс] // Справочно - информационная система КонсультантПлюс.
4. Касьянова Г.Ю. Материалы, готовая продукция, товары: бухгалтерский и налоговый учет / Г.Ю.Касьянова. - М.: АБАК, 2015. – 512 с.

© У.А. Огнева, 2017

УДК 657

Папян С. Н.

студентка 3 –го курса
СТИ НИТУ МИСиС им. А.А. Угарова
г. Старый Оскол, Российская Федерация

Агеева Е. С.

канд.экон.наук, ст. преподаватель
СТИ НИТУ МИСиС им. А.А. Угарова
г. Старый Оскол, Российская Федерация

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ И ДИАГНОСТИКА УГРОЗЫ БАНКРОТСТВА ООО «НАУЧНО - ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ «УРАЛ»

С момента перехода Российской экономики от командной к рыночной перед каждым предприятием встала задача проведение всестороннего анализа бухгалтерской отчетности. Основной целью анализа является выявление проблем с финансовой стабильностью, платежеспособностью, а следовательно - диагностирование несостоятельности предприятия [1, с.256].

Объектом анализа является ООО «Научно - производственное предприятие «Урал», основным видом деятельности, которого является розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями.

Для оценки угрозы банкротства, необходимо проанализировать финансовое состояние ООО «Научно - производственное предприятие «Урал» за 2014 - 2015 гг. [2] по данным финансовой отчетности. Результаты анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Анализ финансового состояния
 ООО «Научно - производственное предприятие «Урал»

№ п/ п	Наименование показателя	Значение		Отклонение	
		2014 год	2015 год	абсолютное	Относительное
1	Среднемесячная выручка, т. р.	445	563,17	118,17	125,56
2	Доля денежных средств в выручке	0,8	0,8	0	100
3	Среднесписочная численность работников, чел.	20	25	5	125
4	Степень платежеспособности общая	0,144	0,108	- 0,036	75
5	Степень платежеспособности по текущим обязательствам	0,144	0,108	- 0,036	75
6	Коэффициент покрытия текущих обязательств оборотными активами	39,34	26,38	- 12,96	67,06
7	Собственный капитал в обороте, т. р.	2454	1548	- 906	63,08
8	Доля собственного капитала в оборотных средствах	0,97	0,96	- 0,01	98,97
9	Коэффициент автономии	0,9765	0,9815	0,005	100,5
10	Коэффициент обеспеченности оборотными средствами	5,66	2,86	- 2,8	50,5
11	Коэффициент оборотных средств в производстве	5,65	2,81	- 2,84	49,7
12	Коэффициент оборотных средств в расчетах	0,011	0,051	0,04	463,6
13	Рентабельность оборотного капитала, %	0,15	0,44	0,29	293,3
14	Рентабельность продаж, %	13,18	12,96	- 0,22	98,3
15	Среднемесячная выработка на одного работника, т.р.	17,8	28,16	10,36	158,2
16	Эффективности внеоборотного капитала	2,07	0,33	- 1,74	15,9
17	Коэффициент инвестиционной активности	1	1	0	100

На основании полученных данных о финансовом состоянии ООО «Научно - производственное предприятие «Урал» можно сделать следующие выводы: значительный рост величины среднемесячной выручки на 25 % указывает на рост объема доходов организации. Снижение показателя «собственный капитал в обороте» на 37 % также является благоприятной тенденцией, так как сократилась нехватка собственного капитала в

обороте на 906 тыс. руб., что свидетельствует об улучшении финансовой устойчивости предприятия. Сокращение степени платежеспособности по текущим обязательствам на 25 % (с 0,144 до 0,108) демонстрирует повышение способности предприятия погасить свои обязательства за счет собственной выручки. В лучшую сторону изменились и показатели среднемесячной выработки на одного работника - увеличились на 58 % , что говорит о повышении эффективности использования трудовых ресурсов организации и росте производительности труда.

К неблагоприятным факторам стоит отнести сокращение коэффициента покрытия текущих обязательств оборотными активами на 33 % (с 39,34 до 26,38), что вызвано снижением уровня ликвидности активов. Потребность в восполнении оборотных средств организации за счет новых заимствований вызвана изменением коэффициента оборотных средств в расчетах с 0,011 до 0,051, что приводит к снижению платежеспособности организации.

В результате анализа финансового состояния ООО «Научно - производственное предприятие «Урал» можно охарактеризовать финансовое состояние предприятия как нормальное.

Подтвердим результаты анализа финансового состояния с помощью четырёхфакторной модель оценки угрозы банкротства R - счёта. Данная модель была предложена учёными Иркутской государственной академии для предприятия, акции которых не котируются на бирже.

Для расчета R - счёта используется следующая формула:

$$R = 8,38 \times K_1 + K_2 + 0,054 \times K_3 + 0,63 \times K_4 [3, с. 48].$$

Промежуточные расчеты и итоговые значения R - счёта представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Расчет R - счёта четырёхфакторной моделью оценки угрозы банкротства R - счёта

№ п / п	Показатель / порядок расчета	Значение на 2014 год	Значение на 2015 год
1	2	3	4
1.	$K_1 =$ Оборотные активы / Валюта баланса	0,92	0,49
2.	$K_2 =$ Чистая прибыль (убыток) отчетного периода / собственные капитал	0,14	0,22
3.	$K_3 =$ Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг / Общие активы	1,95	2,05
4.	$K_4 =$ Чистая прибыль (убыток) отчетного периода / Затраты на производство и реализацию	0,08	0,12
5.	R - счёт	8,0053	4,5125

Вероятность банкротства в зависимости от значения R – счета представлена в таблице 4.

Таблица 4 - Вероятность банкротства в зависимости от значения R – счета

Значение R - счета	Вероятность банкротства, %
< 0	90 - 100 % max
0 - 0,18	60 - 80 % высокая
0,18 - 0,32	35 - 65 % средняя
0,32 - 0,42	15 - 20 % низкая
>0,42	До 10 % min

По результатам проведенного анализа можно сделать следующие выводы: значение R – счёта на 2014 год составило 8,0053, а на 2015 год – 4,5125. Так как оба значения относятся к промежутку >0,42, вероятность банкротства для ООО «Научно - производственное предприятие «Урал» минимальна – до 10 % . Это является благоприятным фактором для предприятия. В то же время, руководству ООО «Научно - производственное предприятие «Урал» следует обратить внимание на значительное снижение R - счета.

Анализ финансового состояния и расчет четырехфакторной модели оценки угрозы банкротства R – счета показали минимальную степень риска банкротства ООО «Научно - производственное предприятие «Урал».

Список использованной литературы:

1. Комплексный экономический анализ предприятия / Под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой, И.И. Мазуровой. – СПб.: Питер, 2013. – 576 с.: ил. – (Серия «Учебник для вузов»).
2. Бухгалтерская отчетность ООО «Научно - производственное предприятие «Урал» 2014 - 2015 гг.
3. Практикум по анализу, диагностике и учету банкротств / Под ред. А.П.Соколова - Ульяновск, 2011. - 114с.

© С.Н.Папян, Е.С. Агеева, 2017

УДК 004.9

К.А. Пономарева, Е.В. Перевалова
студенты 1 курса магистратуры ИУБПЭ
Сибирский Федеральный Университет
г. Красноярск, Российская Федерация
Д.И. Гахраманова
студентка 5 курса ИУБПЭ
Сибирский Федеральный Университет
г. Красноярск, Российская Федерация

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В современном бизнесе уже невозможно обойтись без опоры на сложные инфосистемы с распределенной архитектурой. Принято считать, что появление и развитие платформы

Unix, ПК, локальных сетей и приложений клиент / сервер стало основным стимулом для развертывания в корпорациях распределенной информационной инфраструктуры. Но нельзя забывать и о том, что сегодня существенно меняются и сами принципы ведения бизнеса. Становится нормой распределение ответственности за принятие решений по большому числу независимых бизнес - подразделений корпорации. Меняются информационные потребности внутри предприятия.

Эффективность управления предприятием зависит от взаимодействия множества факторов, среди них: философские, исторические, политические, социальные, экономические, психологические, юридические, методологические, организационные, информационно - технологические.

Если каждый фактор рассматривать как информацию, то информационно - технологический фактор выступает в качестве основного. Отражением или реальным выражением этого фактора являются интегрированные информационные системы предприятия (ИИСП). Вложения в интегрированные системы управления чаще всего дают гораздо более высокую отдачу, чем использование отдельных управляющих средств для различных системных и сетевых ресурсов. Что же должна представлять собой действительно интегрированная управляющая среда [1]?

С появлением распределенных систем отдельные приложения управления стали использовать одну и ту же сетевую инфраструктуру. Это дало им возможность, по крайней мере, теоретически, разделять информацию в различных операционных средах. Так возникла интеграция достаточно низкого уровня, которая обеспечивала доступ к каждому управляющему приложению из отдельного «окна» в общем пользовательском интерфейсе. Данная архитектура управления позволяла администратору работать с множеством систем с одной консоли, но по сути не обеспечивала реальной интеграции, поскольку возможности разделения данных от различных приложений были очень ограниченными.

В действительно интегрированной среде одно управляющее приложение имеет единый интерфейс и единое представление данных для различных вычислительных платформ. С другой стороны, такая среда должна предоставлять администратору возможность разделять информацию между различными дисциплинами управления. Иными словами, основные характеристики интегрированной системы управления следующие:

1. Кросс - платформность – приложение, которое реализует функции отдельной дисциплины управления, прозрачно для различных операционных сред.

2. Кросс - дисциплинарность – приложения для различных дисциплин используют общую информацию.

3. Открытость – возможность интеграции средств управления других поставщиков.

Кросс - дисциплинарные возможности обеспечивают совместную работу различных управляющих модулей и тем самым повышают эффективность всей системы в целом. Например, можно интегрировать средства управления программным обеспечением с приложением управления хранением. В результате программа резервирования будет информирована о том, какие прикладные системы устанавливались в последнее время, и выполнять резервирование только при необходимости.

В полностью интегрированной среде управления должен быть реализован унифицированный, открытый способ просмотра и разделения информации, который может

использоваться всеми входящими в эту среду управляющими приложениями на всех вычислительных платформах [2].

В большой, мультиплатформенной, распределенной вычислительной среде ежедневно приходится выполнять множество управляющих «транзакций»: генерацию сообщений о событиях, модификацию учетной информации пользователя, распределение нового программного обеспечения, операции по управлению хранением данных, сбор информации о производительности и т.д. Использование интегрированной системы управления, удовлетворяющей этим условиям, может существенно повысить эффективность работы. Интеграция позволяет администратору за одну операцию охватить множество платформ одновременно и предотвратить возникновение ошибок из-за повторения однотипных действий. Автоматическая корреляция событий с разных платформ также повышает качество работы менеджера.

Список использованной литературы:

1. Вдовенко, Л. А. Информационная система предприятия: учебное пособие / Л. А. Вдовенко – 2 изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА - М, 2015. – 304 с.

2. Капулин, Д. В. Царев, Р. Ю. Дрозд, О. В. Черниговский, А. С. Разработка высоконадежных интегрированных информационных систем управления предприятием: монография / Д.В. Капулин, Р.Ю. Царев, О.В. Дрозди др. – Краснояр.: СФУ, 2015. – 184 с.

© К.А. Пономарева, Е.В. Перевалова, Д.И. Гахраманова, 2017

УДК 334.7

С.В. Поспелов

К.э.н., доцент кафедры мировой экономики
ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»
г. Москва, Российская Федерация

НАУЧНО - МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ГОСУДАРСТВЕННО - ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА КАК ИНСТИТУТА СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Проблематика регулирующей роли государства в процессах социально - экономического и инновационного развития является достаточно популярной в качестве объекта исследования. В литературе все чаще указывают на междисциплинарность инноваций и их воздействие как на изменение экономической структуры и сфер общественной жизни [26]. В данной связи государственно - частное партнерство (ГЧП) как, несомненно, перспективное явление развития экономики и инновационной сферы России, заслуживает пристального научно - методического обобщения и конкретизации

При оценке перспективных направлений развития государственно - частных партнерств (ГЧП) в Российской Федерации следует исходить, прежде всего, что в современной литературе данный институт получил множество различных интерпретаций [3]. Однако мы

исходим из критерия общественной значимости проектов, который в первую очередь необходимо учитывать при анализе различных форм взаимоотношений бизнеса и государства. Данный подход также весьма распространен [10], и, как отмечают исследователи, свидетельствует о фактическом напиме бизнеса государством для реализации социально значимых задач и целей [27].

В данном контексте государство может преследовать разные задачи, в частности, эффективное управление государственным имуществом в инновационной сфере, повышение эффективности расходных статей бюджета, стимулирование кооперации прикладной и фундаментальной науки, балансировка спроса на рынке труда [15]. Вместе с тем, к ключевым принципам, которых придерживается государство при организации проектов ГЧП, следует отнести: грамотное распределение рисков и достижение финансовой устойчивости, тщательный отбор частных партнеров, распределение функций контроля, формирование эффективного правового регулирования, обеспечение долгосрочности реализации. Важным аспектом также является вопрос гарантий при реализации проектов и их стимулирование [4], [23], [24]. Также мы разделяем точку зрения о том, что ГЧП должны реализовываться на паритетных началах, условиях платного, срочного, целевого и конкурсного использования, что будет максимизировать эффекты для его субъектов и минимизировать риски [2].

В зарубежной и отечественной практике накоплен широкий спектр форм ГЧП – концессии, лизинг, совместные предприятия, соглашения о разделе продукции, национальные приоритетные проекты, особые экономические зоны, технополисы и технопарки, интегрированные структуры бизнеса, инновационные кластеры, инвестиционные фонды [20]. Эти формы постепенно эволюционировали от простых (типа концессий) к новым (венчурные фонды, технополисы) к новейшим (инновационные кластеры, аутсорсинговые отношения) [12].

В системе инвестиционных отношений ГЧП обладает рядом специфических характеристик. Так, срок их реализации, как правило, длительный; имеет место смешивание государственных и частных инвестиций, а также разделение рисков и ответственности. При этом реализация отношений в рамках ГЧП осуществляется на основе финансовой поддержки малого предпринимательства, венчурных фондов, кадровой и имущественной поддержки, а также системы организационных мероприятий [6], [17]. Также следует учесть, что ГЧП реализуются под конкретный объект или производство конкретного товара / услуги.

Вместе с тем, мы считаем ГЧП институтом государственной политики, поскольку ключевая роль здесь принадлежит государству, которое разрабатывает стратегию взаимоотношений публичной власти, общества и бизнеса, формирует институционально - правовую среду для реализации проектов ГЧП, а также непосредственно управляет ГЧП, разрабатывает механизмы, методы и формы его реализации [21].

Федеральный закон от 13.07.2015 N 224 - ФЗ (в редакции от 03.07.2016 г.) характеризует ГЧП, указывая на такие его черты, как срочность, распределение рисков, объединение ресурсов, сотрудничество публичного и частного партнеров, целью которого является привлечение в экономику страны частных инвестиций, а также осуществление со стороны органов государственной власти доступности товаров / работ / услуг и повышения их качества [28]. Поэтому здесь налицо обеспечительная функция ГЧП, выражающаяся в

удовлетворении общественных нужд. Основой ГЧП является соглашение о ГЧП, носящее форму договора гражданско - правового характера [9]. При этом в законе № 224 - ФЗ установлен срок данного договора - не менее трех лет. В качестве основных принципов ГЧП Закон указывает на принцип свободы и принцип добросовестного исполнения соглашения о ГЧП.

Учитывая, что в структуре гражданско - правовых договоров чаще всего выделяют такие элементы, как субъект, объект и содержание [11], то основными субъектами соглашения о ГЧП выступают публичный (органы государственной власти) и частный партнер (в принципе, любое юридическое лицо, за исключением унитарных предприятий, если оно не находится в состоянии банкротства или ликвидации) [22].

Многие ученые ставят знак равенства между объектом и предметом договора, однако в юридической науке в целом эти показатели разделяются, но единого мнения по поводу правовой идентификации договора нет [18]. Согласно указанному выше закону в соглашении о ГЧП есть ряд обязательных элементов, как - то: строительство / реконструкция объекта частным партнером; полное или частичное финансирование создания объекта; эксплуатация / техническое обслуживание объекта; возникновение прав собственности на объект у частного партнера. Также Закон включает в качестве элементов в соглашение о ГЧП: со стороны частного партнера – проектирование, полное / частичное финансирование эксплуатации / технического обслуживания объекта; со стороны публичного партнера – частичное финансирование создания объекта и финансирование его эксплуатации / технического обслуживания.

По существу, Закон уравнивает понятия «объект соглашения» и «предмет договора». В ГЧП предметом соглашения являются объекты, указанные в ст. 7 Закона, а также действия, которые необходимо совершить должнику. Следует отметить, что перечень объектов соглашения достаточно широк.

Важным моментом является содержательная сторона соглашений о ГЧП, однако в Законе невозможно предусмотреть их объема. Закон лишь частично отражает важнейшие элементы. Так, частный партнер обязан: осуществить строительство / реконструкция объекта, осуществить полное / частичное финансирование создания объекта, осуществить эксплуатацию / техническое обслуживание объекта. Факультативно частный партнер может проектировать объект, осуществлять полное / частичное финансирование эксплуатации / технического обслуживания объекта.

Правовая конструкция соглашения о ГЧП весьма сложно, поскольку оно представляет собой комбинаторный договор, включающий элементы многих других договоров. В частности, как и концессия, ГЧП представляет собой совместную инвестиционную деятельность государства и бизнеса на взаимовыгодной основе (как ГЧП, так и концессия – это так называемые «смешанные» договора). Однако основное отличие соглашения о ГЧП от концессии – в том, что если заключается соглашение о ГЧП, от право собственности на объект при его обременении возникнет у частного партнера, а в случае с концессионным соглашением – у публичного.

В целом, правовое поле регулирования ГЧП открывает ряд возможностей и форм реализации проектов ГЧП как для публичных, так и для частных партнеров.

Теоретические аспекты и принципы реализации ГЧП отражены не только на уровне федерального законодательства, но и ряде других программных документов – в частности,

в «Стратегии - 2020», региональных стратегиях социально - экономического развития. Реализация указанных программ и стратегий уже нашла реальное воплощение в виде создания Российской венчурной компании, Банка Развития. Государственные корпорации и институты развития все активнее внедряют принципы ГЧП.

Однако, в литературе особо отмечается, что в нашей стране пока не сформирована модель социально - экономического развития ввиду ряда социально - политических проблем и структурных перекосов [25]. Поэтому пока еще принципы практической реализации партнерств государства и бизнеса работают слабо. Несмотря на прогресс законодательства, в стране пока еще отсутствуют реальные инструменты реализации ГЧП, поскольку выход на данный рынок для многих компаний либо невыгоден, либо закрыт. Следует отметить и низкую степень государственного воздействия на реализуемые проекты. Более того, в условиях финансовой нестабильности и экономического кризиса в первую очередь сокращаются инвестиционные программы [19]. В связи с сокращением расходов бюджета все более актуальной становится проблема внебюджетного финансирования для реализации общественных функций государства, поскольку бизнес в кризисных условиях повышено нуждается в господдержке, позволяющей повысить надежность реализации проектов.

В данном контексте основной задачей государства является обеспечение максимальной привлекательности общественно значимых капиталовложений, т.е. чтобы бизнес был экономически заинтересован в реализации проектов. Зачастую же, при имеющихся потенциальных ГЧП - проектах, может складываться ситуация, что, например, государство выдвигает ряд жестких требований, тогда как коммерческая привлекательность проекта невысока и частный бизнес в нем не заинтересован. Кроме того, может иметь место ситуация, когда инвестиционные средства «вымываются» путем организации ложных конкурсов, завышения смет, ухудшения объема и качества работ с нарушением имеющихся нормативов, нецелевого использования инвестиционных средств (т.е. во всех этих случаях имеют место коррупционные мошеннические схемы).

Указанные ситуации возникают, поскольку при реализации совместных ГЧП - проектов отсутствует единое целеполагание и инструменты реализации. Многие исследователи в качестве причин также указывают особый менталитет страны (высокий уровень коррупции), а также специфические стратегии бизнеса, направленные на лоббирование исключительно собственных интересов [5, С. 26].

К еще одной комплексной проблеме эффективной реализации ГЧП относится кадровая проблема, поскольку в стране почти нет специализированных кадров, способных решать проблемы организации ГЧП - проектов. В стране фактически нет инновационных менеджеров. Знания, получаемые в российских университетах, фактически неприменимы на практике, а качество подготовки специалистов ухудшается год от года.

Наконец, определенное негативное воздействие оказывают собственно барьеры, стоящие на пути развития ГЧП. Зарубежная практика показывает, что формы и модели ГЧП постоянно преобразуются: на основе традиционных форм создаются формы нового поколения и т.д. ГЧП в зарубежных странах все больше проникают в сферу реализации инновационных проектов [13]. То есть фактически речь идет о формировании новых, адаптированных моделей ГЧП. Российская практика использует лишь классические концепции ГЧП (например, ВОТ), которые фактически не модифицируются и не

порождают новых, прогрессивных форм. Вместе с тем, в литературе указывается, что нельзя считать универсальной и концепцию ВОТ ввиду небогатой практики ГЧП в России и пока еще слабых результатов их реализации [16]. Поэтому мы имеем место, скорее, с консервативным подходом при организации ГЧП, тогда как в литературе все чаще указывается на необходимость их инновационной ориентации [8].

Дополнительной проблемой является ограниченность внутреннего рынка инвестирования, сложности (особенно на фоне действующих санкций) привлечения иностранных инвесторов, большие риски нестабильности финансового и банковского рынков, все еще неурегулированная система земельных отношений [14]. В частности, кризисная ситуация в экономике привела к крайне низким (0,5 %) темпам роста ВВП и оттоку капитала в размере до 120 млрд. долл. [1]. в 2014 г., что еще больше обостряет инвестиционные проблемы. Касаясь привлечения зарубежных инвестиций, следует отметить, что уже в 2015 году иностранные инвесторы участвовали в 201 проекте [7], реализуемом в России, что является рекордным показателем, однако подавляющее большинство этих проектов реализуется в производственной сфере, тогда как в инфраструктурных отраслях, где в основном и реализуются ГЧП - проекты, их доля ничтожна. Поэтому инвестиционный потенциал ГЧП - проектов пока остается нереализованным [5, С. 28].

Актуальными проблемами совершенствования механизмов реализации ГЧП - проектов в России остаются: усиление стимулирования частных инвесторов со стороны государства при реализации общественно значимых проектов, разработка и внедрение механизмов государственного контроля за реализацией этих проектов, расширение перечня сфер применения и форм реализации ГЧП в национальной экономике.

Список использованной литературы

1. Атурин, В.В. Инновационная система России в условиях глобализации: обобщение проблем, противоречий и трендов развития / В.В. Атурин, Е.Н. Смирнов // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2015. – № 13. – С. 11.
2. Баглай, В.В. Обоснование региональных форм реализации проектов государственно - частного партнерства: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Баглай Владимир Владимирович. – Тюмень, 2010. – 171 с.
3. Джагарян, Л.С. Совершенствование механизмов государственно - частного партнерства как фактор повышения энергоэффективности экономики России: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Джагарян Лилит Серожовна. – М., 2010. – 146 с.
4. Долганова, О.И. Развитие форм и методов управления обменом знаниями в области государственно - частного партнерства: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Долганова Ольга Игоревна. – М., 2011. – 192 с.
5. Дриго, М.Ф. Инвестиционный потенциал проектов в формате государственно - частного партнерства / М.Ф. Дриго // Сибирский торгово - экономический журнал. – 2016. – № 1 (22). С. 25 - 28.
6. Иванов, В.С. Государственно - частное партнерство как фактор государственной поддержки инновационного развития региона и предприятий: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Иванов Вадим Сергеевич. – СПб, 2009. – 236 с.

7. Исследование инвестиционной привлекательности стран Европы. – Ernst & Young, 2016. – С. 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_european_attractiveness_survey_russia/%24FILE/EY_european_attractiveness_survey_russia.pdf (дата обращения: 01.02.2017).

8. Кириллов, В.Н. Приоритеты инновационной модернизации экономики России с позиций использования опыта Европейского союза / В.Н. Кириллов, Е.Н. Смирнов // Экономические науки. – 2015. – № 129. – С. 119.

9. Кобчикова, Е.В. Договорные основы государственно - частного партнерства в Российской Федерации: некоторые аспекты / Е.В. Кобчикова // Ученые записки Казанского университета: серия «Гуманитарные науки». – 2016. – Т. 158. – Кн. 2 – С. 513.

10. Корабейников, И.Н. Использование государственно - частного партнерства на региональном рынке информационных услуг / И.Н. Корабейников // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2016. – № 3. – С. 19.

11. Корецкий, А.Д. Понятие и классификация элементов договора / А.Д. Корецкий // Законность. – 2005. – № 10. – С. 39.

12. Корчагина, А.С. Развитие государственно - частного партнерства в современной экономике России: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 / Корчагина Алена Сергеевна. – Саратов, 2012. – 26 с.

13. Леонова, Т.Н. Зарубежный опыт финансирования научных исследований и разработок / Т.Н. Леонова // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2012. – № 20. – С. 130 - 135.

14. Марков, М.А. Краткий анализ моделей реализации ГЧП в РФ // ЭТАП. – 2010. – № 4. – С. 129 - 137.

15. Мировая экономика и международный бизнес : учебник / коллектив авторов; под общ. ред. В.В. Полякова, Р.К. Щенина. – М. : КНОРУС, 2005. – С. 106 - 110.

16. Михеев, О.Л. Финансовые и правовые проблемы частно - государственного партнерства / О.Л. Михеев. – М.: Анкил, 2008. – 56 с. – ISBN: 978 - 5 - 86476 - 292 - 9.

17. Наумкин, А.В. Государственно - частное партнерство в сельском хозяйстве: формы, модели, механизмы: автореф. дис. ... докт. экон. наук: 08.00.05 / Наумкин Андрей Викторович. – М., 2012. – 39 с.

18. Обыденнов, А.Н. Предмет и объект как существенные условия гражданско - правового договора / А.Г. Обыденнов // Журнал российского права. – 2003. – № 8. – С. 61–67 (С. 64).

19. Панкратов, А.А. Государственно - частное партнерство в современной практике: основные теоретические и практические проблемы / А.А. Панкратов. – М.: Анкил, 2010. – 248 с. – ISBN: 978 - 5 - 86476 - 321 - 6.

20. Поспелов, С.В. Макроэкономический синтез научных подходов к институционализации процессов государственно - частного партнерства / С.В. Поспелов // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2016. – № 11. – С. 28 - 32.

21. Поспелов, С.В. Механизм формирования эффективной системы государственно - частного партнерства в России в контексте международных сопоставлений / С.В. Поспелов // Сибирский экономический вестник. – 2016. – № 4. – С. 32 - 52.

22. Поспелов, С.В. Развитие института государственно - частного партнерства в России в контексте международного опыта / С.В. Поспелов // «Роль инноваций в трансформации современной науки»: сб. статей международной научно - практической конференции: в 4 частях. – Уфа: ООО «Аэтарна», 2016. – С. 230 - 234.

23. Рябущенко, О.А. Оценка эффективности государственно - частного партнерства для развития транспортной инфраструктуры Сибири: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Рябущенко Оксана Анатольевна. – Иркутск, 2011. – 176 с.

24. Савельев, А.А. Организация государственно - частного партнерства в инновационной деятельности России: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Савельев Александр Анатольевич. – М., 2011. – 170 с.

25. Смирнов, Е.Н. Противоречия глобального экономического роста, или еще раз об эффективности моделей социально - экономического развития / Е.Н. Смирнов // ЭКО. – 2015. – № 4. – С. 104.

26. Смирнов, Е.Н. Феномен наднациональной инновационной системы Европейского союза / Е.Н. Смирнов // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2013. – № 9. – С. 208 - 209.

27. Тощенко, В.В. Государственно - частное партнерство как фактор устойчивого развития: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 / Тощенко Владимир Васильевич. – М., 2011. – 175 с.

28. Федеральный закон "О государственно - частном партнерстве, муниципально - частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 13.07.2015 N 224 - ФЗ (в ред. Закона от 03.07.2016) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660/ (дата обарщения: 01.02.2017).

© С.В. Поспелов, 2017

УДК 330

О.В. Равайкина, Магистрант, СПбГЭУ
г. Санкт - Петербург, Российская Федерация

ОСОБЕННОСТИ АУДИТА ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА

С 2016 года на законодательной основе закреплена обязанность организаций отдельные виды налоговой отчетности [6] представлять в государственные органы не на бумажном носителе, а в электронном виде. Очень многие юридические лица пошли дальше и внедрили систему электронного документооборота (ЭДО) повсеместно, подключая её для обмена документами с контрагентами. Внедряя электронный документооборот, организации повышают конкурентную способность и устойчивость [8]. ЭДО является законной альтернативой бумажному документообороту и дублирования не требует, поскольку его легитимность обеспечена электронной цифровой подписью (ЭЦП) [3,5]. Электронный документооборот применяется и при осуществлении международного сотрудничества [9], а также при решении самых разных вопросов, в том числе и экологических проблем [7,10].

Поскольку ЭДО так широко распространен, у многих компаний возникает вопрос, каким образом проводится аудиторская проверка, если компания использует ЭДО? Насколько важны там такие специальные методы, как анализ [1] или профессиональное суждение [2].

Многие крупные компании используют ЭДО не только во внутреннем обращении, но и для работы с контрагентами, прежде всего. Поэтому очень важно для выражения мнения о достоверности отчетности аудируемого лица, ознакомиться с системой ЭДО, провайдером ЭДО, а также современными программными средствами, которые используются для обмена документами.

Изначально есть необходимость аудитору и аудируемой организации (клиенту) договориться о том, каким образом аудиторы будут оценивать систему ЭДО и использовать ее саму в ходе аудита. В качестве основных пунктов для рассмотрения можно выделить:

1. ознакомление аудитора с IT - инфраструктурой, обеспечивающей обмен;
2. доступ к ней и ко всем необходимым базам данных, если электронные документы хранятся вне системы провайдера ЭДО;
3. меры по обеспечению сохранности и конфиденциальности ЭДО при аудиторской проверке и после неё, в том числе при сохранении документов по налоговым обязательствам [4], по формированию себестоимости услуг.

Кроме того, чтобы обеспечить достоверность сведений, аудитору необходима информация о методах работы провайдера и выстроенных процессах взаимодействия внутри компании. Поскольку договорная работа присутствует во на всех уровнях, для аудитора очень важна прозрачность, которую и сможет обеспечить ЭДО. В привычном «бумажном» потоке многочисленных документов практически невозможно отследить вовлеченные стороны. Также сложно установить, кто из лиц, принимающих решения, уже согласовал условия договора, а кто еще на стадии возражений и обсуждений. Однако, именно в эти моменты, становится особенно важным сохранить данную историю процесса формирования договора. Поэтому прозрачность и последовательность на стадии согласования, рассмотрение прозрачной ответственности и быстрый доступ к необходимым документам в целях аудиторской проверки являются ключевыми.

Более того, если компания пользуется услугами провайдера ЭДО, либо самостоятельно внедрила ЭДО, имеется возможность хранения документов двумя способами:

- локальное хранение ЭД, когда последние хранятся на жестком диске;
- хранение ЭД в облаке либо на сервере провайдера ЭДО.

Огромным преимуществом в этом случае для аудитора служит тот факт, что проверка документации (часть или же целиком) может проводиться вне фактического нахождения аудируемой компании: или в режиме реального времени путем предоставления выгрузки ЭДО по электронной почте, либо путем анализа существующей базы ЭДО у провайдера. Причем в этом случае нет необходимости распечатывать документацию, что значительно снижает издержки.

В зависимости от технических факторов и факторов безопасности проведение аудита в режиме реального времени или посредством передачи соответствующих документов по электронной почте до момента прибытия на место можно так же значительно снизить затраты как самого аудитора, так и аудируемой стороны.

Список используемой литературы:

1. Конопляник 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;

2.Конопляник 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.147 - 148;

3.Конопляник Т.М. Роль информационного обеспечения в аудиторской деятельности с позиции теории информационной экономики. - СПб.: М - во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Санкт - Петербургский гос. инженерно - экономический ун - т", 2014. - С. 123 - 124.

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

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

6.Конопляник Т.М., Николаенко А.В. Прозрачность отчетности как необходимое условие развития научной мысли и управления // Проблемы современной экономики. 2016. № 3(59). С. 108 - 111;

7.Конопляник Т.М., Николаенко А.В. Характеристика учета затрат в качестве инструмента управления природоохранной деятельностью // Экономика и предпринимательство. 2016. № 10 - 2(75 - 2). С. 372 - 375;

8.Конопляник 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;

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.Николаенко А.В. Экология и проблемы ее экономики в современном мире // В сборнике: Россия в условиях экономических и политических ограничений: от вызова к возможностям. Сборник научных трудов по итогам научно - практической конференции молодых ученых Санкт - Петербургского ГЭУ. Под редакцией: Карлик А.Е. 2014. С. 363 - 365.

© О.В. Равайкина, 2017

УДК 311.216

Садовин А.Э.

студент 1 курса магистратуры
экономического факультета ФГБОУ ВО «ПГТУ», г. Йошкар - Ола, РФ
Научный руководитель: Докт.экон.наук, профессор каф.ИСЭ, Бакуменко Л.П.

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО РЕГИОНАМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Уровень общего благосостояния населения зависит от результатов развития и внедрения научно - технического прогресса. Научно - технический прогресс следует условно разделить на две главные взаимосвязанные и взаимодополняющие составляющие:

- научные достижения;
- научно - технические нововведения (инновации).

В первом случае результатами научно - технического прогресса являются новые знания, новые научно - технические идеи, открытия и изобретения, во втором случае - научно - технические нововведения (инновации) [3].

Инновация представляет собой материализованный результат, полученный от вложения капитала в новую технику или технологию, в новые формы организации производства труда, обслуживания, управления [2].

В исследовании использовались официальные данные официальной государственной статистики из ежегодного статистического сборника «Регионы России». В качестве наблюдений были взяты 83 региона за 2015 г.

В качестве переменных для отображения инновационного развития регионов были взяты следующие показатели (см.табл.1):

Таблица 1 – Показатели для анализа инновационной активности регионов РФ

Перем.	Расшифровка
X1	Организации, выполнявшие научные исследования и разработки, предприятий
X2	Затраты на технологические инновации, миллионов рублей
X3	Объем инновационных товаров, работ, услуг, миллионов рублей
X4	Используемые передовые производственные технологии, количество
X5	Использование специальных программных средств в организация (для научных исследований), в процентах от общего числа обследованных организаций
X6	Затраты на информационные и коммуникационные технологии в 2015 г., миллионов рублей

В 2010 году институтом прикладной статистики и стратегического анализа (г.Новосибирск) было проведено исследование инновационной деятельности малого и среднего бизнеса. В процессе данного исследования на основе расчета межгрупповой дисперсии были выделены следующие типы инновационной активности регионов:

Таблица 2 – Ранжирование групп регионов РФ

Группа районов	Тип инновационной активности	Число регионов (до корректировки)
1	Лидер	9
2	Высокий	7
3	Выше среднего	12
4	Средний	16
5	Ниже среднего	17
6	Низкий	17
7	Аутсайдер	5

В результате полученной типологии лидирующую позицию по инновационной активности занимает Московская область.

Во вторую группу вошли: г. Москва, г. Санкт - Петербург, Республика Татарстан, Пермский край, Нижегородская область, Самарская область и Свердловская область, они относятся к типу «высокий уровень инновационной активности».

К третьей группе и, следовательно, к третьему типу «уровень инновационной активности выше среднего» определились: Владимирская область, Воронежская область, Липецкая область, Смоленская область, Калининградская область, Томская область.

Четвертая группа с типом «средний уровень инновационной активности» включила: Белгородскую область, Калужскую область, Орловскую область, Тульскую область, Краснодарский край, Волгоградскую область, Ростовскую область, Республика Башкортостан, Удмуртскую Республика, Оренбургскую область, Челябинскую область, Алтайский край.

В пятую группу, которой присвоен тип «уровень инновационной активности ниже среднего», вошли Тамбовская область, Архангельская область, Ленинградская область, Мурманская область, Новгородская область, Псковская область, Кабардино - Балкарская Республика, Республика Мордовия, Чувашская Республика, Саратовская область, Ульяновская область, Курганская область, Красноярский край, Иркутская область, Омская область, Хабаровский край.

Шестая группа является самой наполненной, в нее вошли 36 % всех регионов Российской Федерации.

И, наконец, в последнюю группу вошли Ивановская область, Республика Ингушетия, Республика Калмыкия, Республика северная Осетия – Алания, Республика Тыва, Приморский край, Еврейская автономная область, Чукотский автономный округ.

С помощью метода дискриминантного анализа необходимо проверить правильность составления классификации регионов. Для этого будет использоваться список показателей инновационной активности регионов (табл.1). Для дальнейшего анализа необходимо собрать вместе данные по показателям и данные по разделению (рис.1).

	1	2	3	4	5	6	7
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	class
1	22	2392,9	29348,1	1970	3,6	2514,5	2
2	19	1460,8	25445,2	1456	0,8	4192,4	4
3	31	9978,7	27015,3	3892	3,8	3255,1	3
4	63	9905,2	50120,6	2160	4,6	3805,4	3
5	23	282,8	1342,5	935	3,2	2123,7	6
6	44	11604,9	14833,8	2446	3,8	8167,4	4
7	9	1706,5	2198,4	1608	3,8	2612,4	5
8	18	1022,4	15087,2	1293	3	2291,6	4
9	27	9726,5	64830,1	3221	3,2	3677,5	4
10	251	134313,9	294032,1	16467	5,8	42166	1
11	19	405,6	748,5	1460	2,1	1671,1	4
12	26	5913,9	8242,6	1411	3,1	2496,9	6
13	28	2636	5539,7	1412	4,1	2102,1	4
14	30	3417,5	7165,4	2023	3,1	1519,7	4
15	36	3184,4	12834,6	3952	2,2	4391,9	6
16	23	11509,7	63110,9	2229	3,1	4615,3	3
17	43	11669,5	18057,8	2815	3,6	8486,3	5
18	811	190334,7	851583,4	18838	9,7	455041,8	1

Рисунок 1 – Обучающая выборка для анализа

В качестве независимых переменных выступают показатели $x_1 - x_6$. В качестве группирующей переменной – тип инновационной развитости региона (class).

Сначала нужно определить источники наибольшего влияния на конечный результат. Данная операция делается с помощью расчета лямбды Уилкса и её частных значений (табл.2).

Таблица 3 – Итоги анализа дискриминантных функций

	Лямбда Уилкса	Частная Лямбда Уилкса	F - исключ	p - уров.	Толер.	1 - толер.
x1	0,195670	0,898885	1,331127	0,254824	0,085231	0,914769
x2	0,187398	0,938562	0,774600	0,592489	0,355276	0,644724
x3	0,185690	0,947193	0,659717	0,682235	0,221851	0,778149
x4	0,312933	0,562052	9,220484	0,000000	0,477204	0,522796
x5	0,202498	0,868577	1,790476	0,113356	0,696658	0,303342
x6	0,187491	0,938099	0,780835	0,587720	0,139383	0,860617

Факторы, имеющие наименьшее частное значение, оказывают наибольшее влияние на группированную переменную [4]. В данном случае это X4 - используемые передовые производственные технологии (значение 0,562052).

Далее необходимо составить матрицу классификации (табл. 4) с целью отображения правильного распределения наблюдений по группам инновационной активности.

Таблица 4 – Матрица классификации

	Процент достоверности	Гр.1	Гр.2	Гр.3	Гр.4	Гр.5	Гр.6	Гр.7
Гр.1	88,88889	8	1	0	0	0	0	0
Гр.2	28,57143	0	2	1	0	2	2	0
Гр.3	41,66667	1	1	5	0	4	1	0
Гр.4	6,25000	0	0	0	1	10	5	0
Гр.5	58,82353	0	1	2	1	10	3	0
Гр.6	76,47059	0	1	1	0	2	13	0
Гр.7	20,00000	0	0	0	0	0	4	1
Всего	48,19277	9	6	9	2	28	28	1

Из матрицы классификации видно, что процент правильности низкий у второй, третьей, четвертой и седьмой групп. В качестве ресурсов представлены наблюдаемые классы. Общий процент достоверности ранжирования регионов – 48,19. Стоит учитывать, что интервал между примером распределения регионов и показателями составляет около 5 лет.

С помощью данных ресурсов отображается количество наблюдений, которые могут относиться другой группе. Например, для показателя «используемые передовые производственные технологии (X4)» с целью увеличения достоверности распределения

один ресурс четвертой группы следует отнести к пятой группе, как и один ресурс шестой группы.

Для определение, какие регионы должны быть перенесены в другие группы, нужно сформировать таблицу расстояний Махалонобиса для 83 наблюдений (рис.2).

Наблюд класс	G_1.1 n=10943	G_2.2 n=28434	G_3.3 n=14458	G_4.4 n=19277	G_5.5 n=20482	G_6.6 n=20482	G_7.7 n=06024
G_2.2	45,17061	6,3907	6,8793	3,6556	3,6303	3,1553	1,7448
G_5.5	31,24230	1,3045	2,0442	0,1836	0,1649	0,4097	1,4803
G_1.1	13,31459	26,9151	25,0039	34,6976	32,6425	38,7677	41,6224
G_3.3	15,46392	6,2590	2,6516	7,9985	7,0003	11,2143	14,7181
G_5.5	37,00370	4,9160	4,2948	1,7045	1,6596	2,5297	1,6977
G_4.4	38,73305	3,0812	4,1731	0,5695	0,7579	0,6902	0,3370
G_1.1	6,82664	26,2367	19,8154	32,3805	30,1964	37,8145	45,8598
G_1.1	33,27530	31,8341	40,1958	46,8096	45,5296	49,0237	53,3164
G_2.2	42,89003	13,9705	22,4478	22,7456	22,5148	20,0272	22,8910
G_2.2	37,42625	17,5056	23,7432	21,9543	21,8629	24,9264	25,8370
G_1.1	10,65491	15,8321	11,7890	19,3180	18,1294	23,0411	30,6445
G_4.4	40,18916	2,8844	5,2297	0,7845	1,1732	0,1363	0,7007
G_5.5	39,33502	2,8666	4,6731	0,7102	1,0422	0,1194	1,0692
G_7.7	46,13257	4,8698	6,9604	1,7238	2,1432	1,0757	0,8919
G_6.6	41,41900	3,1200	5,5640	0,8400	1,2195	0,3845	0,1458
G_3.3	30,75165	2,8611	1,4695	0,6872	0,5302	1,5769	3,0239
G_4.4	30,52678	1,3148	2,5393	0,2754	0,3529	0,7162	2,2193
G_3.3	29,89196	9,3197	10,9642	14,8198	13,9256	13,7606	16,0363
G_3.3	31,72752	1,6756	2,6173	1,8003	1,4913	1,0866	2,9894
G_5.5	26,65523	2,4617	1,3325	1,1246	0,8836	2,7569	3,6269
G_5.5	39,85226	13,9455	7,8336	9,0109	8,6961	10,1088	13,0963
G_5.5	24,15913	2,2710	2,7049	5,0700	4,4475	5,1463	7,2667
G_2.2	33,13371	4,6775	3,7051	3,2406	3,1455	2,8146	6,1064
G_6.6	35,16502	2,3130	4,3215	1,0820	1,3647	0,7029	2,7008
G_6.6	41,01024	3,2602	4,9474	0,7009	1,0417	0,1609	0,4607
G_6.6	40,90043	5,4037	4,3715	1,9103	1,6945	1,9353	2,4767
G_5.5	22,47024	3,2100	3,2352	3,7463	3,5265	4,5846	6,9213
G_5.5	33,13695	2,9945	6,2878	3,6369	2,8810	7,1372	6,1169

Рисунок 2 - Таблица расстояний Махалонобиса

Чтобы получить распределение групп близкое к достоверным значениям, необходимо по таблице Махалонобиса каждый помеченный регион необходимо отнести в ту группу, расстояние до которой наименьшее.

После внесения изменений в группировки регионов матрица классификации стала следующей (табл.5)

Таблица 5 – Измененная матрица классификации

	Процент достоверности	Гр.1	Гр.2	Гр.3	Гр.4	Гр.5	Гр.6	Гр.7
Гр.1	100,0000	9	0	0	0	0	0	0
Гр.2	100,0000	0	4	0	0	0	0	0
Гр.3	71,4286	0	0	5	0	2	0	0
Гр.4	50,0000	0	0	0	4	0	4	0
Гр.5	86,6667	0	0	0	1	13	1	0
Гр.6	100,0000	0	0	0	0	0	28	0
Гр.7	100,0000	0	0	0	0	0	0	12
Всего	90,3614	9	4	5	5	15	33	12

В отличие от предыдущего результата классификации (табл.4), 4 группы в полном объеме включают регионы и подтверждают достоверность. К ним относятся типы «Лидер», «Высокий», «Низкий» и «Аутсайдер».

Общая оценка достоверности распределения составляет 90,36 % , что в 2 раза больше, чем у изначального варианта распределения.

Итоги распределения регионов РФ по уровню инновационной деятельности:

Таблица 2 – Ранжирование групп регионов РФ (после корректировки)

Группа районов	Тип инновационной активности	Число регионов (до корректировки)	Число регионов (после корректировки)
1	Лидер	9	9
2	Высокий	7	4
3	Выше среднего	12	7
4	Средний	16	8
5	Ниже среднего	17	15
6	Низкий	17	28
7	Аутсайдер	5	12

Группа регионов «Лидер». Состав первой группы остался прежним, за исключением добавленной республики Башкортостан из 3 группы «Выше среднего».

Группа регионов «Высокий». В неё входят Тюменская область, Ханты - Мансийский автономный округ, Красноярский край, Сахалинская область.

Группа регионов «выше среднего»: Тверская область, Краснодарский край, Ростовская область, Удмуртская Республика, Саратовская область, Новосибирская область.

В четвертую группу с типом «средний уровень инновационной активности» входят:

Рязанская область, Смоленская область, Тамбовская область, Архангельская область, Мурманская область, Псковская область, Забайкальский край, Приморский край

В пятую группу с типом «уровень инновационной активности ниже среднего» входят:

Белгородская область, Владимирская область, Калужская область, Липецкая область, Тульская область Ярославская область, Вологодская область, Новгородская область, Республика Мордовия, Чувашская Республика, Пермский край, Ямало - Ненецкий автономный округ, Алтайский край, Кемеровская область, Хабаровский край

Шестая группа включает 28 регионов: Ивановская область, Костромская область, Курская область, Республика Карелия, Республика Коми, Ненецкий автономный округ, Калининградская область, Ленинградская область, Республика Калмыкия, Астраханская область, Кабардино - Балкарская Республика, Карачаево - Черкесская Республика, Республика Северная Осетия –Алания, Чеченская Республика, Ставропольский край, Пензенская область, Курганская область, Республика Алтай, Республика Бурятия, Республика Хакасия, Иркутская область, Омская область, Томская область, Республика Саха (Якутия), Камчатский край, Амурская область, Магаданская область, Чукотский автономный округ.

В последнюю группу вошли Брянская область, Орловская область, Республика Адыгея, Волгоградская область, Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Республика Марий Эл, Кировская область, Оренбургская область, Ульяновская область, Республика Тыва, Еврейская автономная область.

Список литературы

1. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики. [Электронный источник]. Режим доступа - <http://www.gks.ru/>

2. Ивашина, Н. С. Развитие монопрофильных городов регионов России: проблемы и перспективы [Текст] / Н. С. Ивашина, Н. А. Улякина // ИнВестРегиона. — 2012. — № 1. — С. 56.

3. Зубаревич, Н. Мониторинг развития крупных городов и региональных центров [Электронный ресурс] / Н. Зубаревич / Независимый институт социальной политики. — 2013. — 1 ноября. — Режим доступа: <http://www.socpol.ru/atlas/overviews/socialsphere/goroda.shtml>.

4. Региональная экономика и пространственное развитие. Учебник для вузов. Под общей редакцией Л.Э. Лимонова. Москва: Издательство Юрайт, 2013. 714 стр..

5. Зубаревич, Н. Социальная дифференциация регионов и городов [Текст] / Н. Зубаревич // ProetContra. — 2012. — №4. — С.135–152;

© А.Э. Садовин, 2017 г.

УДК33

К. э. н. Соляников А.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права
(Белгород)

МАРКЕТИНГОВЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКОЙ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В условиях рыночной экономики инновационная политика промышленных предприятий является определяющим инструментом в конкурентной борьбе, обеспечивающим условия для реализации запросов потребителей [1]. Причем, наибольшего успеха добиваются те предприятия, у которых инновационная деятельность и внедрение нового товара представляют собой непрерывный процесс управления инновационной активностью [2]. Для экономики сегодня характерно резкое снижение показателей инновационной активности [20]. Продолжает усугубляться тенденция снижения созидательной деятельности предприятий в области новых технологий и новых видов продукции [2]. Уровень инноваций в промышленное производство за последние пять лет снизился более, чем в два раза [19]. Инновационной деятельностью занимается малое число предприятий, остальные вообще в краткосрочной перспективе не ставят вопроса о ней, ссылаясь на непреодолимые в сегодняшних условиях сложности разработки нового товара [3]. Принятие маркетинговых решений в области инноваций и их реализация предполагает создание специальной группы во главе с лидером - генератором новых идей, который может предложить и претворить в жизнь нововведения [4]. Различные аспекты группового управления, принципы формирования и деятельности инновационной группы также требуют всестороннего теоретического анализа и практической реализации имеющихся научных разработок [5]. Необходимость разработки инновационной политики обуславливается тем, что сейчас от промышленных предприятий требуется значительный риск в принятии решений и высокая адаптивность к постоянно меняющимся рыночным условиям [6]. Управленческие структуры должны содействовать постоянному притоку

идей, инновационных предложений, созданию атмосферы творчества и инициативы в коллективе [7]. Мало того, в задачу любого предпринимателя, работающего на рынке, входит целенаправленный поиск нововведений; он должен для достижения успеха знать и уметь использовать принципы, лежащие в основе процессов внедрения новых продуктов [8]. Инновационная политика - это итог инновационных идей предпринимателя[2]. Подобные идеи являются высоконадежными индикаторами изменений, которые либо произошли, либо произойдут в ближайшее время в деятельности предпринимателя[9].

Побудительными мотивами инновационных идей, и, следовательно, выработки инновационной политики, могут выступать внутренние факторы, которые действуют в рамках данного предприятия, в пределах отрасли промышленности [10]. Велика роль внешних факторов инноваций, имеющих свое происхождение вне данного предприятия или данной отрасли [11]. Границы между этими двумя группами факторов размыты; более того, эти источники инновационных идей зачастую перекрывают друг друга[12]. Совокупное рассмотрение факторов внешней и внутренней среды инновационной деятельности позволили сформулировать общие принципы выработки инновационной политики[13]. Принципы инновационной политики отражают общие принципы системного подхода к предпринимательскому поведению[14]. Поэтому изучение главных аспектов проблемы, связанной с выработкой инновационных решений, требует применения двух подходов: исследования внутренней среды предприятий и исследования маркетинговых факторов развития предприятий[15]. Факторы, определяющие эти направления, являются взаимосвязанными и взаимовлияющими. Основным содержанием маркетингового подхода к данной проблеме является изучение структуры товарного рынка, уровня производства продукции и услуг, а также принятие решений о формах и методах развития конкурентной среды на данном рынке[16]. Второму аспекту проблемы уделено наибольшее внимание. Это связано с тем, что инновационные решения затрагивают все функции промышленного предприятия, своеобразный диалог между которыми организует маркетинг[17]. В процессе принятия инновационных решений маркетинг как функция предпринимательской деятельности способствует поддержанию баланса экономических связей в промышленности в соответствии с желаниями и спросом потребителей[18].

Список литературы:

1. Бинатов Ю.Г., Гладилин А.В., Гречкина Т.В. Предпринимательство в пищевой индустрии. Ставрополь, 2006.
2. Александров А.В., Гладилин А.В., Бинатов Ю.Г. Предпринимательские структуры апк в условиях рынка. Ставрополь, 2005.
3. Бинатов Ю.Г., Гладилин А.В., Пархоменко С.А. Санаторно - курортный комплекс кавказских минеральных вод в рыночной экономике. Ставрополь, 2005.
4. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Регрессионное моделирование и прогнозирование в туристско - рекреационном комплексе региона. Инновационная наука. 2016. № 4 - 1. С. 117 - 120.
5. Капустина Е.И., Гладилин А.В. Повышение эффективности использования молочных блоков для первичной обработки молока. Хранение и переработка сельхозсырья. 2003. № 6. С. 33.

6. Гладилин А.В., Есаулко А.Н., Молчаненко С.А. Организационно - экономический механизм развития совместного предпринимательства в традиционно аграрном регионе. Актуальні проблеми економіки. 2015. Т. 168. № 6. С. 229 - 235.
7. Гладилин А.В., Попов М.Н., Коломыц О.Н. Анализ и оценка социально - экономической среды реализации региональных инвестиционных проектов. Москва, 2013.
8. Гладилин А.В. Статистические оценки спроса потребителей туристических услуг. В сборнике: Инструменты и механизмы современного инновационного развития. Сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 частях. 2016. С. 84 - 86.
9. Гладилин А.В., Герасимов А.Н., Громов Е.И. Эконометрика. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / Москва, 2011. (3 - е изд., стер.)
10. Гладилин В.А., Юрина В.П., Грицай С.Е. Развитие предпринимательства в сферах туризма и рекреации региональных экономических систем. Экономика и предпринимательство. 2014. № 5 - 1 (46 - 1). С. 607 - 612.
11. Гладилин В.А., Султанов Е.З. Ключевые аспекты и проблемы взаимодействия малого бизнеса и местного самоуправления туристско - рекреационной сфере в РФ и регионе КМВ. Экономика и предпринимательство. 2016. № 1 - 1 (66 - 1). С. 239 - 241.
12. Гладилин В.А. Методы статистики туризма и рекреации. Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 5 - 1 (80). С. 47 - 49.
13. Гладилин В.А. Пути развития и особенности налогового механизма стимулирования инноваций в туристско - рекреационном комплексе. В сборнике: эволюция современной науки сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 112 - 114.
14. Гладилин В.А. Статистические показатели в агрогеографических исследованиях (социальные, организационно - технические и др.) В сборнике: инновационные технологии нового тысячелетия сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 33 - 35.
15. Гладилин В.А., Зацарина А.В. Тренды и аспекты развития рекреационного комплекса Северо - Кавказского экономического района (на примере республики Крым). Новая наука: Стратегии и векторы развития. 2016. № 4 - 1 (76). С. 72 - 74.
16. Гладилин В.А. Исследование информационной базы статистического анализа рынка туристско - рекреационных услуг региона. Экономика и предпринимательство. 2015. № 12 - 1 (65 - 1). С. 1099 - 1102.
17. Гладилин А.В., Гладилин В.А., Таранова И.В. Основные риски, сдерживающие факторы и конкурентные преимущества субъектов Северо - Кавказского экономического района (на примере республики Крым и г. Севастополя). В сборнике: современная наука: теоретический и практический взгляд сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 78 - 80.
18. Гладилин В.А. Анализ, статистика и стратегия управления развитием индустрии туризма в Северо - Кавказском экономическом районе (на материалах республики Крым). Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 1 (37). С. 63 - 69.
19. Гладилин В.А. Инновации в бизнесе, как один из факторов развития экономики. Инновационная наука. 2017. № 1 - 1. С. 32 - 34.

Тагиров В. К.

канд. пед. наук, доцент кафедры техносферной и информационной безопасности
Оренбургского государственного аграрного университета, г. Оренбург, РФ.

Тагирова Л. Ф.

канд. пед. наук, доцент кафедры программного обеспечения вычислительной техники
и автоматизированных систем Оренбургского государственного университета,
г. Оренбург, РФ.

Соловьева Н.Н.

студентка группы РСО - 40у
Поволжского государственного университета телекоммуникаций и информатики
Оренбургский филиал

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

В современном мире информационные технологии играют важную роль в развитии современной экономики. Такие понятия как виртуальная или информационная экономика стали использоваться все чаще, объясняется это тем, что это две достаточно тесно связанные области, которые в совокупности дают положительный экономический эффект, а также положительный производственный результат. Без применения новейших информационных технологий современная экономика не смогла бы так динамично и быстро развиваться, а государство было бы в списке отстающих. В наше время, современные информационные технологии в экономике применяют для эффективной и оперативной компьютерной обработки информации, и ее передачи на любые расстояния в кратчайшие сроки.

Так же заметим, что информационная экономика изменила функцию денег, они стали выступать в роли средства расчетов. Благодаря развитию информационных технологий появился виртуальный банкинг и системы оплаты, которые играют немало важную роль в развитии экономической деятельности государства.

Информационные технологии в экономике – это комплекс действий, которые осуществляется над экономической информацией с помощью компьютеров и другой техники с целью получения положительного оптимального результата.

В экономике информационные технологии необходимы для качественной обработки информации, отбора и сортировки данных, для осуществления эффективного процесса взаимодействия человека и вычислительной техники, чтобы удовлетворить потребности в информации, а также для осуществления быстрого взаимодействия.

Так же информационные технологии служат эффективным инструментом в принятии экономически важных решений и участвуют в процессе эффективного управления в любой сфере человеческой деятельности. Современные модели информационных технологий дают дополнительные возможности для просчета и прогноза экономически важного результата, чтобы на его основании уже принимать правильное и взвешенное управленческое решение. Также, эти модели дают возможность осуществить подсчет совокупного экономического эффекта, риски и гибкость показателей системы.

В сформировавшейся рыночной ситуации России уделяется большое внимание определению роли информации и специфике используемых ресурсов. Интеллектуализация производства качественно повысила роль интеллекта, знаний и информации. Так, информация, представляющая собой в настоящее время ключевой фактор развития производства и управления, превратила технологии обработки собственных ресурсов в определяющее направление последующего развития экономики.

После появления персональных компьютеров и развития сети Интернет скорость и объем получаемой информации высоко возросли. В связи с этим возможности современного офиса значительно увеличились благодаря успехам в развитии беспроводных технологий.

В современном мире благодаря развитию беспроводных технологий, таких как Wi - Fi, 3G, 4G, подключиться к интернету возможно практически везде, а интернет это хранилище знаний, средство обучения, инструмент ведения бизнеса и многое другое. Активное подключение потребителей к сети Интернет и вызвало развитие электронного бизнеса. Области применения электронного бизнеса значительны, такие как: банковские операции, электронная торговля, страховые операции, купля - продажа различных продуктов, IP - телефония и другие. К примеру, банки могут предложить управление счетом или платежом в режиме реального времени в любое время суток. А так же круглосуточно работают Интернет - магазины, в сети стали заключаться различные сделки. Интернет упростил связь с поставщиком и заказчиком и связь между предпринимателями.

Электронный бизнес становится только популярнее, так как в отличие от любого другого требует минимальных вложений. Благодаря развитию информационных технологий повысился уровень экономических возможностей в сфере промышленного производства и различных отраслях производственной деятельности. Но все - таки, ситуация с экономической коммерцией развивается сложно, все это из - за небольшой деловой активности нашего населения. Интернет - магазины, а также другие виды проявления электронной коммерции должны занять свое место в 21 веке. И мы уверены, что эта технология придет на смену многим современным видам коммерции. В наше время, часть времени, которую когда - то мы проводили перед экраном телевизора, сейчас мы и новое поколение проводит перед компьютерами и мониторами. Интернет заменил нам телевизор, теперь просмотр программ новостей, трансляций футбольных матчей и телесериалов возможен в сети Интернет. Дорогая реклама на телевидении стала доступной в сети Интернет в виде банеров на наиболее часто посещаемых сайтах.

Любому предприятию, фирме организации в процессе экономической деятельности приходится постоянно сталкиваться с большими информационными потоками: международными, экономическими, политическими, конкурентными, технологическими, рыночными, социальными и т.д. При этом, предприятию необходимо выбрать из множества потоков информации то, что соответствует поставленным целям. Для отличной работы специалистов на предприятии, необходима качественная информация. Поэтому создание новых, усовершенствованных программных продуктов для предприятий является важным направлением развития информационных технологий.

Знание таких программ как текстовые редакторы, графические редакторы, электронные таблицы, баз данных и других прикладных программ, просто не обходимо не только предпринимателям и менеджерам, но и всем современным людям.

Таким образом, можно сделать вывод, что рынок информационных технологий развивается достаточно динамично. Компьютерные системы заметно облегчили работу с данными на предприятиях, повысили эффективность и скорость принятия управленческих решений. Также, сегодня создание новых технологий приобретает важное значение при оценке эффективности экономического развития общества.

Список использованных источников:

1. Шуркина Е.Ю. Роль информационных ресурсов в экономике [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. URL: <http://cyberleninka.ru/> (дата обращения 01.06.2016)
2. Галиева Г.Ф. Информационно - коммуникационные технологии: роль и перспективы в экономике России [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. URL: <http://cyberleninka.ru/> (дата обращения 01.06.2016)
3. Бурков С.С. Информационные технологии и их роль в мировой инновационной экономике [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. URL: <http://cyberleninka.ru/> (дата обращения 01.06.2016)
4. Шарафутдинов А.Г., Мухамадиев А.А. Информационные технологии как обыденность функционирования современных компаний [Электронный ресурс]: В сборнике: Информационные технологии в жизни современного человека Материалы IV международной научно - практической конференции. 2014. С. 90 - 92.
5. Магафуров К.Б., Ямилов Н.Х., Иванов С.Е., Хабиров Г.А., Сагадеева Э.Ф., Шарафутдинов А.Г., Рахметов В.Г., Исхаков А.Ф. Научные основы развития сельского хозяйства республики Башкортостан [Электронный ресурс]: МСХ РФ, Башкирский государственный аграрный университет. Уфа, 2003.
© В.К. Тагиров, Л.Ф. Тагирова, Н.Н. Соловьева, 2017.

УДК33

Таирова С.Д.

студентка 1 курс. СФ МПГУ (Ставрополь).

ЗНАЧЕНИЕ И ФУНКЦИИ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА В РЕГИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ

Рекреация и туризм выступают важной составляющей региональной экономики, но не являются приоритетными бюджетоформирующими видами экономической деятельности в республике и г. Севастополе [1,6]. В 2015 г. предприятиями туристско - рекреационного комплекса Республики Крым мобилизовано в бюджеты всех уровней более 277 млн. руб., что составляет около 6,5 % всех налоговых поступлений республики [2,5]. Основные поступления в бюджет обеспечивают староосвоенные рекреационные районы – Ялта (40 %), Евпатория (19 %), Алушта (17 %) [3,4,7].

Туристско - рекреационный комплекс Крыма оказывает стимулирующее воздействие на развитие многих сопутствующих отраслей и создает предпосылки к устойчивому социально - экономическому развитию региона [4,3,8]. Косвенные доходы от рекреации и

туризма составляют (в %): по объектам размещения – до 90; товарам курортного спроса – до 70; товарам народного промысла – до 70; индустрии развлечений – до 70; железнодорожному пассажирскому транспорту – 60; пассажирскому авиатранспорту – 50; сфере услуг – 50; транспорту по Крыму – 30; связи – до 20; электроэнергии – до 10; продуктам питания – 20; доходам населения курортов – до 30. Развитие рекреации и туризма в регионе позволяет решать проблему занятости крымчан и роста их семейного благосостояния [5,2]. В предоставлении основных услуг отдыхающим занято около 40 тыс. чел., а в пик сезона – более 100 тыс. чел., что является самым высоким показателем в РФ[6,1]. Вместе с тем доля занятого на санаторно - курортных предприятиях населения в 2009 г. составляла менее 5 % , а в деятельности туроператоров и турагенств – менее 1 % экономически активного населения.

РК [7,22,9]. Медленно растет спрос на работников гостиничного и ресторанного бизнеса. За период 2014 - 2016 гг. среднесписочная численность персонала гостиниц и ресторанов увеличилась в 1,2 раза.[8,21,10]. Основные проблемы низкой экономической эффективности функционирования туристско - рекреационного комплекса Крыма вызваны сезонным характером работы подавляющего большинства здравниц, неконкурентоспособностью многих видов услуг вследствие ограниченного ассортимента, неудовлетворительным качеством услуг и негибким ценообразованием; значительной изношенностью основных фондов и отвлечением средств на их поддержание в рабочем состоянии[9,20,11]. Инвестиционная активность в туристско - рекреационном комплексе РК и г. Севастополя остается низкой и не может обеспечить эффективную реструктуризацию и усиление конкурентных позиций Крыма на международном рынке туристско - рекреационных услуг [10,19,12]. Объем прямых иностранных инвестиций (ПИИ) по состоянию на 01.01.2016 г. достиг 150,0 млн. дол. США, или 20,9 % общего объема капиталовложений в РК[11,18,13]. В географической структуре ПИИ устойчиво преобладают инвестиции Беларуси, Виргинских Британских островов, Кипра; удельный вес ПИИ Российской Федерации в секторе санаторно - курортных и гостиничных услуг имеет тенденцию к снижению[12,17,14]. Районы нового освоения для иностранных инвесторов пока интереса не представляют[13,16,15]. В регионах Крыма отсутствуют стратегические планы привлечения инвестиций в сферу рекреации и туризма, не созданы инвестиционные полиязычные веб - сайты[14,16]. Характерно преобладание мелких нецентрализованных участков, непригодных для комплексных масштабных инвестиционных проектов[15].

Список литературы:

1. Гладилин В.А., Юрина В.П., Грицай С.Е. Развитие предпринимательства в сферах туризма и рекреации региональных экономических систем. Экономика и предпринимательство. 2014. № 5 - 1 (46 - 1). С. 607 - 612.
2. Гладилин В.А., Султанов Е.З. Ключевые аспекты и проблемы взаимодействия малого бизнеса и местного самоуправления туристско - рекреационной сфере в РФ и регионе КМВ. Экономика и предпринимательство. 2016. № 1 - 1 (66 - 1). С. 239 - 241.
3. Гладилин В.А. Методы статистики туризма и рекреации. Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 5 - 1 (80). С. 47 - 49.

4. Гладилин В.А. Пути развития и особенности налогового механизма стимулирования инноваций в туристско - рекреационном комплексе. В сборнике: эволюция современной науки сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 112 - 114.
5. Гладилин В.А. Статистические показатели в агрогеографических исследованиях (социальные, организационно - технические и др.) В сборнике: инновационные технологии нового тысячелетия сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 33 - 35.
6. Гладилин В.А., Зацарина А.В. Тренды и аспекты развития рекреационного комплекса Северо - Кавказского экономического района (на примере республики Крым). Новая наука: Стратегии и векторы развития. 2016. № 4 - 1 (76). С. 72 - 74.
7. Гладилин В.А. Исследование информационной базы статистического анализа рынка туристско - рекреационных услуг региона. Экономика и предпринимательство. 2015. № 12 - 1 (65 - 1). С. 1099 - 1102.
8. Гладилин А.В., Гладилин В.А., Таранова И.В. Основные риски, сдерживающие факторы и конкурентные преимущества субъектов Северо - Кавказского экономического района (на примере республики Крым и г. Севастополя). В сборнике: современная наука: теоретический и практический взгляд сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 78 - 80.
9. Гладилин В.А. Анализ, статистика и стратегия управления развитием индустрии туризма в Северо - Кавказском экономическом районе (на материалах республики Крым). Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 1 (37). С. 63 - 69.
10. Гладилин В.А. Инновации в бизнесе, как один из факторов развития экономики. Инновационная наука. 2017. № 1 - 1. С. 32 - 34.
11. Капустина Е.И., Гладилин А.В. Повышение эффективности использования молочных блоков для первичной обработки молока. Хранение и переработка сельхозсырья. 2003. № 6. С. 33.
12. Гладилин А.В., Есаулко А.Н., Молчаненко С.А. Организационно - экономический механизм развития совместного предпринимательства в традиционном аграрном регионе. Актуальні проблеми економіки. 2015. Т. 168. № 6. С. 229 - 235.
13. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Регрессионное моделирование и прогнозирование в туристско - рекреационном комплексе региона. Инновационная наука. 2016. № 4 - 1. С. 117 - 120.
14. Бинатов Ю.Г., Гладилин А.В., Пархоменко С.А. Санаторно - курортный комплекс кавказских минеральных вод в рыночной экономике. Ставрополь, 2005.
15. Александров А.В., Гладилин А.В., Бинатов Ю.Г. Предпринимательские структуры апк в условиях рынка. Ставрополь, 2005.
16. Бинатов Ю.Г., Гладилин А.В., Гречкина Т.В. Предпринимательство в пищевой индустрии. Ставрополь, 2006.
17. Гладилин В.А. Если знаешь, то и соломку не стели...управление эффективностью предпринимательской деятельности сельскохозяйственных предприятий. Российское предпринимательство. 2006. № 9. С. 87 - 91.

18. Гладилин В.А. Оценка и прогнозирование эффективности предпринимательской деятельности в аграрном производстве (на материалах растениеводства ставропольского края). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ставрополь, 2006.

19. Гладилин В.А. Анализ и пути повышения эффективности функционирования рекреационной сферы на основе экономических кластеров Северо - Кавказского экономического района (на примере республики Крым и региона КМВ). Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2015. № 4. С. 20 - 24.

20. Гладилин В.А., Котова Т.Н. Инновационные решения для экономического развития туристических кластеров, как фактор развития внутреннего туризма региона. Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 8 - 1 (20). С. 99 - 102.

21. Гладилин В.А. Совершенствование системы кредитной поддержки и управления рисками на рынке зерна. В сборнике: Актуальные вопросы экономики и финансов в условиях современных вызовов российского и мирового хозяйства. Материалы III - й Международной научно - практической конференции. 2015. С. 63 - 64.

22. Гладилин В.А. Анализ и перспективы инвестиционного развития СКФО. Инновационная наука. 2016. № 4 - 1. С. 120 - 122.

© Таирова С.Д.

УДК 657.6

К. С. Таланцева

Магистрант

Санкт - Петербургский экономический университет (СПбГЭУ)

Г. Санкт - Петербург, Российская Федерация

НАУЧНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОГО АУДИТА

Одно из важнейших путей развития бухгалтерского учёта и отчётности в Российской Федерации [11, с. 1] в перспективе – это организация всей научной системы контроля качества получаемой информации, которая наиболее эффективно отразится в налоговой отчётности.

Правильное управление информационными системами в сфере налоговых начислений дает возможность налоговым органам, аудиторам [4, с. 249] и предприятиям своевременно выявлять и устранять ошибки в налоговом учете, с целью повышения финансовой эффективности и устойчивости [8, с. 107], Закрепление на законодательном уровне порядка ведения налогового учета для целей исчисления налогооблагаемой базы по налогам и сборам, явилось толчком к появлению аудита, как учетно-аналитической системы [6, с. 106].

Постоянное развитие экономики Российской Федерации, научное и международное сотрудничество в разных отраслях [9, с. 40] усиливает требования, которые предъявляются хозяйствующими субъектами к лицам, проводящим проверку и самому процессу аудита. В связи с этим, аудиторским компаниям приходится предлагать новые виды аудита, учитывающие энергетические и экологические аспекты [10, с. 365].

Законодательно аудиторы оказывают услуги по налоговому консультированию, анализу финансово - хозяйственной деятельности [2, с. 84] организаций, с учетом профессионального суждения [3, с. 148] рекомендуют управление налогами для продвижения услуг и товаров [5, с. 252].

В наши дни происходит действия, направленные на усиление государственной налоговой политики, поэтому набирает популярность услуга налогового консультирования, которая входит в перечень оказания аудиторских услуг. В первую очередь, это объясняется тем аспектом, что налоговая составляющая общего аудита не содержит в себе всю информацию, которая может накладывать отпечаток на налоговые обязательства аудируемого субъекта, в результате чего, аудиторы не могут предоставлять клиенту заверение об отсутствии недопонимания или возникновения вопросов со стороны налоговых органов в отношении безошибочности и своевременности предоставления налоговой отчетности и уплаты налогов.

Процедура предоставления консультационных услуг аудитором в сфере налоговых сборов и платежей надлежит различать на два вида:

- 1) Оказание услуг клиенту по выявлению приемлемого баланса между расходами предприятия на выплату налогов и налоговыми рисками.
- 2) Осуществление деятельности в масштабах, утвержденных государственными органами нормативных актов, устанавливающих порядок и процедуру исчисления и уплаты налогов [1, с. 2].

Основная цель предоставлений консультационных налоговых услуг - предоставление помощи в грамотном начислении и уплате налогов не допуская нарушений, а также соблюдения своих обязанностей в соответствии с НК РФ. С каждым годом, потребности в налоговом сопровождении финансово - хозяйственной деятельности растут, и это обуславливает зарождение нового направления в аудиторской деятельности – налогового аудита. Это обосновывается рядом факторов:

- сложной системой устройства налогообложения;
- периодически изменяющимся налоговым законодательством;
- практикой большого количества спорных арбитражных дел касемо налоговых вопросов;
- неудовлетворительной компетентностью руководителей и сотрудников бухгалтерии;
- стремлением организаций получить основательные аудиторские консультации планирования своей деятельности с целью снижения налоговой нагрузки на основе прозрачной налоговой отчетности [7, с. 111].

Термин «налоговый аудит» зародился совместно с введением в действие Методики аудиторской деятельности. Налоговый аудит представляется добровольным мероприятием, его проводят по инициативе аудируемого лица в объеме и сроке, которые оговариваются в договоре на оказание аудиторских услуг. Налоговый аудит находит своего потребителя в лице крупных и средних предприятий, которые как правило осуществляют несколько

видов деятельности и имеют большие обороты. С целью усовершенствования налогового аудита возникает необходимость дальнейшего развития его методов. Поэтому необходимо развивать и улучшать теоретические и методологические подходы формирования системы налогового аудита.

Место налогового аудита в актуальной системе экономических взаимоотношений, а также его роль в завтрашнем дне вызывают множество вопросов и предложений. Налоговый аудит, вполне вероятно, представляется именно тем средством, который даст возможность, избавить аудит финансовой отчетности от огромного массива обрабатываемой информации, а также обеспечить контролирующие органы аудиторскими заключениями конкретно по вопросам соблюдения налогового законодательства.

Организация налогового аудита в России требует развития стандартов аудита по налоговым вопросам. Перед предприятиями в России ставится затруднительный вопрос улучшения налоговой культуры, повышения качества проверки предприятиями на наличие налоговых рисков и становления продуктивных налоговых отношений с контрагентами. Налоговый аудит бизнеса в будущем будет способствовать естественному развитию этих тенденций по рациональному пути. Их реализация может осуществиться только благодаря улучшению государственных стандартов аудиторской деятельности. Существующие два типа осуществления налогового аудита на предприятиях – внешняя и внутренняя – подразумевают более конкретное формулирование целей и задач, а также методов реализации, установление четких методов и процедур, а также форм отчетности о результатах проводимых проверок в рамках налогового аудита.

Осуществление действий с расчётом налоговых платежей – это один из способов менеджмента и обеспечения тесного взаимодействия интересов государства с интересами предприятий. С помощью налогов определяются взаимоотношения предпринимателей и предприятий с бюджетами, регулируется внешнеэкономическая деятельность, стимулируется привлечение иностранных инвестиций.

В РФ в процессе трансформации от административно - директивных способов менеджмента экономикой государства к рыночному механизму, повысилось место в сущности налогов как инструмента управления экономикой. Собственно, система исчисления налоговых платежей оказалась наиболее спорным вопросом для обсуждения о перспективах и способах осуществления реформ в этой сфере, а также острой критики.

Список используемой литературы:

1. Концепция развития налогового аудита в системе налоговых органов Российской Федерации (Приложение №1 Одобрена распоряжением ФНС России от 01.09.2006 г. № 130 а)
2. Конопляник 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. Конопляник 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.147 - 148;
4. Конопляник Т.М., Роль информационного обеспечения в аудиторской деятельности с позиции теории информационной экономики. - СПб.: М - во образования и науки

Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Санкт - Петербургский гос. инженерно - экономический ун - т", 2014. - С. 123 - 124.

5. 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; .

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

7. Коноплянник Т.М., Николаенко А.В. Прозрачность отчетности как необходимое условие развития научной мысли и управления // Проблемы современной экономики. 2016. № 3(59). С. 108 - 111;

8. 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;

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. Николаенко А.В. Экология и проблемы ее экономики в современном мире // В сборнике: Россия в условиях экономических и политических ограничений: от вызова к возможностям. Сборник научных трудов по итогам научно - практической конференции молодых ученых Санкт - Петербургского ГЭУ. Под редакцией: Карлик А.Е. 2014. С. 363 - 365;

11. Эффективные подходы к учету и отчетности на предприятиях // Гульпенко К.В., Дуракова А.С., Епифанова Т.В., Жукова Н.А., Кожухов В.Л., Колесникова Е.В., Коноплянник Т.М., Лизяева В.В., Михеев М.В., Наследникова М.А., Панков В.В., Проданова Н.А., Розина Е.А., Смольникова Ю.Ю., Тумашик Н.В. Одесса, 2013.

© К. С. Таланцева

УДК 330

Н. А. Тарасенко

Аспирант кафедры «Экономической теории и менеджмента», ПетрГУ
Г. Петрозаводск, Республика Карелия

ИНСТИТУТ ГОСУДАРСТВЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Развитие хозяйственной деятельности на протяжении всего периода формирования современной мировой экономики было напрямую связано с интернационализацией. Благодаря серьезному влиянию научно - технической революции и некоторых других факторов этот важный процесс экономической жизни приобретает новое качество, которое было определено как глобализация.

Под глобализацией понимается процесс объединения большей части человечества в единую систему финансово - экономических, общественно - политических и культурных связей на основе новейших средств телекоммуникаций и информационных технологий. «Предпосылкой появления данного феномена стало последствие процессов человеческого познания: развитие научного и технического знания, развитие техники, давшее возможность отдельно взятому индивиду воспринимать информацию об объектах, находящихся в различных точках земли, и вступать с ними в отношения, а также непосредственно воспринимать, осознавать сам факт этих отношений» [1, с. 134].

В качестве характерных черт глобализации выделяют появление транснациональных корпораций (ТНК) и усиление их роли, развитие интернета, рост мегаполисов, стандартизация промышленной продукции, унификация ведения отчетности и документации, распространение английского языка как мирового.

Несомненными плюсами данного процесса являются:

- развитие мирового производства;
- интернационализация мирового обмена, в том числе торговли и финансовых потоков;
- углубление международного разделения труда;
- развитие новых связей между странами и их группировками, важнейшие из которых носят интеграционный характер.

При этом, у глобализации есть определенные негативные последствия:

- развитие некоторых промышленных отраслей, произошедшее по причинам получения больших доходов, притока квалифицированной рабочей силы и достаточного финансирования, создает предпосылки для снижения интереса к другим отраслям, которым начинает уделяться меньше внимания. Это чревато для национальных экономик отдельных стран увеличением уровня безработицы и структурными изменениями в хозяйственной жизни.

- в результате усиления роли сферы услуг теряется интерес к обрабатывающим отраслям, что приводит к вынужденной переквалификации персонала.

- увеличивается разрыв в уровне заработной платы между квалифицированными и менее квалифицированными работниками, что также может привести к росту безработицы.

- серьезно влиянию подвергается мировая экология.

«Основным отрицательным моментом в действии глобализации является вмешательство ТНК в экономическую жизнь государств, которые могут навязывать правительствам свою волю и влиять на благосостояние народа» [2, с. 13]. В таком случае на первый план выходит государство, заинтересованное в нормальном и защищенном механизме функционирования экономической системы. Для этого у него имеются определенные инструменты воздействия, среди которых можно выделить пассивные (наблюдение и контроль) и активные (субсидирование и национализация). Помимо них, существует институт государственных корпораций, который давно используется в развитых странах, и в последнее время применяется в России.

Создание госкорпораций в РФ было обусловлено неэффективностью работы ряда производственных, финансово - кредитных и других структур, существенным отставанием отечественной экономики в инновационном развитии от передовых стран мира. ГК

создавались с целью объединения финансовых ресурсов, удаленных производств и предприятий, а также восстановления научного, опытно - конструкторского и производственного потенциала некогда мощных отраслей российской экономики. Они были необходимы для сохранения высококвалифицированного кадрового состава ведущих предприятий и устранения разрыва между промышленностью России и развитых стран мира в области высоких технологий.

В реализации общих для государства и общества интересов заключаются цели и задачи ГК. «Так, в настоящее время одной из важнейших задач промышленных госкорпораций является производство высокотехнологичной конкурентоспособной продукции и поставка ее как на отечественный рынок, так и за рубежом, особенно в страны Юго - Восточной Азии, Латинской Америки и Африки, куда в настоящее время смещаются внешнеторговые интересы России» [3, с. 863 - 864].

Всесомое место, которое государственные корпорации занимают в инновационном развитии экономики, обосновано действием следующих факторов:

- в основе производства новейшей техники и продукции лежит использование современных технологий;
- решение приоритетных национальных задач, таких как проведение фундаментальных и прикладных научных исследований, опытно - конструкторских и технологических работ, напрямую связано с инновационной деятельностью;
- происходит активное привлечение государственных инвестиций и внебюджетных средств для проведения научных исследований, покупки современной техники и оборудования, строительства инфраструктурных инновационных объектов;
- ведется работа с предприятиями и научно - исследовательскими организациями по выполнению совместных инновационных проектов, решению приоритетных задач в области безопасности;
- профессиональная подготовка научных и производственных кадров соответствует необходимому уровню для решения самых сложных и важных задач для экономики страны.

На данный момент в России существует ряд государственных корпораций, среди которых особо выделяются «Ростех», «Росатом», «Роскосмос» и «Роснано». Именно им отводятся роли «локомотивов» в областях модернизации российской экономики и внедрении инновационной деятельности. Также они призваны для консолидации сил в рамках обеспечения безопасного и успешного функционирования таких приоритетных направлений, как развитие атомной отрасли и космической деятельности.

Но не только в России институт государственных корпораций применяется для развития и модернизации экономики. Так, «госкорпорации Сингапура обеспечивают приток иностранных инвестиций и ими создается порядка 60 % ВВП. В Чили с 1970 - х годов существует госкорпорация по добыче и производству меди, которая является одним из основных экспортируемых товаров. В Италии создание ГК способствовало развитию малого бизнеса, что стало возможным в результате размещения заказов корпорациями среди его представителей. В ряде других европейских стран госкорпорации организовывали различные благотворительные проекты, осуществляли защиту прав человека, потребителей, оказывали помощь беженцам и поддерживали фонды по решению экологических проблем» [4, с. 124 - 125]. Таким образом, в разное время и в различных

странах институт госкорпораций эффективно использовался для проведения государственной политики в области решения национальных и общественных вопросов.

Возвращаясь к ситуации в России стоит отметить, что деятельность отечественных ГК еще не столь эффективна по сравнению с иностранными аналогами. «Это проявляется в том, что менеджеры крупнейших национальных компаний не всегда имеют в числе первых приоритетов их стратегического развития снижение издержек производства и рост производительности труда. В настоящее время даже самые крупные государственные корпорации не используют в полной мере свои преимущества, оставаясь менее производительными, чем частные хозяйственные структуры» [5, с. 53]. В такой ситуации на помощь может прийти более жесткий контроль за деятельностью со стороны государства, либо внешние факторы, которые будут стимулировать ГК работать более эффективно.

Последствия глобализации и политическая напряженность между Россией и странами Запада принесли такой фактор – санкции. Под воздействием искусственных ограничений, которые распространяются на развитые рынки и на действия иностранных партнеров, госкорпорациям необходимо выстраивать новую политику, которая будет опираться на внутригосударственные ресурсы. Ей может стать импортозамещение, активно проводимое российскими властями.

Импортозамещение – это процесс замещения импортных товаров и услуг товарами и услугами отечественного производства. В конечном итоге, оно должно привести к импортонезависимости и защите российских рынков от негативных последствий глобализации и действующих санкций. Начиная с 2014 года отечественные госкорпорации вовлечены в этот процесс.

На данный момент о реальных результатах деятельности госкорпораций в реализации программ импортозамещения судить пока рано, поскольку данная работа только набирает обороты. Но уже сейчас необходимо признать, что они имеют огромный потенциал в этом направлении. Государственные корпорации являются одним из основных представителей государственного сектора, который способен контролировать стратегически важные отрасли экономики страны и обеспечить межотраслевое перераспределение ресурсов, создавая мощный потенциал для структурной модернизации экономики.

Список использованной литературы

1. Чистякова А.В. Влияние глобализации на перспективы развития атомной промышленности [Текст] / А.В. Чистякова // Научное обозрение. Экономические науки. – 2014. – № 2. – С. 134 - 135.
2. Левкин Н. В. Государственно - монополистические комплексы как объект институционального исследования // Формирование институционально - правовой среды современной России. Сборник научных материалов. – Волгоград: Волгоградский государственный педагогический университет. Изд. - во Универ - Сити. – 2002.– С. 13 - 14.
3. Сысоев А.П., Суханова Н.В. Государственные корпорации и их роль в инновационном развитии российской экономики [Текст] / А.П. Сысоев, Н.В. Суханова // Креативная экономика. — 2015. — Том 9. — № 7. — С. 861 - 872.
4. Рогожин С.А. Современное состояние и проблемы функционирования государственных корпораций в условиях глобализации экономики [Текст] / С.А. Рогожин // Интернет - журнал «Науковедение». — 2014. — №4 (23). — С.122 - 131.

5. Калмыкова Т.Н. Роль государственных корпораций в консолидации российского капитала [Текст] / Т.Н. Калмыкова // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. — 2013. — № 3 (24). — С. 50 - 53.

© Н.А. Тарасенко, 2017

УДК 338.242.2

А.Ю. Тарасова

Студентка 2 курса магистратуры
Севастопольский государственный университет

Научный руководитель: О.В. Рура

К.э.н., доцент кафедры Бухгалтерского учета, анализа и аудита
Севастопольский государственный университет
Г. Севастополь, РФ

СVP АНАЛИЗ КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ КОНТРОЛЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАТРАТ ПРИ СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНИРОВАНИИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях всесторонней интеграции России в мировую экономическую систему усовершенствование системы управления производством, достижение конкурентоспособности продукции, находчивости становится одной из главнейших задач производства. Вследствие этого начинает формироваться управленческий анализ, основанный на детальном исследовании производимых в определенном периоде затрат, результатами которого можно воспользоваться при принятии управленческих решений, при стратегическом планировании жизнедеятельности предприятия.

Анализ «Cost - Volume - Profit» (затраты – объем - прибыль) представляется мощным инструментом в управлении затратами. Суть данного метода - определение точки безубыточности, что позволяет лучше оценить возможности получения прибыли и получить некоторые гарантии безубыточности предприятия.

Общим вопросам данного вида анализа посвящены работы отечественных ученых: Макаровой Л.М., Родиной Е.Е., Коноваловой Л.К., Горловой Е.И. [1], Москаленко С.Г., Долгорукова А.И., Волковой И.А., Никандрова К.Л., Дмитриевой О.В., Стукач В.Ф., Никифоровой Н.А. [2] и других. Тем не менее, в каждой отрасли производства есть свои особенности, в том числе и в полиграфии.

Чтобы иметь точное представление о составе произведенного товара анализ СVP следует проводить по каждому виду отдельно. В научной литературе представлено три способа проведения анализа: метод уравнений, метод маржинального дохода и графический метод.

На первом этапе проведения СVP - анализа требуется оценить и разделить затраты на постоянные и переменные, поскольку это представляет собой некоторую сложность, в связи с размытой границей между этими видами затрат, то их называют условно - переменными и условно - постоянными, что является одним из минусов данного анализа.

Отличительная черта управления постоянными затратами – зависимость их величины от отраслевых особенностей предприятия. Поэтому и резервы, и возможности по снижению постоянных затрат различны: продажа неиспользуемого оборудования, уменьшение накладных расходов, использование краткосрочных форм лизинга оборудования и машин.

При управлении переменными затратами важным фактором является направленность на постоянную их экономию, так как между переменными затратами, выпуском и реализацией продукции существует прямолинейная зависимость. Обеспечение условия экономии до преодоления предприятием точки безубыточности влечет за собой рост маржинального дохода. [2; 58]. Как следствие этого сэкономленные переменные затраты будут обеспечивать предприятию прирост прибыли. Можно выделить следующие резервы экономии переменных затрат: сокращение размеров сырья на складах, привлечение новых поставщиков с более выгодными условиями и др.

Практическое применение CVP - анализа мы рассмотрели на примере предприятия ООО «Издательский Дом «Адмирал». В таблице 1 представлены разграничения затрат на производство газеты «Аргументы и факты в Крыму» за 2015 год.

Таблица 1 Разграничение постоянных и переменных затрат на производство газеты «Аргументы и факты в Крыму» в ООО «ИД «Адмирал» за 2015 год

№ п / п	Статьи затрат	Постоянные затраты (руб.)	Переменные затраты (руб.)
1	Оплата труда с отчислениями на соц. нужды: - основных работников - управленческих работников	312480	499968
2	Сырье и услуги печати		4524000
3	Услуги доставки		172800
4	Налог на добавленную стоимость		36000
5	Аренда помещения	265500	
6	Возмещение коммунальных расходов	4800	
7	Интернет	24000	
8	Услуги банка	60000	
	Итого	666780	5232768
	Общие затраты	5899548	

Исходя из данной таблицы видно, что общие затраты на производство газеты «Аргументы и факты в Крыму» в 2015 году составили 5635,5 тыс. рублей. Из них 11,3 % - это постоянные затраты, а 88,7 – переменные.

В таблице 2 представлены исходные данные для расчета показателей, необходимых для проведения CVP - анализа.

Таблица 2 Исходные данные для CVP - анализа производства газеты «Аргументы и факты в Крыму»

Показатели	Газета «АиФ в Крыму»
Объем реализации, экз.	321100
Цена реализации, руб.	25
Переменные затраты на экземпляр продукции, руб.	16,3
Постоянные затраты за год, руб.	666780

Для упрощения анализа зависимости выручки от реализации, производственных затрат и от объема производства мы объем реализованной продукции условно принимаем равным объему произведенной продукции.

Для начала определим точку безубыточности при производстве газеты «АиФ в Крыму» методом уравнений.

Метод уравнений основан на вычислении чистой прибыли по формуле:

Переменные затраты – Постоянные затраты (1) [2; 59]

Переменные затраты = $C \times Q$, (2) [2; 59]

где: C – цена за единицу товара;

Q – количество товара.

Обозначим объем реализации производства в точке безубыточности через X , правую часть уравнения приравняем к нулю, поскольку в точке безубыточности предприятие не имеет прибыли. Мы получили:

$X \cdot (C - \text{Переменные затраты на ед. товара}) - \text{Постоянные затраты} = 0$ (3) [2; с.59]

В скобках мы получаем маржинальный доход на единицу продукции, т.е. разницу между выручкой и переменными затратами. Вследствие этого, объем реализации на пороге безубыточности определяется:

$$X = \frac{\text{Постоянные расходы}}{\text{Мд (ед.прод.)}}, (4) [2; 60]$$

где: Мд – маржинальный доход на единицу продукции.

Получается, что объем реализации на пороге безубыточности будет равен:

$$X = \frac{666780}{(25-16,3)} = 76641 \text{ экз.}$$

В денежном измерении это составит:

$$76641 \text{ экз.} \times 25 \text{ руб.} = 1916025 \text{ руб.}$$

Отсюда следует, что 76641 экз. в год – это объем продаж газеты «АиФ в Крыму», при котором ООО «ИД «Адмирал» будет работать безубыточно.

Метод маржинального дохода является альтернативным математическому. В состав маржинального дохода входят прибыль и постоянные затраты. Предприятие так должно реализовать свою продукцию, чтобы маржинальный доход равнялся сумме постоянных затрат, т.е. достигается точка равновесия:

$\text{Мд (ед. товара)} \cdot Q = \text{Постоянные затраты}$ (5) [2; 60]

отсюда

$$\text{Точка безубыточности} = \frac{\text{Постоянные затраты}}{\text{Мд (ед.товара)}} = 76641 \text{ экз.}$$

Следовательно, при применении данного метода точка безубыточности при производстве газеты «АиФ в Крыму» в ООО «ИД «Адмирал» также составит 76641 экз. в год.

Запас прочности показывает, насколько может сократиться объем реализации, прежде чем предприятие начнет нести убытки. При производстве газеты «АиФ в Крыму» в ООО «ИД «Адмирал» кромка безопасности составит:

$$321100 - 76641 = 244459 \text{ экз.}$$

Это значит, что при сокращении объема реализации газеты «АиФ в Крыму» не более, чем на 244459 экз. – ООО «ИД «Адмирал» будет работать безубыточно.

Чем больше запас прочности, тем стабильнее состояние организации. Согласно полученному показателю запаса прочности, мы видим, что ООО «ИД «Адмирал» работает стабильно и имеет минимальный риск получения убытка в результате колебания объемов производства и реализации газеты «АиФ в Крыму».

В рамках проводимого CVP - анализа требуется рассчитать такие показатели: коэффициент маржинальной прибыли, запас прочности, силу операционного рычага – они помогут определить степень устойчивости экономического положения предприятия. Расчетные данные представлены в таблице 3.

Таблица 3 Показатели оценки эффективности производства газеты «АиФ в Крыму» по модели управления CVP - анализа в ООО «ИД «Адмирал» за 2015 г.

№ п / п	Показатели	Значение
1	Объем продукции, экз.	321100
2	Выручка от реализации, руб.	8027500
3	Постоянные затраты, руб.	666780
4	Переменные затраты, руб.	5232768
5	Маржинальный доход, руб.	2794732
6	Прибыль от производства товара, руб.	2127952
7	Маржинальный доход на единицу товара, руб.	8,7
8	Норма маржинального дохода, %	35
9	Безубыточный объем выпуска продукции А) в единицах продукции, экз. Б) в денежной оценке, руб.	76641 1916025
10	Маржинальный запас прочности	244459
11	Показатель безопасности, %	76
12	Коэффициент маржинальной прибыли	35
13	Производственный леверидж	1,31

Между производственным левериджем и прибылью предприятия существует обратная зависимость. Чем выше прибыль организации, тем ниже эффект производственного левериджа, и наоборот. Из этого следует, что производственный леверидж является инструментом, уравнивающим соотношение уровня доходности и уровня риска в процессе осуществления производственной деятельности.

В нашем случае коэффициент левериджа не высок. И все же снизить постоянные затраты на предприятии ООО «ИД «Адмирал» есть возможность:

- можно пересмотреть расходы по управлению в организации;
- продать часть неиспользуемого оборудования и нематериальных активов с целью снижения потока амортизационных отчислений;
- использовать краткосрочные формы лизинга машин, оборудования, агрегатов вместо приобретения их в собственность и др.

Данный анализ сводится к предоставлению оперативной информации о расходах, на основе которой руководство предприятия выбирает оптимальную стратегию будущего развития фирмы.

Подводя итог, хотелось бы сказать, что СVP - анализ, являясь методом управленческого анализа, представляет собой содержательную сторону процесса управления организацией и призван обеспечить управленческий аппарат предприятия информацией, необходимой для управления и контроля за уровнем затрат и их соотношением в производственных и вспомогательных подразделениях. Ведь для того, чтобы не просто выжить, но и быть готовым к адекватному ответу на вызовы нового века, чтобы извлечь плюсы от новых этапов глобализации, предприятию нужна глубокая внутренняя модернизация, разумная, продуманная и долговременная политика управления организацией.

Список использованной литературы:

1. Горлова Е.И. Инструменты управления затратами в системе управления предприятием // ЭКОММИНФО, Международная общественная организация «Академия науки и практики организации производства». 2012 г. №17, с. 30 - 34.
2. Никифорова Н.А. Управленческий анализ: учебник для магистров // Н.А. Никифорова, В.Н. Тафинцева; под общ. Ред. Н.А. Никифоровой. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 442 с.;

© Тарасова А.Ю., Пура О.В., 2017

УДК 338.31

А.Ю. Тарасова

Студентка 2 курса магистратуры
Севастопольский государственный университет

Научный руководитель: О.В.Пура

К.э.н., доцент кафедры Бухгалтерского учета, анализа и аудита
Севастопольский государственный университет
Г. Севастополь, РФ

ПРОБЛЕМНЫЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ, ФОРМИРУЮЩИХ ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИЗДАТЕЛЬСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ПРИМЕРЕ ООО «ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «АДМИРАЛ»

В современных условиях развития экономики каждое предприятие, имеющее своей целью получение прибыли, должно стремиться аккумулировать все внутренние резервы для решения этой задачи. Огромную роль в этом процессе играет анализ основных факторов, формирующих финансовые результаты деятельности предприятия. Собственно данный анализ способен показать преимущества и недостатки в управлении организацией, а его итоги можно использовать для принятия эффективных управленческих решений. Анализируя факторы, формирующие финансовые результаты предприятия, можно определить преимущественно целесообразные методы использования ресурсов. Анализ факторов позволяет отследить соблюдение норм и нормативов расходования различных ресурсов и целесообразность осуществления затрат.

Вопросам данного вида анализа посвящены работы как отечественных: А.М.Григан, Е.В. Негашев, Д.В. Арутюнова [2], А.Т. Зуб, Р.А. Фатхутдинов, В.Д. Марковой, О.Ю. Дягель [1], так и зарубежных ученых: И. Ансофф, А.А.Томпсон, А.Дж. Стрикленд, К. Фляйшер.

Чтобы глубже разобраться в причинах изменения исследуемых явлений, лучше оценить место и роль каждого фактора в формировании величины результативных показателей, необходимо классифицировать их в зависимости от общих признаков.

По своей природе факторы можно разделить на природно - климатические, социально - экономические и производственно - экономические.

Факторы, оказывающие влияние на итоги хозяйственной деятельности, подразделяют на основные и вспомогательные.

По времени действия факторы могут быть постоянными и временными. Тогда как по охвату действия - общие и специфические (действующие во всех или отдельных отраслях экономики).

По характеру действия их можно подразделить на экстенсивные и интенсивные, характеризующие соответственно прирост результативного показателя за счет его количественных и качественных характеристик.[1;95]

Еще можно выделить факторы по свойствам отражаемых явлений. В этом случае, факторы подразделяют на количественные и качественные, выражающие количественную (количество рабочих, оборудования, дней работы и т.д.) и качественную (производительность труда работников и производительность оборудования и т.д.) оценку результативного показателя.

Так же по своему составу факторы делятся на простые и сложные. Они соответственно не поддаются детализации (например, количество человеко - часов, отработанных одним рабочим за день) либо могут быть детализованы на составляющие (среднегодовая выработка продукции одним работником).

По уровню соподчиненности сложные факторы подразделяются на факторы первого, второго и последующих уровней. К факторам первого уровня подчинения относятся те, которые прямо влияют на результативный показатель с точки зрения расчета уровня их влияния. Факторы, влияние которых на результативный показатель определяется косвенно – через факторы первого уровня, называются факторами второго порядка и т.д. [1; 96]

В нашей работе в качестве исследуемого показателя мы взяли прибыль организации ООО «ИД «Адмирал».

Проанализировав структуру финансовых результатов, мы выяснили, что на прибыль предприятия, занимающегося издательской деятельностью, влияют такие факторы первого порядка как доходы и расходы. Факторы второго порядка - градация доходов по источникам получения, а расходов по элементам или видам расходов (себестоимость, управленческие и коммерческие расходы). Также были выделены факторы третьего порядка. В результате были выделены проблемы и задачи, которые необходимо решить для увеличения прибыли предприятия. Также были обозначены носители данных проблем как внутренние, так и внешние.

Информация о факторах и проблемах представлена в таблице 1.

Таблица 1. Систематизация факторов, формирующих финансовый результат деятельности

Фактор первого порядка	Факторы второго порядка	Факторы третьего порядка	Перспективные проблемы, связанные с фактором	Носители проблемы	
				внешние	внутренние
Доходы	Выручка от продаж рекламной площади (68 %)	Количественный и качественный состав продаж (70 %)	Удержание завоеванной доли рынка (44 %)	Конкуренция покупателей	Отдел рекламы
			Обеспечение необходимых объемов производства (44 %)	Поставщики	
			Сохранение качества продукции (12 %)	Конкуренция покупателей	Отдел доставки
		Уровень цен (30 %)	Экономическая обоснованность цен на услугу (50 %)	Конкуренция поставщиков	Управленческий состав предприятия
			Конкургоспособность услуги предприятия в ценовом сегменте (20 %)	Конкуренция	
			Покупательская способность (30 %)	Покупатели	Рекламный отдел
	Доходы от печати газет (20 %)	Качественный состав продаж (50 %)	Удержание завоеванной доли рынка (60 %)	Конкуренция покупателей	Производственный отдел (типография)
			Обеспечение необходимых объемов производства (30 %)	Поставщики	Производственный отдел (типография)
			Сохранение качества продукции (10 %)	Конкуренция покупателей	Производственный отдел (типография)
		Уровень цен (50 %)	Экономическая обоснованность цен на продукцию (60 %)	Конкуренция поставщиков	управленческий состав предприятия
			Конкургоспособность продукции предприятия в ценовом сегменте (20 %)	Конкуренция	

			Покупательская способность (20 %)	Покупатели	Производственный отдел (типография)
Доходы от доставки корреспонденции (9 %)	Количественный и качественный состав продаж (65 %)	Удержание завоеванной доли рынка (35 %)	Обеспечение качества и количества услуги (65 %)	Конкуренция покупателей	Отдел доставки
				Конкуренция покупателей	Отдел доставки
		Уровень цен (35 %)	Экономическая обоснованность цен на услуги (60 %)	Конкуренция	Управленческий состав предприятия, отдел доставки
			Конкуренция способности услуги предприятия в ценовом сегменте (30 %)	Конкуренция	Отдел доставки
			Покупательская способность (10 %)	Покупатели	Отдел доставки
Прочие доходы (3 %)		Штрафы, пени, неустойки списание кредиторской задолженности	Государство, финансовые учреждения	Отдел бухгалтерии	
Расходы	Себестоимость продаж (85 %)	Сырье и материалы	Надежность поставок для обеспечения стабильного бесперебойного производства	Поставщики	Управленческий состав предприятия
			Качество закупаемых сырья и материалов	Поставщики	управленческий состав предприятия
			Уровень цен на сырье и материалы	Поставщики	управленческий состав предприятия
			Обеспечение бесперебойного электроснабжения	Поставщики	Производственный отдел (типография)
			Повышение энергоэффективности и уменьшение потребления энергоресурсов	-	Производственный отдел (типография)

			Уровень цен на энергию / топливо	Поставщик и	Управленческий состав предприятия
		З / плата производственных рабочих, работников рекламного отдела и отдела доставки	Производительность труда	-	Производственный отдел, отдел кадров
			Система оплаты труда и премирования	-	Отдел бухгалтерии
		Амортизация	Соответствующая амортизационная политика	-	Отдел бухгалтерии
		Управленческие расходы	Экономическая обоснованность запланированных и фактически осуществленных расходов общехозяйственного характера	Поставщик и	Управленческий состав предприятия
			Экономическая обоснованность цен на материалы / услуги общехозяйственного характера	Поставщик и	
	Коммерческие расходы (15 %)	Количественный и качественный состав	Расходы на доставку транспортом	Поставщик и (автотранспортные орг - ции)	Отдел доставки
			Качество и срок доставки	Поставщик и (автотранспортные орг - ции)	Отдел доставки

Поскольку целью любой коммерческой организации является получение прибыли, то было решено проанализировать увеличение объема продаж. Для этой цели был выбран метод дерева проблем, ориентированный на получение относительно устойчивой структуры проблематики. Для достижения этого при построении первоначального варианта

структуры учитывались закономерности и использовались принципы формирования иерархических структур. (Рис.1)



Рисунок. 1 Дерево проблем

Таким образом, изучение поля проблем позволяет выбрать наиболее значимые из них для организации и на их основе сформулировать решения, представленных задач. Значимость проблемы может определяться и комплексом признаков.

Необходимость принятия решений обусловлена тем, что из-за влияния изменений внешней среды предприятие должно адаптироваться к изменяющимся условиям функционирования с помощью обратных связей – информации о состоянии объекта управления. И такой обратной связью может служить анализ факторов, влияющих на финансовые результаты предприятия с построением дерева проблем.

Список использованной литературы

1. Дягель О.Ю. Теория экономического анализа: учебное пособие / О.Ю.Дягель; Краснояр. Гос. Торг. - экон. Ин - т. – Красноярск, 2005. – 187 с.

2. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. – Таганрог: Изд - во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.

© Тарасова А.Ю., Пура О.В., 2017

УДК 004.33

Р.К. Тонян

студентка 4 курса экономического факультета
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Российская Федерация

А.К. Тонян

студентка 3 курса экономического факультета
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Российская Федерация

ИТ - СТРАТЕГИЯ И ИТ - АРХИТЕКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ

Понятие ИТ - архитектуры применяется с целью формального представления комплекса прикладных и технических решений, структур данных предприятия, информационных сервисов и процессов управления ИТ.

ИТ - стратегия и ИТ - архитектура – коррелирующие понятия: стратегия предназначена для определения способа перехода от действующей архитектуры к целевой.

ИТ - архитектура находится в зависимости от бизнес - архитектуры предприятия, определяющей реализацию основных процессов компании. Например, с целью эффективного развития ИТ - архитектуры требуется ясное представление организации и взаимодействия бизнес - процессов предприятия, приложений, оказывающих поддержку бизнесу, данных компании, их организации с целью получения быстрого и удобного доступа сотрудниками и т.д.[3].

Следовательно, чтобы получить решения задач стратегического планирования ИТ целесообразным является применение наиболее универсального понятия «Корпоративной архитектуры предприятия» (Enterprise Architecture), которое включает в себя бизнес - архитектуру и ИТ - архитектуру. Архитектура предприятия характеризует организацию с точки зрения выполнения своей работы, использования таких ресурсов, как «Люди», «Бизнес - процессы», «Данные» и «Технологии».

Как правило, в архитектуре можно выделить несколько основных областей – «доменов», представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Основные компоненты архитектуры предприятий

1. Бизнес-архитектура	Описывает деятельность организации с точки зрения ее ключевых бизнес-процессов
2. Архитектура приложений	Определяет, какие приложения используются и должны использоваться для управления данными и поддержки бизнес-функций
3. Архитектура интеграции и общих сервисов	Определяет механизмы и совместно используемые компоненты для интеграции различных приложений и данных
4. Архитектура информации (данных)	Определяет, какие данные необходимы для поддержания бизнес-процессов, а также для обеспечения стабильности и возможности длительного использования этих данных в прикладных системах
5. Архитектура инфраструктуры (технологическая, системная архитектура)	Определяет, какие обеспечивающие технологии необходимы для создания среды работы приложений, которые, в свою очередь, управляют данными и обеспечивают бизнес-функции

При рассмотрении основных компонентов ИТ - архитектуры в большинстве случаев выделяется два аспекта:

- 1) планирование и управление ИТ - системой;
- 2) стандарты и общие службы (компоненты).

Более подробно элементы описаны ниже в таблице 2.

Данные элементы применяются с целью определения и среднесрочных, и перспективных стандартов. Каждый компонент оценивается с точки зрения отраслевой ситуации, степени использования в компании, эффективности или разумного исключения из системы, временного сохранения, целесообразности роста, переоценки его роли с целью дальнейшего развития организации[1].

Таким образом, грамотно спроектированная и разработанная ИТ - архитектура способствует:

- 1) обеспечению наиболее эффективной деятельности ИТ - подразделений, т.е. снижает расходы на разработку, внедрение и поддержку ПО;
- 2) облегчение задач менеджмента и интеграции систем при слияниях / поглощениях, а также при взаимодействии с партнерами;

Таблица 2 – Основные компоненты архитектуры предприятий

Аспект планирования и управления	
Направление развития ИТ	Среднесрочные и перспективные роли ИТ в компании с учетом требований бизнеса и выделенных приоритетов
Принципы реализации	"Правила" рассмотрения, внедрения и последующего управления технологиями
Динамичность	Планирование внедрения технологий должно проводиться с учетом их постоянного совершенствования и появления новых технологий, а также с учетом возможного изменения требований бизнеса
Аспект стандартизации	
Общие ИТ-службы	Кросс-функциональные и служебные приложения, такие как электронная почта
Вычислительная инфраструктура	Корпоративные стандарты на технологии и средства инфраструктуры должны базироваться на применении общепризнанных ИТ-стандартов

- 3) упрощение процесса обновления и замены компонентов информационных систем[2];
- 4) сокращение затрат и сроки для закупок программных и аппаратных элементов информационной системе.

Список использованной литературы:

1. Салимова А.И., Шавалеева Д.Н. Разработка математической модели определение ит - стратегии для построения архитектуры предприятия / Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике российских преобразований. 2016.

2. Коваленко О.В. The methodological approach to the realization of innovative business strategies / Международный научно - производственный журнал №2(256), 2016.

3. Ильина О.П. Бизнес - анализ при разработке моделей бизнес - архитектуры предприятия / Современная экономика: проблемы и решения №9, том 81, 2016.

© Р.К. Тонян, А.К. Тонян, 2017

УДК 639.2 / 6

С. В. Тюленева

Студент магистратуры 1 курса
Факультет экономики, сервиса и предпринимательства
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (ф) ДГТУ
г. Шахты, Российская Федерация

Е. А. Лебедева

Студент 4 курса
Факультет экономики, сервиса и предпринимательства
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (ф) ДГТУ
г. Шахты, Российская Федерация

Руководитель:

А. И. Новиков

К. э. н., доцент кафедры «ЭиМ»
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (ф) ДГТУ
г. Шахты, Российская Федерация

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫБНОГО ХОЗЯЙСТВА В ОКТЯБРЬСКОМ РАЙОНЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

«Особенность Октябрьского района – правильная позиция главы по созданию условий для того, чтобы в район приходили инвесторы. Здесь уже реализованы очень заметные проекты и есть хорошие перспективы». Эти слова губернатора Ростовской области Голубева В. Ю. достаточно красноречиво характеризуют отношение к региональному руководителю и уровню социально - экономического развития региона. Действительно, не вызывает сомнения тот факт, что Октябрьский район в настоящее время является одним из наиболее динамично развивающихся регионов Ростовской области Юга России. Его инвестиционная привлекательность обусловлена не только логистическими

преимуществами (расположен в центре Ростовской области), но и богатыми природными ресурсами, историко - культурным наследием, высокотехнологичными производствами, возможностями подготовки высококвалифицированных специалистов в лучших учебных заведениях региона. Можно утверждать, что одной из наиболее эффективных отраслей в районе является птицеводство, уровень развития которого, в первую очередь, следует оценивать по деятельности таких флагманов, как комплекс по выращиванию индеек ООО «Евродон», «Ильичевская племптицефабрика» и «Птицефабрика Маркинская».

С другой стороны, очевидно, что район располагает потенциалом для развития и других отраслей. Таковой хотраслью, безусловно, может стать деятельность, связанная с разведением рыбы, рыболовством и рыболовным туризмом. Обратиться к проблемам развития рыбной отрасли авторов статьи побудил анализ ассортимента рыбных прилавков магазинов Октябрьского района и близлежащих городов Шахты и Новочеркасск. Продукция здесь представлена цимлянским лещем, семикаракорским карпом и даже армянскими раками. Такая же ситуация и на рынке вяленой, копченой, соленой и консервированной рыбы.

В данной статье делается попытка оценить возможности развития рыбоводства и рыболовства в Октябрьском районе в современных экономических условиях. Рыба играет важнейшую роль в решении проблем обеспечения населения высококачественными продуктами питания, особенно белками животного происхождения. Из общего вылова рыбы более двух третей приходится на продукцию морского и океанического происхождения.

Обращение к проблеме развития прудового рыболовства и рыбоводства связано еще и с пищевой ценностью и качеством рыбы. Очевидно, что рыба является высокобелковым сырьем, из которого можно изготовить бесчисленное количество самых разнообразных блюд. Содержание белка в мясе рыбы находится в пределах от 16,7 % до 21,6 % , а аналогический показатель для наиболее распространенных видов мяса и птицы колеблется от 14,4 % до 20,8 % , при потреблении даже небольшого количества мяса рыбы полностью удовлетворяется потребность человеческого организма в таких аминокислотах, как фенилаланин и треонин.

Здесь особо хотелось бы остановиться на достоинстве производства рыбы, и, прежде всего, карпа, поскольку о вкусовых качества и пользе таких обитателей морских глубин, как сибас и дорадо всем хорошо известно из средств массовой информации. Классическим представителем прудовой рыбы является карп, мясо которого усваивается организмом человека на 92 - 93 % . Не являясь специалистами в области диетологии, а просто любителями ловли карпа и целого ряда блюд из него, авторы статьи позволяют себе согласиться со Скияровым Г. А. [1, с. 242], который приводит следующие характеристики:

Таблица 1 – Сравнительный химический состав мяса рыб

Виды рыб	100 г мяса содержит в среднем, %			
	воды	белка	жира	золи
1	2	3	4	5
Карп жирный	74,0	16,8	8	1,2
Карп худой	79,6	18,5	0,9	1
Форель	74,6	21,5	2,6	1,3

Виды рыб	100 г мяса содержит в среднем, %			
	воды	белка	жира	золи
Белый амур	76,4	18,5	4	1,1
Белый толстолобик	75,9	16,9	5,9	1,3
Пестрый толстолобик	73,8	17,7	7,1	1,4

С учетом того обстоятельства, что крупнейшими водными артериями Октябрьского района являются реки Дон и Аксай, для региона актуальной является, прежде всего, проблема развития прудового хозяйства.

Можно утверждать, что район располагает значительными природным и хозяйственным потенциалом для развития рыбоводства. Подтверждением этому может быть деятельность такого предприятия как ООО «Новочеркасский рыбокомбинат», который является крупнейшим в России и Европе полносистемным комплексом по производству живой рыбы с площадью водного зеркала 4 250 гектар. Основным видом деятельности ООО «НРК» является производство живой товарной рыбы, рыбопосадочного материала и реализации рыбы юридическим лицам и населению, в т. ч. живорыбным автотранспортом предприятия. Район расположения комплекса богат природными водными ресурсами, это более 10 мелких рек (ериков), притоков Дона и Аксая и более 20 естественных озер. Данное географическое местоположение комплекса позволяет сохранять высокий экологический баланс водных и земельных ресурсов. Территория комплекса богата разнообразной флорой и фауной. Комплекс имеет постоянно восполняемые залежи высокоплодородных донных илов, используемых для производства питательных почвогрунтов и рекультивантов. Донные илы комбината имеют сбалансированные агрохимические показатели качества и биологической безопасности. Плодородная почва на основе донных илов комбината, идеально подходит для аграрных хозяйств засушливых регионов. Большими возможностями обладают и другие предприятия занимающиеся производством рыбы.

Таким образом, можно наблюдать противоречивую картину: предприятия способные обеспечить прудовой рыбой целый регион не доминируют даже на местных рынках. Очевидно, что можно обвинить в таком положении дел и самих товаропроизводителей. Но представляется верным, не перекалдывая ни на кого вину, наметить конкретные пути выхода из сложившейся ситуации.

В качестве одного из таких путей следует рассматривать принятие и реализацию Программы развития рыбного хозяйства Октябрьского района. В настоящее время на территории нашей страны реализуется концепция развития рыбного хозяйства РФ на период до 2020 года [2]. Однако использовать ее для разработки аналогичного документа для Октябрьского района не представляется возможным поскольку основные положения этой концепции посвящены развитию морского и океанического рыболовства. Рассматривая возможность разработки Программы развития рыбного хозяйства Октябрьского района, следует выделить основные факторы, которые мешают развитию рыболовства в регионе. К числу таких факторов следует отнести:

- невысокая результативность муниципального администрирования в области рыбного хозяйства;
- отсутствие конкурентной институциональной среды, стимулирующей привлечение капитала в экономику рыбного хозяйства;

— отсутствие необходимых условий для структурной диверсификации и инновационного развития рыбохозяйственного комплекса;

— низкий уровень конкуренции, не создающий для организаций стимулов к повышению производительности труда и конкурентоспособности;

— рост масштабов незаконного промысла водных биологических ресурсов.

Исходя из приоритетов социально - экономического развития Октябрьского района на ближайшую перспективу и названных проблем, стратегической целью должно стать достижение уровня развития рыбного хозяйства, который бы позволил занять району передовые позиции.

Достижение поставленной цели предусматривает обеспечение перехода развития рыбохозяйственного комплекса к инновационному типу развития на основе сохранения, воспроизводства, рационального использования водных биологических ресурсов и обеспечение конкурентоспособности, вырабатываемые региональным рыбохозяйственным комплексом товаров и услуг.

Достижение стратегической цели развития рыбного хозяйства Октябрьского района требует формирования комплексного подхода к управлению развитием отрасли, реализации скоординированных по ресурсам, срокам, этапам преобразований и предусматривает решение следующих задач [3, с. 259]: совершенствование нормативно - правовой базы в области рыбного хозяйства, соответствующей его эффективному развитию; обеспечение эффективного муниципального администрирования в области рыбного хозяйства; создание высококонкурентной институциональной среды, стимулирующей предпринимательскую активность и привлечение капитала в экономику рыбного хозяйства; обеспечение рационального использования водных биологических ресурсов с учетом промысловой нагрузки на эти ресурсы; развитие искусственного воспроизводства водных биологических ресурсов, а также формирование генофондных коллекций и маточных стад ценных видов водных биологических ресурсов; совершенствование системы охраны водных биологических ресурсов и среды их обитания, а также обеспечение действенного контроля и надзора за водными биологическими ресурсами и средой их обитания; расширение проведения научных исследований и разработок в области рыбного хозяйства, а также развитие научно - технического потенциала и системы образовательных учреждений рыбохозяйственного комплекса; создание новых технологий добычи водных биологических ресурсов, глубокой и комплексной переработки сырья, а также совершенствование методов хранения и транспортировки рыбной продукции; развитие рыбоперерабатывающих мощностей и укрепление позиций предприятий района на рынке рыбной продукции на основе повышения степени ее переработки; развитие сектора интеллектуальных услуг в рыбном хозяйстве, в том числе управленческого и финансового консультирования, аудита, инжиниринговых услуг, услуг в области маркетинга, брэндинга и развития общественных связей.

Список использованной литературы:

1. Скляр, Г. А. Рыбоводство / Г. А. Скляр. – Ростов н / Д: Феникс, 2013. – 345 с. : ил. – (Справочники).

2. Министерство сельского хозяйства РФ: [Электронный ресурс]: Концепция развития рыбного хозяйства РФ на период до 2020 года URL: <http://www.mcx.ru/documents/document/show/6409.191.htm>. (Дата обращения 15.01.2017).

3. Черкесова Э. Ю. Проблемы внедрения результатов инновационных разработок // Методические аспекты разработки целевых комплексных программ развития муниципальных образований / Э. Ю. Черкесова, К. С. Ковалева, И. Ю. Лисицина – Уфа: Омега Сайнс, 2016. С. 259.

© С. В. Тюленева, Е. А. Лебедева, А. И. Новиков, 2017

УДК 339

А.В. Фильчак

Студентка

СПБГЭУ

г.Санкт - Петербург, Российская Федерация

ВЛИЯНИЕ КУРСОВЫХ РАЗНИЦ НА ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В современных условиях глобализации для сохранения устойчивого развития [7] и обеспечения конкурентной способности системам любого уровня в экономике необходим международный обмен [11]. Страны и регионы обмениваются новейшими материалами, технологиями, происходит обмен опытом [9], сотрудничество по разным направлениям деятельности (энергетика, экология и природоохранная деятельность) [8,6,10]. Анализ проверочных работ аудиторов показал [1,4], что при проведении экспортно - импортных операций с иностранными компаниями или их представительствами могут возникнуть финансовые риски и проблемы при составлении отчетности [5]. Они возникают в случаях: регистрации компании на фондовых рынках, находящихся за границей; продажи ценных бумаг на международном рынке; заключения договоров с иностранными компаниями; получения кредитов и займов в иностранной валюте и др.

Понятие «курсовые разницы» нормативно закреплено в бухгалтерских документах и в этом случае не приходится говорить о компетентности аудитора или бухгалтера [2]. Методы учёта колебаний валютных курсов при формировании финансового результата деятельности компании также должны быть учтены.

Другими словами, сделки, объём которых, выражен в иностранной валюте, приводят к появлению в учете курсовых разниц, которые влияют на финансовый результат организации. Как правило, курс валюты на момент оплаты товара может быть меньше или больше, чем на дату его поставки, а учет ведется в рублях. Курсы валют официально публикуются в информационных системах [3] на сайтах.

Стоимость товара в договоре может быть представлена в любой иностранной валюте или условных денежных единицах. Но так как в России расчеты происходят в рублях, финансовая отчетность формируется в валюте той страны, в которой зарегистрирована

компания, представляющая отчёт. Поэтому стоимость, выраженная в иностранной валюте или условных единицах, должна пересчитываться в рубли.

Многие компании в целях исключения финансовых рисков, при заключении договорных обязательств с иностранными партнерами предусматривают условие, что товар оплачивается в рублях по курсу иностранной валюты, действующему на день перечисления денежных средств покупателем, либо курс валюты может быть зафиксирован сторонами на момент заключения договора.

Если курс иностранной валюты в день оплаты товара будет больше, чем в день его отгрузки, то возникнет положительная курсовая разница.

На эту сумму нужно доначислить выручку:

Дебет 62 Кредит 90.1 – на сумму положительной курсовой разницы доначислена выручка.

Положительные курсовые разницы по субсчету 90.1 увеличивают оборот, облагаемый НДС.

Если курс иностранной валюты в день оплаты товара будет меньше, чем в день его отгрузки, то возникает отрицательная курсовая разница и на эту сумму необходимо уменьшить выручку.

Возникшие отрицательные курсовые разницы по субсчету 90.1 уменьшают оборот, облагаемый НДС.

Курсовые разницы формируют прочий доход или прочий расход. В бухгалтерском учёте эти показатели определяют и влияют на финансовый результат деятельности организации.

Если курс иностранной валюты растёт, то положительная курсовая разница появляется на активных счетах бухгалтерского учета (например, остатки средств на валютных счетах, других денежных средств, краткосрочных ценных бумаг, дебиторской задолженности в иностранной валюте), отрицательная курсовая разница возникает на пассивных счетах (кредиторская задолженность).

Чтобы уберечь организацию от курсовых потерь, следует заключать сделки на определенный срок, включая в соглашение пункт о валютной оговорке. Это условие поможет застраховать бизнес в случае обесценивания или резкого падения курса валюты.

Приведём несколько примеров, отражающих объемы финансовых потерь при колебании курса валют.

По итогам 2014 года ОАО "Российские железные дороги" понесло крупный убыток, возникший в связи с влиянием курсовых разниц. Курсовые разницы отразились на параметрах изначально сверстанного бюджета. По итогам 9 месяцев текущего года РЖД получили чистый убыток 23,994 млрд руб. против чистой прибыли в 4,258 млрд руб. годом ранее. По итогам же I полугодия компания показала чистую прибыль в размере 2,267 млрд руб., тогда как в I квартале отразила в отчетности чистый убыток в 10,239 млрд руб. против 10,897 млрд руб. прибыли за I квартал 2013 г.

Группа «Аэрофлот» понесла в 2014 году убыток в размере 17,15 млрд руб. В компании объяснили причины убытка переоценкой обязательств по финансовому лизингу, на 98 % номинированному в долларах и лишь на 2 % — в рублях (по финлизингу компания получила 61 самолет из имеющихся 253 самолетов). Согласно требованиям МСФО, перевозчику пришлось переоценить эти обязательства, в результате за девять месяцев 2014

года было начислено около 14,1 млрд руб. финансовых расходов по курсовым разницам. Убыток от курсовых разниц по итогам года составил 9,72 млрд руб.

За рубежом учет курсовых разниц начался с конца XIX века, а в России этой проблеме стали уделять внимание примерно с 20х годов XX века, но до сих пор недостаточно проработанными темами можно считать:

- причины возникновения курсовых разниц в балансе;
- влияние курсовых разниц на статьи баланса;
- трансформация бухгалтерской отчетности организаций в другую валюту;
- сравнительный анализ стандартов международной и российской финансовой отчетности. Все это влияет на финансовый результат фирм.

Список использованной литературы:

1. Конопляник 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;

2. Конопляник 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.147 - 148;

3. Конопляник Т.М., Роль информационного обеспечения в аудиторской деятельности с позиции теории информационной экономики. - СПб.: М - во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Санкт - Петербургский гос. инженерно - экономический ун - т", 2014. - С. 123 - 124.

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

5. Конопляник Т.М., Николаенко А.В. Прозрачность отчетности как необходимое условие развития научной мысли и управления // Проблемы современной экономики. 2016. № 3(59). С. 108 - 111;

6. Конопляник Т.М., Николаенко А.В. Характеристика учета затрат в качестве инструмента управления природоохранной деятельностью // Экономика и предпринимательство. 2016. № 10 - 2(75 - 2). С. 372 - 375;

7. Конопляник 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 энергетического сотрудничества в странах центрально – азиатского региона. // Вестник Санкт - Петербургского государственного экономического университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 4 (71). С. 36 - 41.

9. Николаенко А.В. Россия в современной системе международных отношений Азиатско - Тихоокеанского региона // Санкт - Петербург, 2013.

10. Николаенко А.В. Экология и проблемы ее экономики в современном мире // В сборнике: Россия в условиях экономических и политических ограничений: от вызова к возможностям. Сборник научных трудов по итогам научно - практической конференции молодых ученых Санкт - Петербургского ГЭУ. Под редакцией: Карлик А.Е. 2014. С. 363 - 365;

11. Скотников Д.А., Ярмоленко В.А., Безденежных Т.И., Буренникова Н.В., Конопляник Т.М., Богданова О.Ю., Богославцева Л.В., Вик С.В., Карепина О.И., Кизиль Е.В., Смольникова Ю.Ю., Петренко Р.П.В., Николаенко А.В., Прокопец Н.Н. Перспективные тренды развития науки: экономика. // Одесса, 2016.

© А.В. Фильчак, 2017

УДК 334.021

Е. А. Харина

Студентка 4 курса Международного финансового факультета
Финансовый Университет при Правительстве РФ
Г.Москва, Российская Федерация

РАЗВИТИЕ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ, КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТИ

Понятие лояльности возникло вместе с появлением рыночных отношений. Лояльность – прежде всего, позитивное отношение потребителя к товарам или услугам определенной фирмы. Причем, позитив этот настолько устойчив, что при возникновении потребности, покупатель обращается только в эту компанию, игнорируя другие аналогичные предложения.

Лояльность – это высокое доверие потребителя к определенной марке. Лояльный покупатель более склонен руководствоваться эмоциями, чем разумом, и в своем выборе следует не столько рациональным доводам, сколько иррациональным.

Таким образом, для достижения своих экономических целей производители стараются развить программы лояльности. Программа лояльности – это комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на удержание существующих клиентов и создание более стабильных торговых взаимоотношений между компанией и ее клиентами. [1, с.13]

Целью применения программ лояльности могут служить повторяющиеся или дополнительные продажи уже сформировавшемуся потоку клиентов. Данные программы считаются частью маркетинговой стратегии организации в сфере продвижения товаров и привлечения клиентов, и такие действия используются для максимизации прибыли за счет увеличения объемов продаж.

Впервые подобные программы привлечения и поощрения клиентов были представлены в Германии, где конкуренция среди цен была ликвидирована правительством в некоторых сферах торговли. Стоит отметить, что программы лояльности применяются уже много лет и имеют колоссальный успех в настоящее время.

Доверие клиентов может достигаться различными путями, а именно: качественным обслуживанием, обдуманная маркетинговая политика и конкурентоспособными ценами.

Существует 4 основных вида программ повышения лояльности клиентов: дисконтные, дисконтные накопительные, простые бонусные и бонусные, реализуемые по каталожной системе.

Простая дисконтная программа считается наименее эффективным методом, потому что она позволяет всего лишь предоставить небольшую скидку от покупки клиенту, но этим она не стимулирует сделать продукцию данной компании повторно. Следующая программа - дисконтная накопительная программа - более эффективна предыдущей, так как она нацеливает покупателя совершать дополнительные покупки и за счет этого получать более привлекательные скидки.

Бонусная и бонусная каталожная системы довольно позитивно оцениваются среди фирм, они ориентированы на тех покупателей, которые оценивают подарки и разнообразные поощрения за покупку (например, акция «1+1»).

Построение длительных взаимоотношений между покупателем и производителем обычно производится за счет жизненного цикла потребителя по отношению к компании. Вследствие этого выделяются фазы и, так называемая, «Пирамида лояльности».

В первую очередь компания знакомит клиента со своей деятельностью и старается сформировать позитивный образ своей продукции. Благодаря популярности собственного бренда, фирма дифференцируется от конкурентов и ориентируется на целевую аудиторию.

С помощью отдела по маркетинговым коммуникациям компания развивает обширные потоки информации, которые обеспечивают население знаниями о своей продукции и преподносят преимущества своего товара. Лояльность клиентов базируется на собственных убеждениях о том, как продукция производителя способна удовлетворить потребности, и насколько компания следует экономическим соотношениям «цена - качество». [2, с. 34]

Американские ученые проводили исследования и выяснили. Что повышение лояльность покупателя на 5 % способно привлечь прибыль компании на 60 % и для того, чтобы выделить для себя наиболее прибыльных клиентов, компания использует бонусные программы. На Западе в 80 - х годах прошлого столетия была впервые разработана программа бонусного поощрения клиентов. Такая система появилась в авиаперевозках, где конкуренция довольно жесткая, но получать преимущества от цен не представляется возможным.

В качестве примера можно привести программу AAdvantage (American Airlines). Эта программа впервые предложила покупателям всеми известную в настоящей практике программу поощрительных «милей», которые в итоге покупатели могли обменивать на товары компаний, сотрудничающих с American Airlines. Впоследствии почти все авиакомпании мира стали использовать такую систему бонусов. Мили стали настолько популярными, что у них появились даже собственные обменные конторы. Которые меняли мили авиаперевозчиков на бонусы в отелях, прокатах машин, автозаправках. Далее к процессу добавились платежные системы, такие как Visa Europe и AmericanExpress.

В современном мире большинство населения пользуется различными программами лояльности и выигрывают с таких систем как производители, так и покупатели. В России такие программы стали широко используемыми в 2005 году, на этапе укрепления рыночной торговли. Стали действовать такие программы, как «Малина».

Список использованной литературы:

1. Просветов Г.И. Поведение потребителей: задачи и решения. – М.: Альфа - Пресс, 2014.
2. Экономика предприятия. // под. Ред. Карлика А. Е. и Шухгальтера М. Л.. – СПб.: Питер, 2014.

© Е. А. Харина, 2017

ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Аннотация: статья посвящена проблеме анализа конкурентоспособности товаров и услуг. Раскрыто понятие конкурентоспособности, представлены различные подходы к классификации и оценке факторов конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, факторы конкурентоспособности.

Конкурентоспособность формируется на различных уровнях: товара или услуги, предприятия, отрасли, региона или страны. Следует отметить, что понятия эти не тождественны, но взаимосвязаны между собой. Конкурентоспособность предприятия и даже конкурентоспособность страны в целом зависит от конкурентоспособности реализуемых товаров и услуг.

Таким образом, конкурентоспособность товара (услуги) и конкурентоспособность предприятия соотносятся как часть и целое.

Для реальной оценки конкурентоспособности и определения соответствующей стратегии развития, необходим тщательный анализ с применением эффективной системы показателей.

Рассмотрим различные подходы к классификации факторов, определяющих конкурентоспособность.

Одна из классификаций факторов конкурентоспособности предложена М.Портером [7].

Ключевыми конкурентными факторами М. Портер определяет производственные факторы, которые он делит на несколько больших групп:

- Человеческие ресурсы – количество, квалификация и стоимость рабочей силы.
- Физические ресурсы – количество, качество, доступность и стоимость участков, гидроресурсов и энергоресурсов, полезных ископаемых, лесных ресурсов, а также климатические условия и географическое положение страны, где базируется предприятие.
- Информационные ресурсы – совокупность научной, технической и рыночной информации, оказывающей на конкурентоспособность товаров и услуг.
- Финансовые ресурсы – количество и стоимость капитала, который может быть использован на финансирование предприятия. Естественно, капитал неоднороден, и именно структура капитала во многом определяет конкурентоспособность предприятия.
- Инфраструктура – тип, качество и доступность имеющейся инфраструктуры, влияющие на характер конкуренции. Влияние будут оказывать транспортная система

страны, система связи, почтовые услуги, банковская платежная система, система здравоохранения и др.

Производственные факторы, положенные в основу данной классификации, определяют качество выпускаемых товаров (оказываемых услуг), что в свою очередь определяет конкурентные преимущества анализируемого объекта.

Следующая классификация факторов делит их на факторы функционального и институционального типа.

1. Факторы функционального типа:

- уровень диверсификации производства;
- инновационный потенциал и активность предприятия;
- уровень используемых производственных технологий;
- уровень квалификации и профессионализм кадров;
- уровень производственных издержек продукции по сравнению с предприятиями конкурентами;

конкурентами;

- географическое месторасположение предприятия;

- уровень сервиса для потребителя;

- созданный на рынке имидж, бренд предприятия.

2. Факторы институционального типа:

– структура собственности (дочерние, зависимые предприятия, участие в управлении другими предприятиями);

- структура капитала (соотношение собственного и заемного капитала);

- организационно - правовая форма и структура предприятия;

- тип рынка и положение предприятия на этом рынке;

- нормативно - правовая база государства и административные барьеры;

- международное право и входные барьеры на рынок;

- состояние экономики страны, тенденции и перспективы развития;

- организационная (корпоративная) культура;

- уровень используемых информационных, коммуникативных технологий и т.д.

Также всю совокупность факторов конкурентоспособности по отношению к самому предприятию можно подразделить на внутренние и внешние факторы [7]:

1. Факторы внутренней среды – это те критерии, которые объективно определяют возможности предприятия по обеспечению собственной конкурентоспособности.

Выделяют структурные факторы. К ним относятся эффективная организационная структура, наличие подразделений НИОКР, оптимальная производственная структура, учет и регулирование производственных процессов, квалифицированный персонал, информационная и нормативно - методическая база управления и др.

Ресурсные факторы включают: возможность доступа к качественному дешевому сырью, поставщики, оптимизация эффективности использования ресурсов и др.

Технические факторы включают наличие качественного оборудования, патентованный товар и патентованную технологию, качество изготовления продукции.

Управленческие факторы: высококвалифицированный менеджмент организации, устойчивое функционирование системы менеджмента конкурентоспособности

организации, организация поставки сырья, материалов, комплектующих по принципу «точно в срок», проведение внутренней и внешней сертификации продукции и систем.

Рыночные факторы: ведущее положение организации, эксклюзивность товара организации, эксклюзивность канала распределения, эффективность системы продвижения товаров, эффективная система стимулирования сбыта и послепродажного обслуживания и т.д.

Эффективность функционирования организации: высокие показатели рентабельности производства и коэффициентов оборачиваемости, финансовая устойчивость организации [6].

2. Внешние факторы имеют субъективный характер. Достаточно сложно оказать на внешние факторы воздействие, но необходимо учитывать связанные с ними тенденции и прогнозируемые события, принимая управленческие решения. Анализу подлежат:

- экономическая и политическая среды (налоговая политика, финансово - кредитная политика, инвестиционная политика, международная политика, уровень монополизации экономики, правовая защита интересов потребителей и др.);

- основные характеристики рынка (емкость рынка, тип рынка, уровень конкуренции, барьеры для входа на рынок, характеристика покупательского спроса, характеристика конкурентов);

- научно - технический прогресс и уровень используемых информационных, коммуникативных технологий;

- деятельность общественных и негосударственных институтов;

- внешнеэкономическая политика государства;

Таким образом, можно сделать вывод, что все многообразие факторов конкурентоспособности показывает, насколько сложна проблема повышения конкурентоспособности и удержания позиций предприятия на рынке. Что возможно лишь при тщательном анализе и дальнейшем непрерывном управлении данными факторами.

Список использованной литературы:

1. Гусарева Н.Б., Царитова К.Г. Ценности как атрибут сильной корпоративной культуры // Управление экономическими системами, № 5, 2015 г. <http://uecs.ru/gu/economika-truda/item/3511-2015-05-19-09-24-21>

2. Елисеева Т. П., Молев М. Д., Трегулова Н. Г. Экономика и анализ деятельности предприятий. Ростов - на - Дону: Феникс, 2011. 480 с.

3. Ковалев А. И., Привалов В. П. Анализ финансового состояния предприятия // Москва: Центр экономики и маркетинга, 2013. 346 с.

4. Коротков, Э. М. Менеджмент: Учебник для бакалавров.– Москва: Юрайт, 2012. 640 с.

5. Тарануха Ю.В. Микроэкономика: учебно - методическое пособие. Москва: «Дело и Сервис», 2002

6. Философова Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент», «Экономика». – 2 - е изд., перераб. и доп. – М.: ЭНИТИ - ДАНА, 2008. – 35 - 39 с.

7. Самухин И.Б. Повышение конкурентоспособности предприятий на основе маркетинговых технологий: диссерт.канд.эконом.наук. Москва, 2006

© Царитова К.Г., Цекоев К.А.

Ширинкина Л.Э.
Старший преподаватель
ФГБОУ ВО Нижегородская ГСХА
Курочкина Н.В.,
К.с. - х.н., доцент,
ФГБОУ ВО «Нижегородская ГСХА»
г. Нижний Новгород, Российская Федерация

СОЦИАЛЬНО - ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ НЕКОТОРЫХ ФОРМ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Рынок труда в современных условиях, являясь одним из экономических ресурсов, обладает существенными отличиями. В системе социальных отношений особая роль рынка труда обусловлена социальными, психологическими и политическими аспектами трудовой деятельности. Рынок труда, являясь механизмом согласования интересов лиц, работающих по найму и работодателей, находится в поле внимания и интересов государства.

Структура рынка труда, базируясь на соотношении спроса и предложения на рабочую силу, находится в постоянном движении. Эластичность спроса и предложения зависит от конъюнктуры на региональных рынках труда, экономической динамики, социальных, политических и других факторов.

Независимо от целей использования, трудовые ресурсы рассматривают как планоно – учетную категорию при формировании политики занятости. Занятость населения обеспечивается государственной политикой и законодательством. В нормативных документах учитывается многообразие форм занятости, выбор которых зависит от человека.

Достаточно распространенной формой самозанятости населения является фриланс. Фрилансер (англ. freelancer - «свободный копьеносец», наемник), в переносном значении - вольный художник. Рынок фриланс - услуг достаточно развит в Западной Европе и США и стремительно развивается в России. Понятие «рынок фриланс – услуг» не установлено и не сформулировано, однако востребовано. Фриланс - это удаленная работа или один из способов заработка в Интернете. Именно Интернет становится связующим звеном между работодателем и работником.

По мнению некоторых аналитиков, фриланс представляет одну из высших форм самоорганизации, так как целеполагание, умение планировать, сдавать работу в срок влияют на деловую репутацию и наличие работы. Фрилансер - это человек, выполняющий работу на заказ, при этом место и время работы он выбирает самостоятельно. Фрилансер - человек, работающий на бесконтрактной основе и не связанный с работодателем письменными обязательствами. Фрилансер – это рекламный агент, менеджер, руководитель и исполнитель в одном лице [2].

Работа фрилансера носит чаще всего эпизодический характер и регулируется нормами гражданского права. Поэтому оплата его труда определяется нормами гражданского законодательства и зависит от вида избираемых фрилансером и заказчиками договорных отношений.

Российский рынок предложения фриланс - услуг на 40 % составляют мигранты, 33 % - специалисты на подработке, 27 % - чистые фрилансеры. Заказчиками фриланс – услуг являются представители малого бизнеса – 50 % заказов, частные лица – 40 % , средний и крупный бизнес – 10 % [3].

Спектр услуг, оказываемых фрилансерами, обширный. Согласно каталогу фриланс - услуг, основными видами деятельности являются: разработка сайтов, программирование, аутсорсинг, консалтинг, реклама и маркетинг, менеджмент, оптимизация (SEO), инжиниринг [4].

Основной причиной, объясняющей выбор работы на рынке фриланс - услуг для получения доходов, 80 % фрилансеров указывают желание трудиться на себя [2].

Фриланс, как форма занятости, имеет преимущества и недостатки. Преимущества для фрилансера имеют многоаспектный характер: независимость, свободный график, высокий уровень дохода, возможность работать дома, комфортные условия труда и другие. Потребитель рынка фриланс – услуг экономит на организации рабочего места, предоставлении социальных гарантий; может привлекать специалистов высокой квалификации; платит за работу, а не за рабочее время и другое [2].

К недостаткам такой формы занятости фрилансеры относят: расходы на обеспечение рабочего процесса, нестабильность доходов, отсутствие соцпакета, риски нечестных клиентов и другие. Заказчики отмечают сложность контроля процесса выполнения работы [3].

С фриланс не следует смешивать понятие дистанционной работы. Часто между этими понятиями ставится знак равенства, поскольку фриланс - работа, как и дистанционная, подразумевает работу удаленным способом. Законодательного определения понятия «фриланс» не дается. Да и четкого сущностного определения самого понятия «фриланс» также не имеется. Понятие фриланс является больше ходовым, нежели правовым. В России термин «фрилансер» скорее соответствует юридическому статусу «индивидуальный предприниматель».

Понятие дистанционной работы было введено в Трудовой кодекс Российской Федерации 19 апреля 2013 г. на основании Федерального Закона №50 от 05.04.2013 г. Трудовой кодекс был дополнен гл. 49.1 «Особенности регулирования труда дистанционных работников». Статья 312.1 Трудового кодекса дает определение дистанционной работы: «...выполнение определенной трудовым договором трудовой функции вне места нахождения работодателя, его филиала, представительства..., вне стационарного рабочего места, территории или объекта, прямо или косвенно находящегося под контролем работодателя...». Законодатель подчеркивает, что режим рабочего времени и времени отдыха, если иное не предусмотрено трудовым договором, устанавливается работником по своему усмотрению [1, с. 156].

Отдельным видом трудовой деятельности является надомная работа, которая регулируется гл. 49 Трудового кодекса РФ. «Надомниками считаются лица, заключившие трудовой договор о выполнении работы на дому из материалов и с использованием инструментов и механизмов, выделяемых работодателем либо приобретаемых надомником за свой счет. Надомник может выполнять работу, обусловленную трудовым договором, с участием членов его семьи. Но трудовые отношения между членами семьи и работодателем не возникают» [1, с. 156].

В отличие от дистанционных работников, которые, в основном, занимаются интеллектуальным, творческим трудом, надомники, как правило, занимаются производством продукции на дому (швеи, сборщики несложных механизмов, изготовление изделий народных художественных промыслов, сувенирных изделий, упаковки и др.). Конкретный вид работы для надомника выбирается с учетом его профессиональных навыков и состояния здоровья. Запрещается предоставлять надомникам такие виды деятельности, которые создают неудобства для соседей.

Главное существенное отличие фриланс от дистанционной работы в том, что при дистанционной работе с работником заключается трудовой договор, следовательно, на него распространяются все нормы трудового законодательства. В трудовом договоре с дистанционным работником должны быть обязательно прописаны:

- порядок обеспечения работника необходимыми для выполнения трудовых обязанностей оборудованием, программными средствами, средствами защиты информации, иными необходимыми для работы средствами;
- порядок, сроки выплаты и размер компенсации за использование работником своего оборудования и программных средств;
- порядок и сроки представления отчетов работодателю о выполненной работе;
- порядок предоставления ежегодно оплачиваемого отпуска;
- порядок расторжения трудового договора по инициативе работодателя [1, с. 158].

Законодатель подчеркивает, что режим рабочего времени и времени отдыха, если иное не предусмотрено трудовым договором, устанавливается работником по своему усмотрению.

Работодатель обязан ознакомить работника с техникой безопасности и требованиями охраны труда с соответствующим характеру работы оборудованием.

Взаимодействие между работодателем и работником осуществляется с применением информационно - телекоммуникационных сетей общего пользования, в том числе сети Интернет.

Таким образом, фриланс и дистанционная работа как формы занятости населения имеют существенные отличия. Фрилансер не связан корпоративной ответственностью; фриланс дает возможность работать по специальности в небольших населенных пунктах, где спрос на работников отдельных профессий может быть низким. Однако фриланс, как вид бизнеса, построенный на услугах другим бизнесменам и частным лицам, часто носит нелегальный характер, поскольку, в соответствии с российскими законами, осуществлять предпринимательскую деятельность могут лица, зарегистрированные в установленном законом порядке.

Список использованной литературы:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации (по состоянию на 10 октября 2015 г.) – М.: Проспект, 2015. – 256 с.
2. <http://nsk.erabota.ru/blogs/articles/5356>
3. ru.wikipedia.org/wiki/Фрилансер
4. www.kadrof.ru/articles/cat32

© Ширинкина Л.Э., 2017

© Курочкина Н.В., 2017

АНАЛИЗ ДОХОДОВ ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА И ИХ ПОЛУЧЕНИЕ В ПЕРСПЕКТИВЕ

Федеральный бюджет – это форма аккумуляции и расходования денежных средств, направляемых на исполнение расходных обязательств государства.

Доходы бюджетной системы РФ бюджета представляют собой денежные средства, поступающие в распоряжение органов государственной власти безвозмездно и безвозвратно в соответствии с законодательством РФ. Они формируются за счет налоговых, неналоговых и безвозмездных поступлений [4].

Исполнение федерального бюджета по доходам является важной частью процесса исполнения федерального бюджета, поскольку финансирование расходов осуществляется по мере поступления доходов в бюджет. Следовательно, если доходы не поступают в полном объеме, то и расходы не могут быть профинансированы в соответствии с утвержденными бюджетными назначениями. Динамика и состав доходов федерального бюджета РФ за 2012 - 2016 годы представлены в таблице 1.

По данным таблицы 1, на протяжении 2012 - 2014 годов объемы поступающих доходов в бюджет возрастали, а, по оперативным данным, представленным Счетной палатой РФ, по сравнению с 2014 годом доходы в 2015 году сократились на 841,2 млрд. рублей или на 5,8 % . Существенное влияние на такое снижение доходной части бюджета оказал экономический кризис, начавшийся в 2014 году, а также введенные против России экономические санкции и падение цен на нефть.

Следует отметить, что на протяжении всего анализируемого периода наибольший объем поступлений в федеральный бюджет приходится на налоговые доходы, которые занимают более 50 % , а за последние два года более 60 % всех бюджетных доходов. Следует обратить внимание на рост налоговых доходов в 2015 году. По нашему мнению, это связано с улучшением налогового администрирования, внедрением автоматизированной системы контроля.[2].

Таблица 1 – Исполнение федерального бюджета РФ по доходам за период 2012 - 2016 г.г.

Показатели	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год (прогноз)
Доходы федерального бюджета – всего, млрд. руб.	12 855,5	13 019,9	14 496,9	13 655,7	12 630,5
Налоговые доходы, млрд. руб. из них:	6 853,2	7 063,8	7 921,2	8 590,6	8 118,3

налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами	2 442,8	2 554,8	2 884,6	3 181,1	2 623,6
налоги на товары (работы, услуги), реализуемые на территории РФ	2 228,0	2 329,3	2 702,2	2 976,2	3 017,4
налоги на товары, ввозимые на территорию РФ	1 713,1	1 734,1	1 821,8	1 839,2	1 915,5
В % к доходам федерального бюджета	53,3	54,3	54,6	62,9	64,3
Неналоговые доходы, млрд. руб.	5 937,7	5 905,0	6 464,7	4 805,9	4 356,8
из них:					
доходы от внешнеэкономической деятельности	4 962,7	5 011,0	5 463,4	3 295,3	2 513,8
доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности	543,3	347,9	445,6	689,1	1 246,5
В % к доходам федерального бюджета	46,2	45,4	44,6	35,2	34,5
Безвозмездные поступления, млрд. руб.	64,6	51,1	111,0	259,2	155,4
В % к доходам федерального бюджета	0,5	0,4	0,8	1,9	1,2

Обратная ситуация сложилась с неналоговыми доходами. По сравнению с 2014 годом в 2015 году они сократились с 44,6 % до 35,2 % . Это явилось следствием снижения объемов поступлений по доходам от внешнеэкономической деятельности с 5 463,4 до 3 295,3 млрд. рублей, то есть на 2168,1 млрд. рублей. На это повлияло усложнение экономических отношений России со странами Евросоюза и США. Отметим значительный рост доходов от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности в 2016 году по сравнению с 2015 годом, который составил в 2016 году 557,4 млрд. рублей. Рост обусловлен осуществленной в декабре 2016 года сделкой по продаже 19,5 % акций «Роснефти», в результате которой в бюджет РФ поступило 710,8 млрд. рублей. На протяжении анализируемого периода безвозмездные поступления в объеме федерального бюджета имеют незначительный удельный вес – менее 1 % в 2012 - 2014 годах и 1,9 % в 2015 году. [1].

В структуре доходов федерального бюджета отдельное внимание следует обратить на нефтегазовые доходы. Нефтегазовые доходы занимают значительный удельный вес в структуре доходов федерального бюджета. Так в 2012 и 2013 года их удельный вес составил по 50,2 % , в 2014 году – 51,3 % , в 2015 году – 42,9 % . Относительно 2014 года в

2015 году наблюдается снижение нефтегазовых поступлений на 21,1 % . Это обусловлено нестабильностью на нефтегазовом рынке. Нефтегазовые доходы нашей страны напрямую зависят от нефтяных и газовых цен, а также курса рубля по отношению к доллару США. Уровень средней цены на нефть марки «Юралс», от продажи которой формируются поступления в бюджет, в 2015 году установился в размере 51,23 долларов США за баррель против 97,6 долларов США в 2014 году и 107,88 долларов США в 2013 году.

На ближайшие годы планируется увеличение объемов доходов в федеральном бюджете РФ, а также сокращение дефицита бюджета. Ожидается, что покрытие дефицита будет осуществляться за счет Резервного фонда, который в сумме 1,15 трлн. рублей будет исчерпан уже в 2017 году, а также за счет Фонда национального благосостояния в размере: в 2017 году 668,2 млрд. рублей, в 2018 году – 1,16 трлн., в 2019 году – 139,7 млрд. рублей. Закон допускает возможность внешних заимствований в 2017 году на сумму до 7 млрд. долларов, а в 2018 - 2019 годах – по 3 млрд. долларов в год. Чистые государственные внутренние заимствования РФ ограничиваются суммой в 1,05 трлн. рублей в год. [1].

Таким образом, на фоне сложной экономической ситуации в стране, в 2015 году прекратилась тенденция к росту доходной части бюджета. Сокращение доходов явилось следствием значительного снижения нефтегазовых поступлений и иных доходов от внешнеэкономической деятельности. [3].

Тем не менее, на период 2017 - 2019 годов запланирован рост объемов доходной части федерального бюджета и сокращение его дефицита.

Список используемой литературы

1. Федеральный закон от 19 декабря 2016 года № 415 - ФЗ «О федеральном бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов» // РГ 23.12.2016. Федеральный выпуск № 7160.
2. Мудрова Н.В. Совершенствование и дальнейшее развитие налога на имущество физических лиц в Российской Федерации. // Экономика и предпринимательство, 2015. №10 - 2 (63 - 2) С.869 - 872.
3. Мудрова Н.В. Формирование и регулирование доходов местных бюджетов в условиях реформирования межбюджетных отношений. [Текст]: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. эк. н. (08.00.10) / Мудрова Наталья Вячеславовна; Всероссийский Заочный Финансово - Экономический Институт. - Москва, 2006. - 24 с.
4. Мудрова Н.В. Поиск внутренних резервов для укрепления финансовой самостоятельности местных бюджетов. // Экономика и предпринимательство, № 12 ч.4, 2013. С.563 - 566.

© Д.А. Щербакова 2016.

УДК 338

Т.Н. Якубова

К.э.н., доц. RUDN University, г. Москва, Российская Федерация

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЙ НА ПОРТЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ РОССИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Российский бизнес существует уже более двадцати лет и в XXI веке, благодаря сформировавшейся за столь короткий период времени финансовой мощи, постепенно

превратился в значимый институт социально - экономического развития России. Не вызывает сомнения тот факт, что крупный бизнес оказывает непосредственное влияние на социально - экономическое развитие регионов РФ, прежде всего за счет инвестиций в модернизацию старых и строительство новых производственных мощностей, создания новых рабочих мест. Кроме того, немаловажное значение оказывают и инвестиции крупных компаний в социальную сферу общества. Таким образом, можно утверждать, что и в российской экономике особую роль начинает играть социальное управление бизнесом.

Под социальным управлением понимается один из видов управленческой деятельности, объектом которой могут выступать управленческие процессы, протекающие в социальной сфере общества и в его отдельных подсистемах. Также его можно охарактеризовать как управление социальными процессами, в отличие от управления политического, экономического или управления в биологических и технических системах, однако следует помнить, что социальное управление неразрывно связано и взаимодействует с другими видами управления.

Основываясь на многочисленных зарубежных примерах можно сделать вывод о том, что социально - ориентированное управление бизнесом несет компаниям следующие весомые преимущества: повышение лояльности собственных сотрудников и потребителей к бренду; улучшение отношений с властями; дифференциация выпускаемой продукции / бренда среди конкурентов; увеличение финансовых выгод (можно говорить о том, что существует положительная корреляция между доходом активов и капитала и социальной активностью компании) [6]. Примерами всего вышеперечисленного могут служить деятельность таких известных брендов как «Эйвон», «Макдоналдс», «Проктер энд Гэмбл», и его известный бренд «Pampers», который уже не один год проводит акцию совместно с UNICEF. Покупая упаковку подгузников, потребитель спонсирует вакцинацию матери и новорожденного в развивающихся странах. Таким образом, сегодня «P&G» уже смогла профинансировать свыше 30 миллионов вакцинаций, спасших, по некоторым подсчетам, 100 тысяч жизней [5]. Нет никаких сомнений в том, что подобное предложение повлияет на решение о покупке и поможет людям выразить солидарность к бренду, спасающему жизни. Однако это не единственный социально - ориентированный бренд компании. Так, например, в настоящий момент на территории РФ компания проводит акцию «Исполним мечту ребенка». В ней участвуют такие глобальные бренды компании как «Ленор», «Памперс», «Пантин», «Миф», «Шамту», «Тайд», «Ариэль» и ряд других. В результате проведения этого мероприятия, все денежные средства от продажи будут перечислены компанией «P&G» в Благотворительный фонд спасения тяжелобольных людей «Линия жизни», для помощи детям, нуждающимся в медицинской помощи [2].

Рассматривая уровень развития социального управления в России можно заметить, что существуют факторы, оказывающие значительное влияние на степень эффективности функционирования социального управления как системы. К их числу можно отнести [3]:

1. Ограниченное количество управленцев с уровнем подготовки, соответствующим мировым стандартам;
2. Непонимание сущности управления большинством российских руководителей;
3. Неспособность принимать самостоятельные решения;
4. Неумение управленцев делегировать полномочия;
5. Низкий уровень профессионализма руководства и персонала;
6. Отсутствие достаточного внимания к корпоративной культуре организации;

7. Недостаточное внимание к значимости маркетинговой информации;
8. Отсутствие умения формировать команду и т.д.

Однако несмотря на все сложности развития отечественного бизнеса и российским компаниям удается решать их достаточно успешно наряду с зарубежными конкурентами. Рассмотрим некоторые примеры эффективного социального управления.

Согласно данным Всемирного рекламного исследовательского центра (World Advertising Research Center - WARC) - усиление социальной направленности - основной вектор данного развития на ближайшие годы, так как [1, С.141]:

- рекламодатели отходят от практики «навязывания» брендов, предпочитая вступать в интерактивный диалог с потребителем и, выявляя его социальные нужды, предлагать ему решения возникающих у него проблем путем узконаправленного информирования о релевантных потребительных свойствах своих товаров и услуг;

- основные усилия рекламно - коммуникационных агентств в ближайшие годы будут направлены на создание по заказам их клиентов брендов с ярко выраженной социальной миссией;

- существенно возрастет роль маркетинговых приемов, основанных на продвижении социально значимых рекламных сообщений, что дает им возможность дойти до потребителя в условиях переизбытка информации в различных медийных средах;

- благодаря учету социологических факторов организация маркетинговой деятельности претерпит радикальные изменения с целью обеспечения большей эффективности стратегических проработок, креативных решений и процессов управления брендом;

- существенно возрастет необходимость в фундаментальных и широкомасштабных социологических исследованиях, как научной базы для достижения этой высокой эффективности;

- произойдет существенное перемещение средств из традиционных областей рекламы в инновационные, особенно связанные с деятельностью, осуществляемой непосредственно в общественной среде.

У менеджеров уже не вызывает сомнения тот факт, что если компания отличается высокой социальной ответственностью, это повышает ее привлекательность для потенциальных покупателей и предоставляет коммерческим брендам (в том числе и корпоративным) весомые конкурентные преимущества перед конкурентами.

Рассмотрим некоторые примеры: ОАО «Газпром», ГК «Детский мир», сеть книжных магазинов «Буквоед», «Седьмой континент» и ряд других.

Отдельного внимания заслуживает и деятельность в этой сфере одного из старейших отечественных брендов России – «Детский мир». Группой компаний «Детский мир» был создан специальный благотворительный фонд «ДЕТСКИЙ МИР». Его основные задачи и цели сводятся к оказанию, в том числе адресную поддержку подрастающему поколению, защите социальных и правовых интересов семьи, детей и подростков; разработку и осуществлению благотворительных программ и проектов, направленных на формирование благоприятного правового, социального и информационного поля вокруг семьи, детей и подростков; привлечение внимания общества к проблемам благотворительности.

Кроме того, уже не один год все покупатели сети магазинов «Детского мира» имеют возможность самостоятельно поучаствовать в благотворительной акции «Участвуйте!»

трижды в год — перед Новым годом, Днём защиты детей и Днём знаний. Впервые акция состоялась в 2006 году.

На практике социально - ориентированное управление бизнесом зачастую связывают с благотворительностью, созданием различных фондов помощи, развитием образования, здравоохранения, науки, культуры, спорта, обеспечением экологической безопасности страны. Здесь в качестве примера можно привести деятельность зарубежного производителя на российском потребительском рынке - компании «Kellogg». Производитель присутствует на российском рынке с 2008 года после приобретения группы компаний «Юнайтед Бейкерс» (United Bakers), одного из ведущих производителей печенья, крекеров и сухих завтраков в России, основанного в 2002 году. В 2012 «Юнайтед Бейкерс» была переименована в ООО «Келлог Рус» [6]. «Любятово» — это российский бренд компании «Келлог Рус». На сегодняшний день Компания является одной из ведущих в России по совокупным объемам производства и продаж мучных и зерновых кондитерских изделий, а бренд «Любятово» – номер один по объему продаж в категории готовых завтраков и крекеров. Официальный сайт бренда «Любятово» информирует потребителей, что: «с января 2013 года «Любятово» ежемесячно передает свою продукцию нуждающимся детям и семьям, а также принимает участие в ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций в различных регионах России.»¹

Активно бренд сотрудничает с общественной организацией «Милосердие», которая оказывает необходимую помощь малообеспеченным, многодетным семьям, сиротам и другим категориям социально незащищенных лиц. Регулярно служба помощи "Милосердие" проводит акции помощи нуждающимся в различных регионах России. Более чем на 60 % служба помощи "Милосердие" существует благодаря частным пожертвованиям, в том числе Друзей милосердия - неравнодушных людей, которые поддерживают службу небольшими, но регулярными пожертвованиями.» [7]

Примечателен и интересен опыт социального управления одной из крупнейших российских компаний ПАО «Татнефть» [8]. В составе производственного комплекса компании стабильно развиваются нефтегазодобыча, нефтепереработка, нефтехимия, шинный комплекс, сеть АЗС и блок сервисных структур. Холдинг также участвует в капитале компаний финансового (банковского и страхового) сектора.

Своим основным приоритетом при осуществлении практически всех социальных программ компания считает поддержку детей. ПАО «Татнефть» оказывает помощь воспитанникам детских домов, содействует развитию образовательных учреждений, поощряет талантливых детей и подростков через фонды «Одаренные дети» и «Рухият». Компания развивает детский и юношеский хоккей, а также другие виды спорта, внося таким образом значимый вклад в здоровье подрастающего поколения.

ПАО «Татнефть» стремится к тому, чтобы социальные программы были максимально адресными и отвечали насущным нуждам общества. Целевыми группами социальных программ ПАО «Татнефть» являются дети и молодежь, ветераны, люди, нуждающиеся в лечении и реабилитации, а также другие социально незащищенные группы населения.

¹ Фонд продовольствия "Русь" - это всероссийский благотворительный фонд, который передает еду социально незащищенным категориям населения во всех регионах Российской Федерации. Он работает по двум направлениям: принимает в виде пожертвований продукцию от российских производителей и распределяет среди социально незащищенных категорий населения по всей России через некоммерческие организации, социальные службы и приходы Русской Православной Церкви, а также открывает цеха фасовки "Народных обедов".

Большое внимание ПАО «Татнефть» уделяет развитию инфраструктуры городов и поселков, расположенных на территории деятельности компании. Решение о выделении средств на реализацию социальных проектов принимается по итогам ежегодных совместных совещаний руководства Компании с районными и городскими администрациями исходя из значимости проектов для населения.

Компания тесно сотрудничает с высшими учебными заведениями, уделяя особое внимание подготовке высококвалифицированных специалистов, создавая учебные центры, открывая базовые кафедры в учебных заведениях, организуя для студентов прохождение всех видов практик. С лучшими студентами ПАО «Татнефть» заключает ученические договоры, согласно которым Компания выплачивает им стипендию и «подъемные» при устройстве на работу. Особого внимания заслуживает Электронный корпоративный университет ПАО «Татнефть», предоставляющий возможности для интеллектуального развития школьников.

Подразделения ПАО «Татнефть» являются градообразующими предприятиями в большинстве населенных пунктов регионов деятельности. Следуя принципам корпоративной социальной ответственности, Компания совместно с муниципальными органами власти реализует проекты по благоустройству городов и поселков регионов деятельности, принимает участие в строительстве социально значимых объектов [8].

В качестве заключения, автору хотелось отметить, что внедрение и развитие социального управления на фоне кризисных явлений в экономике России — это не дань моде, а объективная реальность, даже несмотря на то, что пока лидерство здесь принадлежит представителям крупного бизнеса.

Список использованной литературы:

1. Чернышева А.М., Якубова Т.Н. Специфика клиентоориентированного подхода при управлении брендом в розничной сети // Наука и бизнес: пути развития, 2014. - №3 (33), с.141.
2. Чернышова А.М., Якубова Т.Н. Особенности спроса на промышленном рынке и управление им // Перспективы науки, №5 (68), 2015, сс. 104 - 108,
3. <http://management-books.biz>
4. <http://www.advertology.ru>
5. <http://www.pg.com/ru>
6. <http://www.sostav.ru>
7. <https://www.lubyatovo.ru/>
8. www.tatneft.ru

© Якубова Т.Н., 2017

М.В.Рыбалко

преподаватель фармакогнозии, фармацевтической
технологии ГАПОУ «Оренбургский
областной Медицинский колледж»
г. Оренбург, Российская Федерация

А.А. Шмыгарева

к.ф.н, доцент кафедры управления и экономики
фармации, фармацевтической технологии, фармакогнозии,
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный
Медицинский университет» Минздрава России
г. Оренбург, Российская Федерация

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НОМЕНКЛАТУРЫ ГРУППЫ СЛАБИТЕЛЬНЫХ РАСТИТЕЛЬНЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

Все наиболее ценные растения, содержащие слабительные вещества, были известны уже древней медицине. Открытый в Китае и Тибете ремень арабы вскоре распространили в Среднюю Азию, Северную Африку и Испанию [2, 3]. В Индии и на берегах Красного моря издавна культивировалась слабительная сенна (кассия). В Северной Америке с давних времен используют крушину «священную», а в Восточной Европе и Сибири — другой ее вид — крушину русскую, или ломкую. Жостер широко распространён в европейской части России, в Западной Сибири, на Кавказе и в Средней Азии. В дальнейшем арсенал слабительных средств обогатился солями минеральных вод и синтетическими веществами, и сейчас число препаратов этой группы (все они продаются без рецепта) очень велико [5].

Слабительные разделяются на три группы: препараты, раздражающие стенку кишечника, препараты, увеличивающие объем его содержимого, препараты, размягчающие его [3]. К первой группе относятся все лекарства, получаемые из упомянутых растений. В их состав входят сложные соединения при распаде которых под влиянием кишечного сока выделяются раздражающие вещества. Препараты ревеня выпускаются в виде таблеток и настойки. Таблетки удобнее, а жидкие препараты эффективней [3]. В ремене много смолистых веществ, и недостаточная доза может оказать противоположное, запирающее действие. Такой же результат возникает и при длительном приеме ревеня, так как смолы постепенно накапливаются. Большие дозы его могут вызвать кишечные колики [3]. Крушина в аптеках продается в виде сухих и жидких экстрактов, а также таблеток рамнила [1, 4]. Дома можно приготовить отвары из коры крушины ломкой или плодов другого вида — крушины слабительной (жостера) [1, 4]. Крушина оказывает мягкое слабительное действие и смолистых веществ не содержит. Однако она чаще, чем другие растения, вызывает тошноту, особенно при домашнем приготовлении [3]. Препараты кассии остролистой (сенны, александрийского листа) — это сухой экстракт из листьев, а также таблетки сеннада и глаксены. Жостер входит в состав слабительного чая, сложных сборов для лечения хронических, атонических и спастических запоров, трещин прямой кишки [1, 4]. Анализ

номенклатуры группы слабительных растительных лекарственных средств представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Анализ номенклатуры группы слабительных растительных лекарственных средств, представленных на фармацевтическом рынке Оренбургской области.				
Торговое наименование	Международное непатентованное наименование или группировочное (химическое) наименование	Форма выпуска	Наименование держателя или владельца регистрационного удостоверения лекарственного препарата	Страна держателя или владельца регистрационного удостоверения лекарственного препарата
Сеннагуд	Сеннозиды А и В	таблетки	ОАО «АВВА РУС»	Россия
Сенадексин	Сеннозиды А и В	таблетки	ЗАО «Вифитех»	Россия
Сенаде	Сеннозиды А и В	таблетки	Ципла Лтд	Индия
Сенадексин	Сеннозиды А и В	таблетки	ООО «Фармацевтическая компания Здоровье»	Украина
Сеннаплант (БАД)	Сеннозиды А и В	таблетки	ЗАО «Эвалар»	Россия
Сенны экстракт сухой	Сены остролистной листья	Экстракт сухой, таблетки	ЗАО «Вифитех», ЗАО «Фармцентр Вилар»	Россия
Глаксенна	Сеннозиды А и В	таблетки	Глаксо Смит Кляйн Фармасьютикалз Лимитед	Индия
Сеналекс	Сеннозиды А и В	таблетки	Наброс фармаПвт.Лтд	Индия
Регулакс	Сеннозиды А и В	Кубики для разжевывания	Кревель Мойзельбах ГмбХ	Германия
Тисасен	Сеннозиды А и В	Таблетки покрытые оболочкой	Ай - си - эн Венгрия АО	Венгрия
Экс-лакс	Сеннозиды А и В	Пастилки жевательные	Новартис Консьюмер Хелс С.А.	Швейцария
Гербион Лаксана	Сеннозиды А и В	Таблетки покрытые пленочной оболочкой	КРКА	Словения
Фиточа	Анис+сенна+ро-	Фильтр -	ООО «Здоровье»	Россия

й «Слаби н» (БАД)	машка+береза+ тмин	пакеты 2.0 г - 20		
Сбор желудо чный №3 (БАД)	Кора крушины+листья крапивы+ листья мяты перечной+кор - невища с корнями валерианы+кор - невище айра	Сырье растительное измельченное 75 г.	«Красногорсклексред ства»ОАО	Россия
Сенны листья (БАД)	Сенны остролистной листья	Сырье растительное измельченное; Сырье растительное порошок	«Красногорсклексред ства» ОАО	Россия
Сенны листья (БАД)	Сенны остролистной листья	Листья измельчен - ные (пакет) 50 г	ООО «Валерия»	Россия
Сенны листья (БАД)	Сенны остролистной листья	Листья - порошок (фильтр - пакет) 1.5 г - 10 / 20, листья измельчен - ные	ФГУП НПО «Микроген»	Россия
Сенны листья (БАД)	Сенны остролистной листья	Сырье растительное порошок	ООО «Лек С+»	Россия
Слабит ельный сбор №1 (БАД)	Крапивы двудомной листья +Крушины ольховидной кора+Тысяче - листника обыкновенного трава	Сбор измельчен - ный	ООО «Лек С+», ЗАО «Иван - чай», ЗАО АПФ «Фито - Эм», ООО Фирма «Здоровье».	Россия
Корни ревеня тангутс кого (БАД)	Корни ревеня тангутского	Сырье растительное порошок	ООО «Адамантан - Пенза», ООО Фирма «Здоровье», ООО «Асфарма», ООО «ЭНСИ»	Россия

Фиточай «Тибетский» (Бад)	Листья мыты+кора крушины+цветки бессмертника+почки березы +трава зверобоя+цветки ромашки+листья ортосифона	Фильтр - пакеты	«Красногорсклексредства» ОАО	Россия
Жостера слабительного плоды (БАД)	Крушины слабительной плоды	Сырье растительное	ЗАО «Здоровье»	Россия
Викаир	Аира корневище+Висмута субнитрат+Крушины ольховидной кора+Натрия гидрокарбонат	таблетки	Обновление ПФК ЗАО, Ирбитский ХФЗ ОАО, ОАО «Авексима», Валента фармацевтика ОАО, ОАО Дальхимфарм, ОАО «Фармстандарт - Томскхимфарм».	Россия
Фиточай «Сила российских трав №38» (БАД)	Сенна+Кора крушины+Семена льна+солодка+одуванчик+подорожник+ромашка+шиповник+укроп	Фильтр - пакеты по 1,5 г - 20	ООО «Витачай»	Россия
Травы алтая «Крушина» БАД	Крушина ольховидная	Сырье растительное	ООО «Беловодье»	Россия
Алфит - 5 (слабительный) БАД	Крушина ломкая+лен посевной+чага+ромашка аптечная+солодка голая.	Брикеты 2,0г - 60	ООО «Фармацевтический завод «Гален»	Россия
Напиток чайный из серии «Башкирский»	Кора крушины+семена льна+корни щавеля конского+плоды рябины+трава спорыша+листья	Сырье растительное	ООО «Травы Башкирии»	Россия

лес № 12» БАД	сены+трава тысячелистника			
Сенна - Д БАД	Порошок листьев сены+порошок корневищ с корнями девясила	таблетки	ООО «Парафарм»	Россия
Круши ны кора БАД	Кора крушины	Сырье растительное	ООО «Травы Башкирии»	Россия
Чайный напиток «Дахуан» БАД	Корни ревеня тангутского	Сырье растительное	Фармацевтическая фабрика Дажэньтан при Тяньцзинской фармацевтической групповой компании Чжунсинь	Китайская Народная Республика
Тибетский чай «Цинхай»,	Корни ревеня	Сырье растительное	Корпорация «ДоЮань»	Китайская Народная Республика
«Чай с ревенем »	Корни ревеня	Фильтр - пакеты	ТОО «Юань Гуан»	Китайская Народная Республика
«Нейче Лакс» БАД	Кора крушины+ корни ревеня и др. ЛРС	капсулы	«НейчезСаншайн Продактс NSP»	США
Чай травяной «Прайорити», БАД	Корень ревеня	Фильтр - пакеты	Компания «Сантегра, Inc.»	США
«Экстракт жидкий корневища с корнями и Ревеня» БАД	Корень ревеня	экстракт	Компания «ХербФарм, Inc.»	США

Натуральный фиточай «Ревень», БАД	Корень ревеня	Фильтр - пакеты	ТОО «Планта»	Республика Казахстан
-----------------------------------	---------------	-----------------	--------------	----------------------

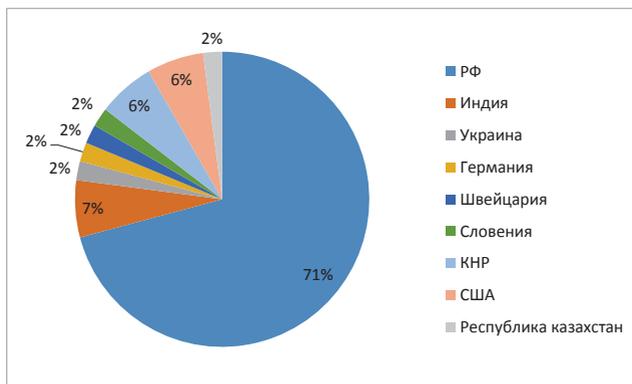


РИСУНОК 1. Сравнительный анализ номенклатуры группы слабительных растительных лекарственных средств, представленных на фармацевтическом рынке Оренбургской области.

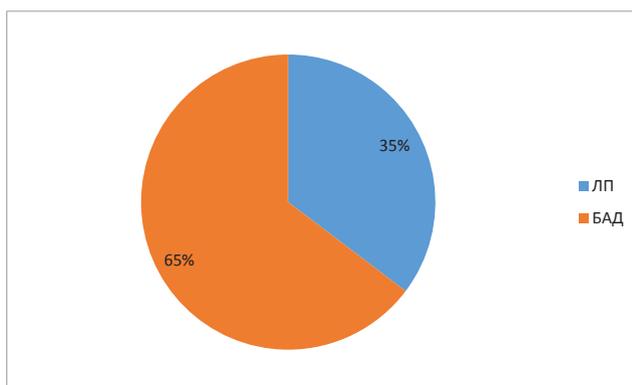


РИСУНОК 2. Сравнительный анализ удельного веса лекарственных препаратов по отношению к БАД группы слабительных растительных лекарственных средств, представленных на фармацевтическом рынке Оренбургской области.

Из представленных данных можно сделать вывод, что номенклатура группы слабительных растительных лекарственных средств на российском рынке, представлена в основном отечественными препаратами и составляет 71 % , а также, импортными производителями и производителями стран ближнего зарубежья, удельный вес которых

составил 29 % . На долю лекарственных препаратов приходится 35 % ассортимента, в свою очередь доля БАД составила 65 % .

Список литературы:

1. Государственный реестр лекарственных средств [Электронный ресурс]: <http://grls.rosminzdrav.ru/GRLS.ASPX>. Дата обращения: 23.01.2017.
2. Куркин В.А. Фармакогнозия: Учебник для студентов фармацевтических вузов. - Изд. 2 - е, перераб. и доп. – Самара: ООО «Офорт», ГОУ ВПО «СамГМУ», 2007. – 1239 с.
3. Куркин В.А. Основы фитотерапии: Учебное пособие для студентов фармацевтических вузов. Самара: ООО «Офорт», ГОУ ВПО «СамГМУРосздрави», 2009. - 963 с.
4. Машковский М.Д. Лекарственные средства. – 15 - е изд. – М.: РИА «Новая волна»: Издатель Умеренков, 2008.
5. Муравьева Д.А., Самылина И.А., Яковлев Г.П. Фармакогнозия: Учебник. М.: Медицина, 2002. - 656 с.

© М.В. Рыбалко, А.А. Шмыгарева, 2016

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

ВЫШИВКА КАК ТРАДИЦИОННЫЙ ЭЛЕМЕНТ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ МОРДОВСКОГО НАРОДА

Одним из традиционных элементов культурного наследия мордовского народа является вышивка, опирающаяся на знания предков и обладающая глубокими сакральными смыслами.

Наши предки на протяжении многих веков формировали отличительные особенности, которые выразились в композиции, технике вышивания, необычном колорите, наборе орнаментальных мотивов. Развивалась и совершенствовалась вышивка, главным образом, в орнаментации одежды.

В качестве материала для изготовления вышитой одежды использовался конопляный или льняной холст без узора. Для вышивания мастерицы использовали шерсть домашнего прядения, которую сами окрашивали с помощью растительных красителей: отвара из корней и трав, почек, листьев, коры деревьев. Они умело пользовались закрепителем, который придавал краскам устойчивость, благодаря чему они не линяли и не выгорали. К концу XIX века получили распространение разноцветный шелк, крашенная льняная пряжа, тонкий покупной гарус, мулине.

Традиционная расцветка мордовской вышивки включала в себя следующие цвета: темно - красный, синий, черный с синим оттенком. Для расцвечивания узора использовались желтый и зеленый. Цветовую гамму дополняли и промежуточные тона: лиловый, сиреневый, оранжевый, розовый.

Вышивка дополнялась всевозможными украшениями по типу лент, кисточек из шерсти, бисера, пуговиц, цепочек, медных бляшек, блесков, разноцветных бус, что не нарушало общую гармонию, а, наоборот, подчеркивало колорит и создавало определенную игру красок. С особым старанием оформлялся край изделия, где к вышивке подшивали плетеные или кожаные шнуры, тесьму, бронзовые пластиночки. Такой способ придавал изделию еще большую декоративность, объем, монументальность.

Так как мордва этнически неоднородна, состоит из эрзи и мокши, то выделяют два основных типа этносов, отличающихся локальной принадлежностью.

Мордва - мокша расселена, в основном, в западных и южных районах Мордовии, а мордва - эрзя в восточных. Каждый из этносов имеет свои отличительные черты в данном виде народного творчества. Например, манера исполнения эрзи предполагает вышивание с левой оборотной стороны, а мокши – непосредственно с лицевой. Но и у одних и у других в целом можно выделить следующие часто встречающиеся элементы: фестоны, выступы, зубцы и их дополняющие, которые связывают все оформление вещи в единую композицию.

К фундаментальным формообразующим составляющим вышивки у обоих этносов относятся все используемые вариации ромба. Самым распространенным является мотив восьмиугольной звезды.

Вышивка мордвы - эрзи более строгая в расцветке, более массивная, геометризованная. Ее исключительную плотность можно сравнить с манерой шитья, характерной для марийцев или чуваш. Чаще всего контурный рисунок дается по сплошь зашитому фону, обычно темно - красного, скорее кирпичного цвета. Чаще всего основной фон заполняется звездами, различными геометрическими фигурами, точками. Изредка можно встретить элементы стилизованного животного орнамента. В вышивку включается чешуйчатая нашивка, и она приобретает большую рельефность, благодаря чему создается впечатление необыкновенного изобилия узоров и исключительной грандиозности орнамента в целом. Рельефная вышивка является еще одной отличительной особенностью эрзи.

Вышивка мордвы - мокши по внешнему виду резко отличается от эрзянской. Она более ажурная, легкая, тонкая. Сочетает в себе три типа вышивки. К основному относят счетную гладь. Орнамент, в основном, носит геометрический характер. Крупные узоры выделяют контуром, а середина сплошь заполняется. Данный прием придает вышивке большую графичность благодаря четкому разграничению фона и самого орнамента. Расцветка представлена всеми четырьмя традиционными цветами: красным, синим, желтым и зеленым. Для придания большей контрастности, одновременно, вплотную к такому узору, вписывается контурная вышивка. Для этого применяется техника «ропись». Завершает композицию сплошной плотный узор.

Что касается функций вышивки, то они были различны. По расположению орнамента на отдельной части одежды можно было определить этническую и родовую принадлежность носителя. Количество и качество вышитых узоров указывали на возраст, на социальный статус человека. Вышивка служила критерием оценки искусного умения и трудолюбия мастерицы, следования и подчинения законам предков.

Наличие большого арсенала выразительных средств, представленных различными швами, отразилось на богатой терминологии их названий. «Мордовская звездочка», «косичка», «кирпичик», «счетная двусторонняя гладь», «козлик», «крест», «набор», «косая стежка» являются основными.

Для оформления и завершения работы мастерицы обращались к вспомогательным швам: соединительным, маскировочным, закрепляющим, украшающим, краевым.

В настоящее время в Мордовии вышивка популярна как в среде самодеятельных мастеров (З.И. Говорова, В.И. Денисова, А.И. Маслова, Т.И. Панкратова - Лушкина, О.Д. Шереметова и др.), так и среди профессионалов (Г.Н. Гвоздева, Л.М. Острась - Демяшкина и др.). Они, используя народные традиции, сохраняют богатство и разнообразие эрзянского и мокшанского костюмов.

На предприятиях местной промышленности («Мордовские узоры», ателье «Стамо», «Силуэт») художники трудятся над заказами и воссоздают традиционные комплексы мордовского костюма, но, в основном, для сцены.

Вышивка как один из традиционных элементов культурного наследия мордовского народа сегодня утратила свои изначальные функции, выраженные не только в эстетических, но нравственных идеалах и миропонимании народа. В современном мире

можно увидеть лишь упрощенные вариации орнамента, характер которого, за многие годы, успел смениться с утилитарного на выставочный и показательный.

Однако надо понимать, что на традиционном уровне вышивка как элемент народной культуры продуктивно развиваться не может. Ее будущность, перспективность определяется развитием профессионального искусства. Но даже не только этим, а степенью профессионализации чисто традиционного слоя собственно народной культуры, неразрывной связью творчества профессионалов с народными истоками на основе творческого освоения и осмысления народной эстетики, художественных национальных традиций, в которые они вносят современное дыхание и понимание [2, с. 148].

Список используемой литературы:

1. Белицер В. Н. Народная одежда мордвы. – М.: Наука, 1973. – 216 с.
2. Крюкова Т.А. Мордовское народное изобразительное искусство. – Саранск, 1968. – 210 с.
3. Прокаева О.Н. Финно - угорские народы России в положении глобализации // Актуальные проблемы исследования финно - угорской культуры: монография / Н.Ф. Мокшин, Е.Н. Ломшина [и др.]. – Саранск: Изд - во Мордов. ун - та, 2014. – С. 148–152.

© Чикарова О.В., 2017

АРХИТЕКТУРА

ГИДРОИЗОЛЯЦИЯ ФУНДАМЕНТА НА БОЛОТИСТОЙ МЕСТНОСТИ

При строительстве дома, способного длительный срок обеспечивать комфортные условия проживания, важным этапом работы является устройство системы парозащиты и влагозащиты строительных конструкций и утеплителя. Нарушение правил гидроизоляции, пароизоляции или применение неподходящих для этой цели материалов приводит к печальному результату даже при качественно выполненных стенах и кровле.

Часто при строительстве гидроизоляции не уделяется должное внимание, из - за чего уже спустя несколько лет после сдачи сооружения в эксплуатацию проявляются первые результаты разрушительного воздействия воды на несущие конструкции дома, в частности на фундамент. Устранение этих последствий чаще всего является трудоемкой и дорогостоящей процедурой, поэтому гораздо разумнее выполнить гидроизоляцию фундамента еще на стадии строительства [1, с. 179; 2, с. 262].

В индивидуальном строительстве наиболее часто применяется ленточный тип основания здания. Однако для болотистой почвы он не подходит. Такой грунт является неустойчивым, так как насыщен влагой, а его структура неоднородна. Подземные пласты воды подходят довольно близко к поверхности, и произвести необходимые расчеты нагрузок крайне затруднительно. Строительство в таких условиях считается рискованным. Но иногда выбора просто нет.

Гидроизоляция фундамента на болотистой местности является делом дорогостоящим. Методика защиты основания зависит от того, какой его тип выбран для возведения дома. Наиболее часто используют мелкозаглубленный, свайный (буронабивной) или плитный фундаменты. Но независимо от этого, в обязательном порядке должна обустраиваться **система дренажирования**. Ее назначение – отводить воду, находящуюся в грунте, от здания. Без такого **естественного осушения участка** любые другие мероприятия по защите от влаги нельзя считать эффективными. Специалисты рекомендуют монтировать фундамент только после организации дренажа. Необходимо понимать, что гидроизоляция фундамента на болотистой местности имеет ряд особенностей. И в первую очередь это касается вопроса укладки фундамента.

Обработка мелкозаглубленного мало чем отличается от методики отделки ленточного. Однако для защиты изоляционного слоя необходимо устроить защитное покрытие (стенку) [3, с. 130]. Для плитного котлован делается неглубоким. Его дно должно быть как можно плотнее утрамбовано. При возможности целесообразно использовать строительную технику (каток), чтобы минимизировать последующую усадку почвы. В качестве «засыпки» применяются крупнозернистый песок, гравий,

а при возможности укладывают глину. После чего этот слой заливается бетонным раствором.

Получившаяся «подушка» станет **естественной преградой** на пути жидкостей, составной частью гидроизоляции фундамента на болотистой местности. Учитывая сложные условия, желательно использовать под основание дома водонепроницаемые железобетонные плиты. Обработку можно произвести и на месте строительства. Для этого они пропитываются специальными водоотталкивающими составами. Дополнительно все стороны обрабатываются мастикой, на слой которой накладывается рулонный материал (толь, рубероид, пленка) [4, с. 239].

В особо сложных случаях делается фундамент буронабивной. Его строительство подразумевает устройство бетонных опор в подготовленных скважинах. Для этого делается опалубка. Вот на этом этапе и проводятся все мероприятия. В данном случае гидроизоляция фундамента на болотистой местности подразумевает специальную обработку асбестоцементных (или других водонепроницаемых) труб, служащих опалубкой. Подходят такие методы, как пропитка, обработка поверхностей мастиками [5, с. 140]. Такой изоляции не страшны механические нагрузки, так как «форму» опалубки поддерживают бетонная заливка и используемые прутья арматуры. Кроме этого, рекомендуется герметизация нижних частей труб.

Также можно повысить эффективность гидроизоляции фундамента на болотистой местности проведением ряда дополнительных мероприятий: сделать правильный выбор состава бетонного раствора (марка цемента + химические добавки для повышения сопротивляемости влаге); провести дополнительную обработку дна скважины.

Список использованной литературы:

1. Орлова С. С. Влияние фундамента пристройки на напряжения под подошвой существующего фундамента / В сборнике: Тенденции развития строительства, теплогазоснабжения и энергообеспечения: Материалы международной научно - практической конференции / Под ред. Ф.К. Абдразакова.– Саратов: ООО «Амирит», - 2016. – 338 с., С. 178 - 181.
2. Орлова С. С., Орлов А. А. Анализ влияния пристройки на деформацию здания // Современная наука: теоретический и практический взгляд: сборник статей Международной научно - практической конференции. в 2 ч. Ч.2 / - Уфа: АЭТЕРНА, 2015. – 326 с. С. 260 - 263.
3. Орлова С.С., Панкова Т.А., Болото Т.И. Архитектура промышленных зданий: учебное пособие. – Саратов: изд - во «Саратовский источник», 2011. – 200 с., ил.
4. Орлова С. С., Орлов А. А. Гидроизоляция в современном строительстве // В сборнике: Прорывные научные исследования как двигатель науки: сборник статей Международной научно - практической конференции в 3 ч. Ч. 3. - Уфа: АЭТЕРНА, 2015. – С. 238 - 240.
5. Орлова С. С., Орлов А. А. Оптимальные способы гидроизоляции фундамента в индивидуальном строительстве // В сборнике: Инновационные технологии нового

УДК 502.36: 504.064.4

Стародубцева А.С

магистр 1 курса обучения,

АСА ДГТУ

г. Ростов - на - Дону, РФ.

Мартынова Е.В

к.т.н., старший преподаватель кафедры ГСХ,

АСА ДГТУ

г. Ростов - на - Дону, РФ.

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ПРОБЛЕМ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ В РОССИИ И ВОЗМОЖНЫЕ СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ

Столкнувшись с экологическими проблемами, человеческая философия к отношению жизни стала постепенно меняться. В 1970 - х во всем мире популяризировались движения за здоровый образ жизни и чистоту окружающей среды. Затем стали появляться первые дома с использованием экологических подходов в строительстве и уже позже появляются стратегии повышения энергоэффективности. Таким образом, неотъемлемой частью современного мира становится «зеленое» строительство.

По подсчетам к 2020 году энергоемкость мировой экономики сократится на четверть [1,с.4]. По оценкам Европейского сообщества, самой энергоэффективной останется экономика Японии и стран Европейского сообщества, но экономика стран СНГ будет наиболее расточительной (таблица 1) [2,с.51].

Таблица 1.

Удельное потребление энергоресурсов в мире

	2000г.	2010г.	2020г.
Удельное энергопотребление энергоресурсов в мире, кг у.т / чел.	2200	2240	2290
Энергоёмкость мировой экономики, т у.т / млн.эко (1985г.), в т.ч. в:	540	470	410
странах СНГ	1770	1425	1180
США	410	370	340
Европейском союзе	390	330	290
Японии	250	220	200
Латинской Америке	520	420	350
Африке	740	690	630
Азии (без Японии и Китая)	970	700	530

Китае	1290	800	540
Ближнем Востоке	412	470	340

Одной из характерных особенностей массового жилищного строительства в советское время (50 - 60 - е годы) являлась минимизация финансовых средств, затрачиваемых на постройку зданий, соответственно, параметры теплозащиты ограждающих конструкций в проектах не учитывались. В связи с этим величина энергопотребления зданий первых массовых серий в настоящее время может достигать 600 кВтч / (кв.м.* год). Такой показатель почти в 20 раз выше, чем показатели домов, которые строились в Европе, начиная с 70 - х годов прошлого века до начала нулевых.

Ситуация в России стала меняться после введения СНиП 23 - 02 - 2003 «Тепловая защита зданий». Дома построенные с соблюдением требований этих СНиПов потребляют примерно 150 кВтч / (кв.м.* год), что может быть сравнимо с показателями зданий построенных в Германии в 70 - х годах прошлого века. Налицо отставание в применении энергосберегающих технологий примерно в 30 - 40 лет.

После вступления России в ВТО внутренние цены на энергоносители приблизились к среднеевропейским. Из этого следует рост тарифов на жилищно - коммунальные услуги, который ежегодно повышается на 15 – 20 % . Такая ситуация стимулирует жителей к применению энергосберегающих технологий.

С 2009 года Россия начала преодолевать разрыв в энергосберегающих технологиях гигантскими шагами. Современные европейские технологии не останавливаются на проектировании «пассивных домов», они продвигаются дальше. Проектируются и строятся «дома нулевой энергии», которые отличаются крайне низким энергопотреблением. Кроме того, существуют «активные дома» - это здания, которые не только вырабатывают энергию для собственного обеспечения, но и производят в избыточном количестве и поставляют в сеть. Европейская классификация зданий по уровню энергопотреблению приведена в таблице 2[3].

Таблица 2.
**Классификация зданий
по уровню энергопотребления**

№ п / п	Вид здания	Энергопотребление
1	Старое здание	300 кВт·ч / м ² год
2	Новое здание	150 кВт·ч / м ² год
3	Дом низкого потребления энергии	60 кВт·ч / м ² год
4	Пассивный дом	15 кВт·ч / м ² год
5	Дом нулевой энергии	0 кВт·ч / м ² год (потребляет только ту энергию, которую само вырабатывает)
6	Дом плюс энергии (активный дом)	вырабатывает энергии больше, чем потребляет

На сегодняшний день в России 93 % построенных зданий имеют класс энергоэффективности ниже нормативного [4,с.44]. Причины значительных потерь энергоресурсов в жилищном фонде заключаются в следующем:

1. Архитектурно - планировочные решения не учитывают меридиональную составляющую.

2.Применяемые материалы в ограждающих конструкциях имеют недостаточные теплоизоляционные качества.

3. Системы вентиляции являются нерегулируемыми и не имеют возможности рекуперации тепла.

4. Высокая воздухопроницаемость ограждающих конструкций. Большие потери через мостики холода.

5. Системы отопления и горячего водоснабжения не имеют приборов учета.

6. Наружные трассы теплоснабжения имеют недостаточную или нарушенную теплоизоляцию.

7. Котельное оборудование устаревшее и имеет низкую производительность.

8.Практически широко не используются возобновляемые и вторичные источники энергии: солнечной, геотермальной, ветровой.

Для решения проблем неэффективного использования энергии в жилищном фонде необходимо создание комплексного подхода к выбору энергосберегающих мероприятий на всех стадиях жизненного цикла здания [5,с.1].Стоит учесть, что стадия проектирования является наиболее важной и значимой [6,с.390]. Именно на этой стадии можно внести наибольший вклад в энергетическую эффективность здания, что позволит избежать в дальнейшем нерационального расхода энергетических ресурсов как в процессе строительства, так и в процессе их эксплуатации. Так же необходимо обратить внимание на использование возобновляемых источников энергии. В настоящее время лидерами по их применению являются США, Китай, Евросоюз и Индия.

На данный момент в России применение возобновляемых ресурсов практически не развито, так как жилищный фонд находится в неудовлетворительном техническом и энергетическом состоянии. Поэтому разработка новых энергосберегающих технологий на основе успешного опыта европейских государств с учетом российских особенностей сложившейся жилой застройки и строительной отрасли в целом, внесет большой вклад в развитие энергосбережения в нашей стране, что позволит России в полной мере включиться в реализацию мировой энергетической политики.

Список используемой литературы:

1. Постановление Правительства РФ №18 от 25.01.2011 (ред. 26.03.2014) «Об утверждении правил установления требований энергетической эффективности для зданий, строений, сооружений и требований к правилам определения класса энергетической эффективности многоквартирных домов». Информационный источник: «Консультант +».

2. Дмитриев А.Н. Управление энергосберегающими инновациями: учебное пособие. – М.: АСВ 2000г. – 320с.

3. Национальная энциклопедическая служба [Электронный ресурс]: URL: <http://www.vocable.ru/dictionary/1019461/word/evropeiskaja-klassifikacija-zdaniy-po-urovnyu-yenergotreblenija>.

4. Шеина С.Г., Мартынова Е.В., Федяева П.В. Проблемы энергосбережения в жилищном фонде муниципальных образований // Недвижимость. Экономика. Управление. 2014. № 3 - 4. С. 44 - 47.

5. Федеральный закон от 23.11.2009 N263 - ФЗ (ред. от 03.07.2016) «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений

в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Информационный источник: «Консультант +».

6. А.С. Стародубцева, Е.В. Мартынова. // Возможности разработки энергосберегающих решений на различных стадиях жизненного цикла. // Всероссийская научно – техническая конференция «Актуальные проблемы городского строительства» 2017г.

© Стародубцева А.С, Мартынова Е.В, 2017

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

СУБЪЕКТИВНЫЕ И ОБЪЕКТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ПРОЦЕССА СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ ЛИЦ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Проблема социальной адаптации вводится в контекст социологических исследований в начале XX века. Ее исследования базируются на классических социологических теориях. Так, Т. Парсонс [18] в своей теории структурно - функционального анализа утверждал, что ни система, ни индивид не может выжить, если не решены проблемы адаптации к окружающей среде.

В отечественных социологических исследованиях термин адаптация начал использоваться в 60 - х годах XX века и на сегодняшний день остается одной из важнейших исследовательских проблем (Р.Ш. Карданов [10]).

А.Б. Георгиевский [6] обращает внимание на адаптацию, связанную с перестройкой отношений с другими людьми, называя социальной адаптацией исход приспособления.

Социальная адаптация рассматривается как один из механизмов социализации (И.А. Милославова [16]), как приспособление с использованием компенсаторных, резервных способностей (Н.Ф. Деметьева, Э.В. Устинова [7]), как процесс вхождения индивида в социальную среду, который, в отличие от социализации, происходит в малой группе и связан с конкретным видом деятельности (П.Г. Белкин, Е.Н. Емельянов, М.А. Иванов [3]), как включение личности в социальную среду через обретение социального статуса (И.К. Кряжева [14]). Л.В. Корель [12] выделяет социальное самочувствие (внутреннее состояние адаптанта) и наличие набора решений для преодоления проблем (внешние поведенческие реакции) как критерии завершенности адаптации.

Анализ проблемы социальной адаптации лиц с инвалидностью позволяет выделить следующие направления современных исследований.

Во - первых, выделяются исследования, раскрывающие особенности социальной адаптации в зависимости от ограничений здоровья, (Д.А. Андреева [1], Л.Н. Кошелева [15], Е.В. Морозова [19], Е.В. Лоторева [17] и др.). Они описывают те специфические трудности, которые обусловлены у каждой группы лиц с инвалидностью характером нарушений. Однако анализ результатов исследований показывает, что, независимо от этого параметра, механизм формирования социальной дезадаптации лиц с инвалидностью связан с их социальной изоляцией и ограничением повседневных практик, что приводит к их низкой социальной успешности, и, как следствие, к снижению их социального статуса

Во - вторых, исследуются семьи, воспитывающие детей с инвалидностью (М.Н. Елиашвили [9], Л.А. Асламазова [2], Т.М. Кожанова [11]). Отмечается дисфункциональность данных семей, снижение их реабилитационного потенциала, деформация детско - родительских взаимоотношений как факторы, усложняющие социальную адаптацию детей, имеющих инвалидность. Проведенные исследования

позволяют выявить следующее противоречие: с одной стороны, семья имеет наиболее значительные возможности социальной адаптации ребенка с инвалидностью, благодаря эмоционально - личностному контексту взаимоотношений, восполнению ограничений за счет обогащения семейных практик, а с другой стороны, в семьях, воспитывающих детей с инвалидностью возникает ряд дезинтеграционных социальных процессов, деформирующих ее внутреннюю и внешнюю структуру и приводящих к потере семьей своих социальных функций.

В - третьих, изучаются особенности адаптации лиц с инвалидностью разных социальных групп к конкретным социальным условиям. Значительное количество исследований посвящено адаптации детей, подростков и молодежи с ОВЗ инвалидностью к условиям обучения (Д.А. Андреева [1], Кальгин Ю.А., М.В. Воронцова, Т.А. Дубровская, В.С. Кукушин [2]).

В - четвертых, исследуется проблема создания условий для повышения степени социальной адаптации лиц с инвалидностью, в том числе в контексте социальной работы с данной категорией граждан (Е.В. Морозова [17] , Е.В. Лоторева [15]). Выявлены последствия социальной дезадаптации (чувство ущербности, трудности межличностных контактов), ее зависимость от пола, возраста, социального положения, трудоустройства. Определены типы социальной адаптации, например, у молодых инвалидов с ДЦП (П.В. Валиева, Х.К. Гасанова [4]). Изучены потребности инвалидов, удовлетворение которых способствует их социальной адаптации: в восстановлении (компенсации) возможностей выполнять разные виды деятельности, в свободном передвижении, общении, свободном доступе к объектам социально - бытовой и культурной сферы, в получении знаний, учёбе, трудоустройстве, в комфортных бытовых условиях, в материальной и социально - психологической поддержке. Например, Л.Ф. Сербиной [19] показала отличия в самооценке работающих и неработающих инвалидов: неработающие считают себя более несчастными, пассивными, грустными, что говорит об их дезадаптации в социуме, определяемой низкой удовлетворенностью жизнью.

Данные исследования отражают эмпирические факты, которые характеризуют социальную адаптацию лиц с инвалидностью, и содержат важные исследовательские моменты, интерпретация которых позволяет прогнозировать процессы социальной инклюзии данной категории граждан.

Современные исследования социальной адаптации объединяются идеей о том, что ее центральным условием является внедрение в общественное сознание идеи равенства прав всех граждан. Социальная адаптация рассматривается не только как процесс приспособления к социальным условиям, но и подчеркивается важность активности личности и обусловленность этой активностью процесса социальной адаптации.

В современных социологических исследованиях адаптант и социальная среда рассматриваются как адаптивно - адаптирующие системы, оказывающие активное воздействие друг на друга. Начало адаптационного процесса связывается с тем фактом, что имеющиеся формы и способы социальной активности перестают удовлетворять адаптанта и / или социум, не обеспечивают благоприятный социальный статус адаптанта и его социальную успешность, а со стороны общества неэффективными становятся предлагаемые субъекту социальные практики, поскольку поведение субъекта не отвечает или перестает отвечать нормативными требованиями и идет вразрез с ними.

Различие понятий социальная адаптация и адаптированность как ее результат не означает, что социальная адаптация должна рассматриваться как процесс, имеющий завершенность. Социальная адаптация происходит постоянно, поскольку меняются как субъективные характеристики индивида (интересы, намерения, цели, ценности, потребности и пр.), так и социально - средовые условия.

В качестве объективных критериев адаптированности следует рассматривать реализацию индивидом социальных норм и правил жизнедеятельности, приятных в обществе (и в конкретной социальной группе), способов реализации повседневных практик. Ее субъективными критериями выступают удовлетворенность индивида принадлежностью к определенной группе, условиями, которые группа предоставляет для удовлетворения его основных социальных потребностей, своей социальной успешностью, степенью интенсивности, насыщенности и разнообразия своих социальных контактов. Данная субъективно - объективная составляющая проявляется в актуализации трех механизмов социальной адаптации: деятельности, общения и самосознания.

Список использованной литературы:

1. Андреева, Д.А. О понятии адаптации. Исследование адаптации студентов к условиям учебы в вузе [Текст] / Д.А. Андреева // Человек и общество. Вып. XI. – М., 1973. С.62 - 69.
2. Асламазова, Л.А. Детско - родительские отношения в замещающих семьях, воспитывающих детей с ограниченными возможностями здоровья / Л.А. Асламазова: Дис. канд. псих. наук. – СПб, 2012. 243 с.
3. Белкин, П.Г., Емельянов, Е.Н, Иванов, М.А. Социально - психологическая адаптация молодого специалиста в научном коллективе [Текст] / П.Г. Белкин, П.Н. Емельянова, М.А. Иванов. М.: Наука, 1987. 212 с.
4. Валиева, П.В, Гасанова, Х.К. Проблемы социальной адаптации инвалидов [Электронный ресурс] / П.В. Валиева, Х.К. Гасанова // Лучшие работ студентов. Студенческий форум 2013. <http://randia.ru/text/78/163/19207.php> (дата обращения 04.01.2017)
5. Воронцова, М.В., Дубровская, Т.А, Кукушин, В.С. Адаптация и реабилитация детей с ограниченными возможностями здоровья [Текст] / М.В. Воронцова, Т.А. Дубровская, В.С. Кукушин. М.: Союз, 2011. 364 с.
6. Георгиевский, А.Б. Философское содержание и функции теории адаптации / А.Б. Георгиевский. Автореф. дисс. ... док. фил. наук. Л. 1985. 33 с.
7. Дементьева, Н.Ф., Устинова, Э.В. Формы и методы медико - социальной реабилитации нетрудоспособных граждан [Текст] / Н.Ф. Дементьева, Э.В. Устинова. М.: ЦНИИ экспертизы трудоспособности и организации труда инвалидов. 1991. 134 с
8. Елиашвили, М.Н. Особенности детско - родительских отношений в семьях, воспитывающих детей с ограниченными возможностями здоровья: на примере аллергических болезней / М.Н. Елиашвили: Автореф. дис. ... канд. псих. наук. – М., 2012. 25 с.
9. Кальгин, Ю.А. Современные подходы к формированию психолого - педагогического сопровождения инклюзивного образования инвалидов в вузе [Электронный ресурс] / Ю.А. Кальгин // Вестник Московского государственного лингвистического университета. № 622 / 2011 <http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-formirovaniyu-psihologo->

pedagogicheskogo - soprovozhdeniya - inklyuzivnogo - obrazovaniya - invalidov - v - vuze (дата обращения 02.01.2017)

10. Карданов, Р.Ш. Методологические основы изучения проблемы социальной адаптации [Электронный ресурс] / Р.Ш. Карданов // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. № 8 / 2008. <http://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-osnovy-izucheniya-problem-sotsialnoy-adaptatsii> (дата обращения 02.01.2017)

11. Кожанова, Т. М. Формирование готовности родителей к конструктивным взаимоотношениям с детьми с ограниченными возможностями здоровья / Т.М.Кожанова: Дис. ... канд. пед. наук. – Чебоксары, 2011. 187 с.

12. Корель, Л.В. Социология адаптаций: вопросы теории, методологии и методики [Текст] / Л.В. Корель. Новосибирск: Наука, 2005. 424 с.

13. Кошелева, Л.Н. Социально - педагогическая адаптация детей с ограниченными возможностями / Л.Н.Кошелева: Дис. ... канд. пед. наук. – Сургут, 1998. 183 с.

14. Кряжева, И.К. Социально - психологические факторы адаптированности личности / И.К. Кряжева: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 1980. 24 с.

15. Лоторева, Е.В. Особенности социокультурной адаптации незрячих людей в российском обществе / Е.В. Лоторева: Автореф. дис. ... канд. соц. наук. – М., 2010. 26 с.

16. Милославова, И.А. Понятие и структура социальной адаптации: / И.А. Милославова. Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Л., 1974. 19 с.

17. Морозова, Е.В. Социально - психологическая адаптация личности, находящейся в условиях инвалидизирующего заболевания (на примере хронической эндокринной патологии и онкологических заболеваний) / Е.В. Морозова: Автореф. дис. ... канд. псих. наук. – Ярославль, 2008. 26 с.

18. Парсонс, Т. О структуре социального действия. М.: Академический проект, 2000. 880 с.

19. Сербина, Л.Ф. Психологические проблемы лиц с ограниченными возможностями здоровья [Текст] / Л.Ф. Сербина // Материалы Всероссийской научно - практической конференции. Сочи, 2012.

© Ю.А. Афонькина, 2017

УДК 316

А. А. Василенко

соискатель кафедры политологии и социологии
Ярославский государственный педагогический университет
Ярославль, Российская Федерация

РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Государство стремится к полной занятости населения. Через решения этой проблемы пытается повысить уровень и качество жизни населения, уменьшить количество бедных в стране. В частности достичь данных целей государство полагает через развитие и поддержку малого и среднего бизнеса. И это справедливо, так как через развитие малого и

среднего предпринимательства повысится собираемость бюджетов, увеличатся отчисления в пенсионные фонды и т. п. Как отмечают позиционные эксперты, все меры направленные на развитие малого и среднего бизнеса до сих пор не дали ощутимых результатов, чаще всего в СМИ пропагандируется поддержка малого и среднего предпринимательства, а на деле всяческие препятствия в его развитии. [1, 2]

Кроме того, значительная часть населения не готова к той экономической реальности, которая сложилась к настоящему времени в РФ. Так социологи, отмечают, что большая часть населения относится к «не экономическому человеку», у многих граждан страны по 6 - 8 кредитов и множество микро займов. [3]

Учитывая выше изложенное мы решили провести социологическое исследование, направленное на изучение проблем малого и среднего предпринимательства. Исследование осуществляли в Ярославской области.

Сначала мы предприняли попытку выяснить наиболее серьезные проблемы сдерживающие развитие малого и среднего предпринимательства с точки зрения наших респондентов. Установили, что к таким проблемам они относят:

- недоступность кредитов – 24 % ;
- конкуренция на рынке – 23 % ;
- высокие налоги – 21 % ;
- административные барьеры, коррупция – 20 % ;
- слабое развитие инфраструктуры – 12 % .

Можно сделать вывод, что главными проблемами являются, невозможность взять кредит на выгодных условиях, конкуренция (недобросовестная), высокие налоги и административные барьеры. Настораживает, что, несмотря на борьбу с коррупцией, до сих пор предприниматели указывают, на эту проблему. Мы согласны с мнением, ведущих экспертов, что важно усилить борьбу с коррупцией и преступностью в целом. [4, 5]

Далее мы выясняли, какие источники финансирования бизнеса планируют использовать предприниматели в 2017 году. Установили, что к таким источникам будут отнесены (респонденты могли указать несколько вариантов ответов): собственные средства – 89 % ; кредиты банков – 13 % ; займы партнеров – 12 % ; займы родственников – 11 % ; лизинг – 10 % .

Как видно из полученных ответов, предприниматели делают упор в основном на собственные силы.

Далее мы изучали, какие факторы административных процедур, по мнению предпринимателей, вызывают наибольшую сложность при согласовании и прохождении документов? Установили, что возникают следующие проблемы (респонденты могли указать несколько вариантов ответов):

- участие в конкурсе на получение заказа – 72 % ;
- процедура получения лицензий – 56 % ;
- сдача налоговой отчетности – 54 % ;
- получение санитарно - эпидемиологических заключений – 47 % ;
- получение заключения о пожарной безопасности – 45 % ;
- приёмка / ввод в эксплуатацию объекта строительства – 39 % ;
- оформление и согласование проектной документации на строительство / реконструкцию зданий – 34 % ;
- другое – 29 % .

Можно сделать основной вывод, что у малого и среднего предпринимательства до сих пор множество проблем, которые необходимо срочно решать и видимо необходимо искать новые формы поддержки предпринимательства.

Список использованной литературы:

1. Басков В.П., Кузенков А.Н. Социально - политические проблемы малого предпринимательства Ярославской области на рубеже XX - XXI вв. // Ярославский педагогический вестник. 2012. Т. 1. № 2. С. 133 - 136.
2. Коряковцева О.А., Климов О.А. Государственная молодежная политика в современной России: развитие гражданской активности молодежи // Вестник Костромского государственного университета. 2013. Т. 19. № 2.
3. Кудашов В.Н. Особенности экономической социализации студентов вузов // Alma mater (Вестник высшей школы). 2016. № 6. С. 34 - 39.
4. Епархина О.В. Моделирование коррупции // Ярославский педагогический вестник. 2013. Т. 1. № 1. С. 110 - 116.
5. Таланов С. Л. Специфика делинквентного поведения в регионе – доноре (на примере Ярославской области) // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2008. № 1. С. 69 - 72.

© А. А. Василенко, 2016

УДК 316.316.22

Ильиных С.А.

Доктор социологических наук, профессор НГУЭУ

г.Новосибирск, Россия

E - mail:ili.sa@mail.ru

РИСК КАК ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ

Происходящие в российском социуме структурные и функциональные изменения повышают доминанту социальных рисков. В связи с этим возникает необходимость в комплексных междисциплинарных исследованиях этого феномена, в том числе с привлечением социологии. Усиление научного интереса к исследованию риска как особой отрасли социального знания связано с процессами социальной и политической модернизации. Многократное увеличение социальных рисков формирует неустойчивую природу социальных изменений, влияет на то, что они обретают их непредсказуемый характер.

Современное общество так стремительно изменяется, что социальные практики не могут успешно хабиитуализироваться, а затем и оформиться в легитимные институты. В связи с этим возникает необходимость управления социальными рисками. В этом смысле такая отраслевая социология, как социология управления позволяет говорить о том, что управление рисками как деятельность имеет свои методологические основания и свою концептуальную прагматику.

Как нам представляется, основной задачей в связи с этим можно считать систематизацию и разработку комплексного подхода к определению социальных рисков, влияющих на

жизнедеятельность индивида, деятельность организации, функционирование общества. Здесь важно обратить внимание на проблемах вариативности, оценке возможных стратегий социального действия в процессе управления социальными рисками.

Содержание понятия «социальный риск» значительно расширяется за счет рассмотрения его связанности с социальными изменениями.

Касааясь теоретического обоснования проблематики, стоит отметить, что в целом риск как предмет исследования ученых появился сравнительно недавно. Так, Ф. Найт [9] изучал влияние неопределенного количества факторов на ситуацию. Н. Луман [8] подчеркивал такое свойство современного общества как неустраняемая рассогласованность социальных элементов. Э. Гидденс [4] указывал на отсутствие возможности объективной оценки ситуации. У.Бек [1] и К. Эрроу [14] определяли риск через ситуацию неопределенности, возникающую в результате либо недостатка, либо переизбытка информации.

К числу западных основоположников теории риска стоит отнести Э. Гидденса [4], Н. Лумана [8], М. Дугласа [16] и др. Отечественными учеными также развиваются рискологические идеи. К их числу относятся И.В.Василенко, О.В.Ткаченко [3], В.Б. Устьянцев и коллеги [10], С.И. Кашеев [7], А.Л. Стризов [12], С.М. Фролова [13], О.Н. Яницкий [15], и др.

Социология управления принимает во внимание то, что в концепции «общества риска» по - иному оцениваются идеи, связанные с современными модернизационными процессами перехода общества к постиндустриальной стадии и развитию масштабных глобализационных процессов. Эти вопросы рассматриваются У. Бекем [1], Д. Беллом [2], Э. Гидденсом [4], В.И.Зубковым [5], Т.К. Перфиловой [11]. В социологии управления на основе этих и других теоретико - методологических работ разрабатываются пути решения проблем, связанных с постоянно возрастающим числом рисков в современном мире. Стоит отметить, что общим стимулом к исследованию риска в рамках социологии управления стал переход индустриально развитых обществ к новой фазе модернизации.

Именно социология управления позволила сделать акцент на том, что необходимо уйти от ситуационного характера анализа риска и выйти на дискурсивную стратегию анализа является как наиболее продуктивной аналитической модели. И здесь важно исследовать самые разные аспекты жизни общества, которые имеют рискологические характеристики – качество жизни, потребительские практики, социально - трудовые практики, культуру управления [6] и т.д.

Подведем итоги. Понятие «риск» в современных исследованиях начинает активно использоваться. Благодаря социологии управления содержание значительно расширяется. Социология управления сделала акцент на важности ухода от ситуационного характера анализа риска и выхода на дискурсивную стратегию анализа как наиболее продуктивную аналитическую модель. Риск как один неизменных спутников процесса глобализации необходимо детально изучать не только в рамках экономики, экологии, но и социологии.

Список использованной литературы

- 1.Бек У. Общество риска: на пути к другому модерну / Пер. с нем. В. Седельника, Н. Федоровой. М.: Прогресс - тенденция, 2000. - 384 с.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Пер. с англ - М.: АCADEMIA, 1999. - 787с.
3. Василенко И.В., Ткаченко О.В. Социальный риск: к определению понятия // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7. Философия. Социология и социальные технологии. 2014. №3. С. 32 - 45

4. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь / Пер. с англ. М.Л. Коробочкина. М.: Издательство «весь Мир», 2004. 120с.
5. Зубков В.И. Социологическая теория риска. – М.: Изд - во РУДН, 2003. – 230 с
6. Ильиных С.А., Бондаренко Н.А. Управленческая культура бизнес - организаций: социолого - управленческий подход // Идеи и идеалы. 2013. Т. 1. № 4. С. 146 - 152.
7. Кашеев С.И. Риск, свобода, пассионарность / Личность в современном мире: жизненные стратегии, ценности, риски: материалы научно - практической конференции. Саратов: Издательство «КУБиК», 2011. С. 38 - 42.
8. Луман Н. Дифференциация / Пер. с нем.Б. Скуратов. М.: Издательство «Логос», 2006. 320 с.
9. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль / Пер. с англ. В. Гребенников. – М.: Дело, 2003. 360 с.
10. Общество: пространство, риски, ценности / В.Б. Устьянцев, И.А. Гобозов, К.С. Пигров; под ред. А.Н. Чумакова. – Саратов: Издательство Саратовского университета, 2012. С. 89.
11. Перфилова Т.К. Риски и культура принятия управленческих решений: коммуникативные основания // Социокультурные проблемы языка и коммуникации. Саратов, 2005. Вып. 2. С. 87 - 100
12. Стризов А.Л. Субъективные риски цивилизации и культуры в эпоху глобальных изменений // Риски цивилизаций и культур в глобальном мире: сб. трудов Всероссийской научной конференции. – Саратов: ИЦ Найка, 2014. С. 10 - 16.
13. Фролова С.М., Голуб Ю.Г. Риск как неотъемлемая составляющая повседневности современного общества // Личность в современном мире: жизненные стратегии, ценности, риски: материалы научно - практической конференции. Саратов: Издательство «КУБиК», 2011. С. 69 - 73.
14. Эрроу К. Информация как товар // Экономический журнал ВШЭ. 2012. С. 161 - 171.
15. Яницкий О.Н. Социология риска. М.: Издательство LVS, 2003. 92 с.
16. Douglas M., Wildavsky A. Risk and culture: An essay on selection of technological and environmental dangers. [Электронный ресурс] Berkley, 1982. Режим доступа <http://bookfi.org/book/1364613>

© С.А.Ильиных, 2017

УДК 316.1

А. С. Кейзик

аспирантка 3 курса кафедры социологии и социальной работы,
направления подготовки 39.06.01 – Социологические науки (Социология управления)
ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет
имени академика И. Г. Петровского».
г. Брянск, Российская Федерация

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ПОСТАНОВКА И ИСТОРИЯ ПРОБЛЕМЫ СОЦИОЛОГИИ ГЕНДЕРНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Гендерная социология — это одна из отраслей социологии, предметом изучения которой являются закономерности дифференциации женских и мужских социальных ролей [1].

Исследования гендерной социологии направлены на неравноправные взаимоотношения мужчин и женщин, которые сложились исторически.

Отметим, что термин «гендер» в отличие от термина «пол» является амбивалентным и наиболее точно может быть переведен как «социальный пол», т.к. акцентирует внимание на социальных, а не на биологических различиях между полами.

В рамках гендерной социологии существуют различные теоретические и практические подходы, эмпирические исследования, но при этом все они признают, что пол и властные отношения между мужчинами и женщинами являются одним из решающих принципов организации общества.

Например, Т. Лакер рассматривал вопрос о том, что существует только мужской пол, а женский считался его недоразвитой формой.

Роберт Столлер в 1968 году ввел понятие гендер. Таким образом, в отличие от своих предшественников, Столлер выделил понятия sex как биологический пол и gender как пол социальный.

Гендер конструируется и трактуется социумом как общественная модель женщин и мужчин и выявляет и определяет их статус (положение) и роль в обществе и его институтах — политике, экономике, образовании, семье, СМИ и др. Гендер систематизирует и создает дифференциации в положении женщин и мужчин в обществе через соотношение власти и подчинения.

Гендерная идентичность означает, в какой мере чувствуют себя представители того или иного пола мужчинами или женщинами.

С развитием науки стало очевидно, что единственное четкое и значимое биологическое различие между мужчинами и женщинами заключается в их роли в воспроизводстве потомства. Пол включает в себя анатомические, биологические различия между мужчиной и женщиной, «гендер» - психологические, социальные и культурные аспекты.

Границы пола и гендера являются фундаментальными, так как многие различия между мужчиной и женщиной обуславливаются причинами, не являющимися биологическими по своей природе [2].

В западной социологии термин «гендерная социология» встречается довольно редко. Используются такие понятия как «гендерные отношения» и «гендерные исследования».

Социология гендера представляет собой специальную социологическую теорию, которая рассматривает и структурирует процессы развития и социального взаимодействия двух гендерных общностей: мужской и женской.

Изучается их взаимодействие друг с другом в конкретных исторических, экономических, политических, социальных, духовных, правовых, информационных, культурных условиях.

Во многих социологических теориях представлен гендерный аспект: социология детства, социология управления, социология труда и занятости, социология семьи и т.д.

Объектом исследования гендерной социологии выступают мужчины и женщины как две большие социально - демографические группы, отличные по социальному статусу (положению в обществе), ролевым функциям, особенностям психологического склада, поведения и сознания. Исследователей интересуют исторически сложившиеся взаимоотношения мужчин и женщин и соответствующий им образ социальной действительности.

Предметом гендерной социологии является социальный статус мужчин и женщин в обществе и его генезис под влиянием некоторых условий: культурных, экономических, исторических, политических, духовных.

Гендерная социология изучает разделение труда по признаку пола, массовые культурные символы и социально - психологические стереотипы мужественности (маскулинности) и женственности (фемининности), их влияние на разные стороны жизни социума.

На данном этапе развития гендерной социологии существуют три основных направления гендерной теоретической мысли:

- традиционно - философское (интерпретация гендерных отношений и гендерного неравенства);
- феминизм (проблема преодоления гендерного угнетения женщин и их борьбы за свои права);
- теория социального конструирования гендера, в основе которой лежит концепция исследования объективной и субъективной реальности, согласно которой важнейшими функциями является информационная, прикладная (эмпирическая), управленческая, прогностическая.

Социологами всегда был признан сам факт присутствия различий в общественных ролях женщин и мужчин, социального неравенства, и всегда исследователи стремились выявить и объяснить причины появления неравных отношений мужчин и женщин с точки зрения социально - психологических, социально - экономических, социально - культурных аспектов.

Гендер можно рассматривать с точки зрения следующих измерений:

- индивидуальное — через гендерную идентичность и гендерную социализацию,
- структурное — как реальное положение мужчин и женщин в структуре социальных институтов, включая экономику, политику, культуру, религию, образование, семью, медицину;
- символическое, или культурное, исходя из того, что в каждой культуре в конкретное историческое время включается в образы «настоящий мужчина» и «настоящая женщина».

Социологи, этнографы, историки, антропологи, психологи и педагоги давно установили представления относительно о типично мужском и типично женском: то, что в одной культуре и в одном обществе может считаться типично мужским поведением (занятием), чертой характера, в другом — может определяться как типично женское. В рассмотрении вопросов гендера, необходимо учитывать культурный аспект, а не национальные различия и принадлежности.

Гендер формируется с самого рождения человека и продолжает развитие на протяжении всей его жизни. Родители, при воспитании детей, общении с ними, применяют совершенно различные стили общения, делая упор на том, мальчик это или девочка, но часто родители уверены, что не делают различий между мальчиками и девочками. С момента рождения человек попадает под объект воздействия гендерной системы: в зависимости от пола ребенка выбирается цвет коляски, одежды, набор игрушек. При процессе социализации и самоидентификации личности в семье (родители, братья, сестры, бабушки и дедушки, другие родственники), в образовании (учителя, преподаватели, воспитатели в дошкольных учреждениях), в культуре, особенно массовой, так как она особо влияет на положение человека в обществе, его поведение, отношения к другим людям, (СМИ, книги, театр, кино,

шоу - бизнес), пропагандируют в сознании детей, подрастающего поколения гендерные стереотипы, формируют определенные правила поведения и создают представления о «настоящем мужчине» и «настоящей женщине». Внедренные в сознание индивидов гендерные нормы поддерживаются культурными механизмами, например, через гендерные стереотипы в СМИ. В современном обществе очень низкий уровень культуры, необходимо ее переосмысление через наполнение более высокими идеями, иначе культурный потенциал общества обеднеет.

Термин «гендерный подход» в социологии возник в 1970 - х годах. Он появился благодаря формированию оппозиции исследований взаимоотношений между полами. Под гендерным подходом в социологии принято понимать анализ отношений власти, организованных на основании культурно - символического определения пола. Культурно - символическое определение пола (то, что называется гендером) является смешанной характеристикой статуса, возникающего на сведении многих признаков индивида и / или группы. Таким образом, гендерный подход является одним из вариантов стратификационного подхода, который исследует тезис о неравном распределении ресурсов по признаку приписанного пола, об отношениях господства - подчинения, исключения - признания людей, которых общество относит к разным категориям пола. Гендер становится «полезной» многоуровневой категорией социального анализа, которая «работает» на уровне анализа идентичности, межличностных отношений, системном и структурном уровне.

На Западе изучение гендерного подхода берет свое начало с 1970 - х годов, как познавательная практика движения женщин второй волны и как подвергнутая критике теория социализации, и потому во многом определяется закономерностями развития последней. Исследования опираются на приспособленность теории социализации к проблематике общественных взаимоотношений между женщинами и мужчинами.

Благодаря американской исследовательнице Дж. Скотт в середине 1980 - х гг. в профессиональный тезаурус социологов проник новый термин – «гендер», который не завоевал всеобщего признания, но очень популярен в XXI веке, так как гендерная социология, считается одной из самых перспективных и прогрессивных отраслей современной социологии. В отличие от термина «пол» («sexus»), обозначающего только анатомические отличия мужчин и женщин, и термина «род» («genus»), обозначающего грамматическое явление, термин «гендер» («gender») по мнению Дж. Скотт, не снимая и не отрицая половых различий, делает акцент на те общественные особенности мужчин и женщин, которые развиваются у них в результате их деятельности в обществе и которые, в конечном счете, определяют своеобразие их поведения и положения в социуме.

Понятие «гендер» было введено в русский язык в начале 1990 - х г. Посадской Анастасией. В России исследования гендера начали свое развитие в конце 80 - х - начале 90 - х годов, в период становления и появления первых феминистских групп и женских организаций, пропагандирующих независимость, а в средствах массовой информации стали появляться первые публикации и переводы статей по гендерной проблематике. Опубликованная в 1989 году в журнале «Коммунист» статья А. Посадской, Н. Римашевской и Н. Захаровой «Как мы решали женский вопрос» [3] стала своего рода программным документом начальной стадии нового направления в науке и общественном

женском движении, которое позже, в 1994 году, с легкой руки английских издателей книги «Women in Russia» [4], было названо «Новой эрой феминизма в России».

Историки датируют исторические события и явления по упоминанию о них в письменных источниках. И если обратить взгляд на историю развития и возникновения гендерных исследований в России (бывшем СССР) с этих позиций, то начало появления исследований о гендере начинается с 1990 года, когда в рамках Академии наук, в Институте социально - экономических проблем народонаселения была создана лаборатория, в официальном названии которой впервые использовался термин «гендер». Позже это научное подразделение приобрело известность в качестве Московского центра гендерных исследований (МЦГИ). По этой причине 2000 и 2010 годы можно считать юбилейными - сегодня российским гендерным исследованиям четверть века. С исторической точки зрения, двадцать пять лет, естественно, совсем малый срок, но для нашей страны и науки это были годы колоссальных перемен, связанных, в том числе, с зарождением и развитием новых демократических институтов, одним из которых по праву можно считать гендерные исследования.

Говоря о социологии гендерологии необходимо помнить, что исследования российских ученых уступают западным, наблюдается значительный пробел в теории и практике этого направления. Но, гендерная социология набирает популярность в России, в высших учебных заведениях вводятся курсы по ее изучению, для ознакомления студентов с традиционными социальными проблемами сквозь призму гендерных проблем и гендерной асимметрии, имеющей место во всех сферах общественной жизни. Исследование гендерных отношений стало составной частью большинства социальных и гуманитарных наук.

В России гендерная социология находится в стадии становления: идет интенсивное обсуждение основных понятий, некоторые проблемы, впервые поставленные в западной социологии, получают свое переосмысление применительно к социально - историческим и политическим условиям постсоветского общества. Интенсивно переводятся многие зарубежные учебники и научные работы, посвященные гендерной проблематике, издаются собственные работы в этой области. В последние годы были проведены многочисленные самостоятельные исследования, непосредственно анализирующие социальные отношения между полами, специфику социальных ролей мужчин и женщин. Отечественные ученые активно участвуют в международных форумах, посвященных положению женщин и гендерным проблемам.

Список использованной литературы:

1. Титаренко Л.Г. Социология гендерная. Энциклопедия социологии.
2. Гидденс Э. Социология. 2 - е изд., полн. перераб. и доп. - : М.: Едиториал УРСС, 2005. - 632 с.
3. Захарова Н., Посадская А., Римашевская Н. Как мы решаем женский вопрос // Коммунист. 1989. № 4. С. 56 - 65
4. Barbara Alpern Engel Women in Russia, 1700 - 2000. - Cambridge University Press, 2004. - 304 с.
5. Белоконная Л. Гендерная статистика в России. \ \ Вопросы экономики. 2007., № 3, с.110 - 121.

6. Грошев И. Информационные технологии: гендерный аспект \\\ Высшее образование в России, 2006, №4, с.115 - 120.
7. Гусейнова Л.А. Ценностные ориентации: гендерный аспект \\\ Социс. 2006., №5, с.130 - 133.
8. Знаков В.В. Макиавеллизм и феномен вранья \\\ Вопросы психологии, 2006, № 6, с.59 - 70.
9. Козлова Н.Н. Гендер и вхождение в модерн \\\ Общественные науки и современность 2006, № 5, с.164 - 174.
10. Митина О.В. Женское гендерное поведение в социальном и кросскультурном аспектах \\\ Общественные науки и современность. 2006, №3, с.179 - 191.
11. Пушкарева Н.Л. Как заставить заговорить гендер... \\\ Этнографическое обозрение. 2007, №2, с.27 - 39.

© А. С. Кейзик, 2017

УДК 30.304

Коростелева Ю.Е.,

к.ф.н, доцент
ФГБОУ ВО «Магнитогорский гос. технический
университет им. Г.И. Носова»

Копцева О.А.,

к.ф.н, доцент
РАНХиГС, Магнитогорский филиал

Пукача С.С.,

студентка гр. ФИССЦБ - 13
ФГБОУ ВО «Магнитогорский гос. технический
университет им. Г.И. Носова»
г. Магнитогорск, Российская Федерация

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ ФОНДЫ И ОРГАНИЗАЦИИ В РОССИИ КАК АКТИВИСТСКИЙ СПОСОБ АДАПТАЦИИ К АНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что современная социальная жизнь в России характеризуется переходной ситуацией, т.е. ситуацией аномией, когда прежние ценности и нормы не утратили своё значение, а новые не сложились. Для того, чтобы преодолеть ситуацию аномии социологи предлагают три модели адаптации к аномической ситуации: патриархальную (незнание социально - политических процессов и неучастие в них), подданническую (заинтересованность социально - политическими процессами, но неучастие в них) и активистскую (заинтересованность социально - политическими процессами и активная жизненная позиция, т.е. жизнь «на разрыв аорты» или «молчанием, равнодушием предаётся Бог»).

Большинство населения гражданского общества РФ из трёх способ адаптации, как правило, выбирает патриархальный путь, а именно путь неучастия в социальной жизни, ограниченности интересами собственной призрачной жизни, иллюзий и самообмана. Рассмотрим активистский способ адаптации к современным условиям жизни (на примере деятельности благотворительных фондов и организации, действующих в России).

Согласно точки зрения Борисовой А.Б., благотворительность трактуется как оказание безвозмездной материальной и (или) денежной помощи нуждающимся лицам и организациям, обеспечение людей благами и услугами за счет благотворителя. [1] В Современном экономическом словаре Райзберга Б. А., Лозовского Л. Ш., Стародубцевой Е. Б., благотворительность определяется как оказание безвозмездной помощи (материальной и денежной) нуждающимся лицам и организациям, обеспечение людей благами и услугами за счет благотворителя.[5]

Благотворительность в России имеет исторические корни, которые связаны со становлением и развитием государства Российского. Благотворительная деятельность в России началась в 988 году. С принятием христианства (Крещением Руси) впервые заговорили о призрении бедных, что тогда нашло свое выражение в раздаче милостыни «сырым и убогим».[4]

XVI век - это век начала истории общественной благотворительности в России. С конца XVI века отличился своей благотворительностью Коневский Рождественский мужской монастырь, в котором имелась бесплатная гостиница для путешественников и странноприимный дом для богомольцев. В Николаевско - Пешношском монастыре предоставлялось бесплатное лечение в больнице, имелся гостинный двор. Иосифо - Волоколамский монастырь содержал странноприимный дом, гостиницу, больницу, богадельню и церковноприходскую школу на 18 мальчиков. «Особым примером христианского милосердия служит жизнь святителя Макария, архиепископа Великого Новгорода и Пскова. В 1595 году он отдал все деньги на выкуп пленных у крымских татар». [4]

С эпохи Царь Ивана IV (Грозного) начался процесс, направленный на легализацию благотворительности в рамках государственной политики. Были изданы законы, направленные на оказание помощи нуждающимся. Так, на Стоглавом соборе 1551 года Иван IV выступил с идеей о необходимости строить в каждом городе богадельни и больницы

Кроме того, широко развернулась благотворительная деятельность при династии Романовых. Первый русский царь из династии Романовых, Михаил Федорович, поручил патриаршему приказу открытие сиротских домов. Алексей Михайлович, его преемник, обеспечил возможность проживания в царском дворце на полном обеспечении богомольцев, юродивых, странников. Близкий его соратник, советник Федор Ртищев был видным московским благотворителем, который первый в России предпринял попытку объединить частную благотворительность с государственной. «Во время войн с Речью Посполитой и Швецией (1654–1656 гг.) Ртищев создавал больницы для раненых солдат. На личные и государственные средства он выкупал русских солдат из плена».[4] По его инициативе на улицах Москвы подбирали калек, немощных, старых и даже пьяниц, и определяли их в специальные дома, где лечили их и содержали до конца жизни. Все это эта

благотворительная деятельность была организована в основном на собственные деньги Федора Ртищева.

Позднее благотворительность не утратила своё значение, а только процветала. Так, в царствование молодого Федора Алексеевича(1676 - 1682гг.), был издан указ об открытии домов для беспризорных детей, в которых обучали грамоте, ремеслу, наукам. «В 1682 году в Москве открылись две богадельни, а к концу века их в столице стало уже 10». [4] Вместе с тем, он предписывал помещать неспособных к труду в госпитали, богадельни, выдавать престарелым и инвалидам из казны специальные «кормовые деньги», а состоятельных граждан призывал вкладывать «милостные» средства и продукты непосредственно в богадельни и госпитали.

Сегодня в народе вновь утверждается понятие духовности и нравственности. Возрождаются вековые традиции благотворительности. Так, в современной России зарекомендовали себя десять крупнейших благотворительных организаций. [3]

Во - первых, это благотворительный фонд помощи тяжелобольным детям, сиротам и инвалидам «Русфонд». Это самый крупный фандрайзинговый фонд в РФ. Сборы в 2014 году составили 1 млрд 709 млн 445 214 руб. Фонд создан Издательским домом «Коммерсант» в 1996 году. Главный офис находится в Москве, есть также ряд региональных представительств. Метод работы представляет адресный журналистский фандрайзинг. Главная задача помочь тяжелобольным детям.

Во - вторых, благотворительный фонд помощи детям с онкогематологическими и иными тяжелыми заболеваниями «Подари жизнь». В 2014 году фонд собрал 1 млрд 253 млн 207 461 рублей. Создан в 2006 году. Инициатором создания фонда стала Галина Чаликова, которая стала его первым директором. Поддержали инициативу волонтеры и врачи Федерального научно - клинического центра детской гематологии, онкологии и иммунологии им. в частности Дмитрий Рогачев (ФНКЦ ДГОИ). Учредителями фонда являются актрисы Дина Корзун и Чулпан Хаматова. Офис представлен в Москве.

В - третьих, это Фонд Валерия Гергиева. В 2014 году фонд собрал 471 млн 140 000 руб. Фонд создан в 2003 году по инициативе художественного руководителя и директора Мариинского театра Валерия Гергиева. Привлечение средств как от компаний, так и от частных лиц. Основные задачи фонда представлены в поддержке творческих проектов и гастролей Мариинского театра, а также в помощи, в том числе адресной, молодым артистам, музыкальным коллективам, талантливым российским исполнителям.

В - четвёртых, это благотворительный фонд продовольствия «Русь». В 2014 году фонд привлек пожертвований на 458 млн 452 000 руб. – преимущественно в натурном виде – продуктами и товарами. Основатель фонда бизнесмен Константин Лобода, который адаптировал в России международную технологию кормления нуждающихся. Офис - в Москве. Фонд принимает в виде пожертвований продукцию российских производителей продовольствия и распределяет с помощью некоммерческих организаций, социальных служб и приходов Русской Православной Церкви.

В - пятых, это Фонд «Центр социальных программ». В 2014 году ЦСП получил 426 млн 677 000 рублей. Корпоративный фонд был создан в 2004 году Объединенной компанией РУСАЛ для управления ее социальной деятельностью. Главный офис ЦСП расположен в Красноярске. Фонд помогает образовательным учреждениям, благотворительным

организациям, семьям в трудной жизненной ситуации, детям и взрослым с ограниченными возможностями, пожилым людям, сиротам и т.п.

В - шестых, это Фонд поддержки исламской культуры, науки и образования. В 2014 году привлек 408 млн 235 000 рублей. Создан в 2006 году мусульманскими организациями при участии Управления президента РФ по внутренней политике. Офис находится в Москве. Цель фонда представлена в поддержке традиционных мусульманских религиозных организаций России и осуществляемых ими проектов.

В - седьмых, благотворительный фонд «АдВИТА». В 2014 году фонд собрал 309 млн 146 000 рублей. Создан в 2002 году, соучредителями стали 13 врачей клиники трансплантации костного мозга СПбГМУ им. Павлова и нынешний исполнительный директор Павел Гринберг. Офис расположен в Санкт - Петербурге.

В - восьмых, благотворительный фонд спасения тяжелобольных детей «Линия жизни». В 2014 году собрано 298 млн 315 146 рублей. Благотворительная программа спасения тяжелобольных детей «Линия жизни» возникла в 2004 году, в 2008 году был зарегистрирован фонд. Офис - в Москве.

В - девярых, это фонд помощи хосписам «Вера». В 2014 году привлек 224 млн 750 000 рублей. Фонд был создан в ноябре 2006 года, прежде всего, для поддержки Первого Московского хосписа, но сейчас помогает более чем 20 региональным хосписам. Фонд назван в честь Веры Миллионщиковой, создателя и главного врача Первого московского хосписа. Офис расположен в Москве. Девиз фонда: «Если человека нельзя вылечить, это не значит, что ему нельзя помочь». [3]

В - десярых, РОО «Милосердие». В 2014 году собрано 199 млн 604 000 рублей. Под региональной общественной организацией «Милосердие» необходимо понимать титульное юридическое лицо Православной службы - ассоциации православных юридических и физических лиц, совместно осуществляющих 25 социальных проектов в Москве) Зарегистрирована в 2005 году. Офис - в Москве. Девиз: «В этом мире есть любовь». [3]

Данные исторические, теоретические, статистические положения и результаты проведённых социологического исследований, таких как «Благотворительность в России: несколько важных вопросов», ЦИРКОН, всероссийский опрос населения по репрезентативной выборке, 1600 респондентов, февраль 2008 г.; данные опросов Фонда «Общественное мнение», Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) и Левада - центра, расходятся, что свидетельствует о недостаточной информированности населения гражданского общества о благотворительной деятельности в России. [2]

Согласно опросов, во - первых, отношение россиян к благотворительности в целом позитивно, и это естественно исходя из базового понимания самого слова «благотворительность». Во - вторых, субъекты благотворительной деятельности представлены как государственными, так и негосударственными структурами. В - третьих, поверхностная информированность и неоднозначное отношение к благотворительным организациям во многом питают слабую заинтересованность граждан сотрудничать с ними на ниве благотворительности. Лишь каждый десятый россиянин желает оказать благотворительную помощь и доверил бы свои средства независимой российской благотворительной организации, в то время как 39 % граждан сделали бы это самостоятельно.

В - четвёртых, российские граждане в своем большинстве считают, что государство должно поддерживать благотворительные организации и предоставлять им особые условия для их деятельности, хотя опрос зафиксировал некоторый рост мнений, что этого делать не

следует (с 14 % в 2004 г. до 21 % в 2008 г.). Скорее всего, в глазах части граждан деятельность благотворительных организаций не является открытой и прозрачной.

В - пятых, руководители некоммерческих (в том числе благотворительных) организаций в подавляющем большинстве (88 %) ратуют за увеличение финансовой поддержки со стороны государства и бизнеса. В свою очередь, представители бизнес - структур относятся к перспективам увеличения финансовой поддержки некоммерческих организаций более сдержанно; по крайней мере, среди них доля сторонников такой поддержки почти вдвое ниже (46 %).

Таким образом, показателем несформированного общественного мнения о благотворительных организациях является высокая степень неоднозначности, противоречивости оценок их деятельности, сохраняющаяся неизменной на протяжении последних лет. Вместе с тем, для русских людей поддержка ближнего, сострадание и человеческая доброта были и остаются традиционной ценностью во все времена. Благотворительность представляет собой воспитательное значение, формирует у населения гражданского общества чувства благородства, душевной щедрости и солидарности и, как следствие, способствует активному участию в социальной жизни.

Литература

1. Борисова А.Б., Большой экономический словарь. - М.: Книжный мир, 2003.
2. Задорин И.В. Презентация «Благотворительность в России» (презентация «ЦИРКОН»), 03.03.2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.google.ru/url?sa=t&ret=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwih>
3. Кайшаури Нина. Топ - 10 крупнейших благотворительных организаций России, опубликованных в третьем выпуске «Навигатора» по российским фандрайзинговым НКО. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: 10.02.2016 <https://www.miloserdie.ru/article/pervye-v-rejtinge-10-kрупnejshih-blagotvoritelnyh>
4. Презентация по теме «Благотворительность на Руси в 16 - 17 веках» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ppt4web.ru/pedagogika/blagotvoritelnost-na-rusi-v-16-vekah.html>
5. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5 - е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА - М, 2007.

© Коростелева Ю.Е., Копцева О.А., Пукач А.С.

УДК 314.643.2

Е. С. Меньшова

студентка магистратуры направления подготовки «Социальная работа»

МГУ им. Н. П. Огарева

г. Саранск, Российская Федерация

СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ В СИСТЕМЕ БРАЧНО - СЕМЕЙНЫХ ОТНОШЕНИЙ

В современной научной литературе достаточно широко представлены исследования семьи как института – от самых широких по содержанию, до предельно конкретных, касающихся лишь одного аспекта или проявления жизнедеятельности семьи. Семья -

важная составная часть общества. Ей принадлежит исключительная роль в воспроизводстве населения, воспитании подрастающих поколений передаче им социального опыта, накопленного предшественниками.

Брачно - семейные отношения находятся в числе важнейших сфер человеческих взаимоотношений, являются предметом специального исследования многих научных дисциплин (социологии, психологии, философии, медицины, педагогики, социальной работы и т. д.). И это легко объяснимо, так как семья – важнейший из феноменов, сопровождающий человека в течение всей его жизни. Значимость ее влияния на личность, ее сложность, многогранность и проблематичность обуславливают большое количество различных подходов к изучению семьи, а также определений, встречающихся в научной литературе.

Понятие семейные ценности состоят из двух ключевых слов «семья» и «ценность». Рассмотрим составляющие данного словосочетания более подробно.

Одно из наиболее полных определений семьи предлагает А. Г. Харчев «семья – это исторически конкретная система взаимоотношений между супругами, между родителями и детьми, как малой группы, члены которой связаны брачными или родственными отношениями, общностью быта и взаимной моральной ответственностью и социальная необходимость в которой обусловлена потребностью общества в физическом и духовном воспроизводстве населения» [3, с. 67].

По мнению исследователя Н. И. Лапина «система ценностей образует внутренний стержень культуры, духовную составляющую потребностей и интересов индивидов и социальных общностей. Она, в свою очередь, оказывает обратное влияние на социальные интересы и потребности, выступая одним из важнейших мотиваторов социального действия, поведения индивидов. Таким образом, каждая ценность и системы ценностей имеют двуединое основание: в индивиде как самоценном субъекте и в обществе как социокультурной системе» [2, с. 5].

К *конструктивным семейным ценностям* можно отнести: материнство, отцовство, супружество, родство, любовь к детям, мужу / жене, родителям, готовность прийти на помощь, готовность взять на себя ответственность за членов семьи, воспитание в детях любви к Родине, природе, воспитание в детях чувства ответственности за свои поступки и т.д. К *неконструктивным семейным ценностям* относятся: эгоизм, сознательная бездетность (не любовь к детям), рождение детей с целью получения пособий и льгот, насилие к детям и другим членам семьи, следование нетрадиционным формам брачно - семейных отношений, отказ от выполнения семейных функций (хозяйственно - бытовой, эмоциональной поддержки, досуговой и других), отказ или девиантные формы воспитания детей и т.д.

Семьи ориентированные на неконструктивные семейные ценности в современной науке и практике принято называть неблагополучными, проблемными, маргинальными. Как правило данные типы семей, плохо или вовсе не выполняют основные семейные функции, а также являются причиной дисфункционального, дезадаптированного поведения одного или нескольких членов семьи. Такие семьи характеризуются низким состоянием психологического комфорта внутри семейного пространства. Такая семья не удовлетворяет полностью или частично потребность членов семьи в эмоциональной поддержке, чувстве

безопасности, ощущении ценности и значимости своего «Я», эмоциональном тепле и любви.

В системе брачно - семейных отношений важны и добрачные ценности, определяющие будущее семьи и брака. В добрачных отношениях важны конструктивные ценности - ориентированные на семью, брак, деторождение и воспитание детей, однако встречаются и неконструктивные. Например, в научной литературе отмечается, что «добрачное ухаживание, сексуальность и ценностные ориентации молодежи отделены от матримониальных намерений (направленных на создание семьи, вступление в брак) и имеют самостоятельную ценность. Некоторой долей популярности сегодня пользуются незарегистрированные браки (сожительство), нередко рассматриваемые молодыми горожанами как временные и непрременные ступени к правовому закреплению эмоционально и психологически оправдавших себя отношений» [1, с. 106].

В заключении необходимо отметить, что каждая семья включает в себя уникальные, неповторимые ценности которые формируются не спонтанно, а на протяжении длительного времени с момента добрачных отношений.. Семья может быть ориентирована на конструктивные семейные ценности, способствующие созидательной и творческой деятельности семьи и ее членов, либо на неконструктивные противоречащие нормам общества и нередко приводящие к распаду и деградации семьи.

Список использованной литературы:

1. Касаркина Е. Н. Брачно - семейные установки и добрачные ценности финно - угорской молодежи современного города / Е. Н. Касаркина // Социология города. – 2014. – № 2. – С. 102–114.
2. Лапин Н. И. Модернизация базовых ценностей россиян / Н. И. Лапин // Социс. – 1996. – № 5. – С. 5–10.
3. Харчев А. Г. Брак и семья в СССР / А. Г. Харчев / 2 - изд. перераб. и доп. – М. : Мысль, 1979. – 367 с.

© Е. С. Меньшова, 2017

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

КРЕАТИВНЫЙ КЛАСС ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

Информационная эпоха характеризуется быстро меняющимися производственно - техническими и социальными процессами, что обуславливает необходимость в формировании нового типа мышления.

В постиндустриальном обществе на первый план выходит проблема, связанная не столько с получением готовых знаний, сколько с умением находить и генерировать необходимую новую информацию. В этой связи, движущей силой развития информационного общества становится человеческая креативность. Именно креативный человек, с навыками гибкого, нестандартного мышления, способен успешно адаптироваться к стремительно меняющемуся миру и реализовывать потенциальные возможности и способности в личной и профессиональной деятельности. Не случайно, В.И. Андреев делает акцент на ведущей тенденции информационного общества, связанной с необходимостью перерастания образования в самообразование, воспитания в самовоспитание, развития в саморазвитие. Саморазвитие, при этом, является особым видом творческой деятельности субъект - субъектной ориентации, направленным на самопознание, творческую самореализацию и самосовершенствование [1].

В своей концепции Р. Флорида обосновывает формирование нового класса, которому он дал название «креативный класс» [5]. В структуре креативного класса Р. Флорида выделяет людей, занятых в научной, технической и художественной сфере. На сегодняшний день креативность требуется не только от представителей творческих профессий, но также и от предпринимателей, бизнесменов, руководителей, она становится атрибутом успешного делового человека любой профессиональной деятельности.

Д. Брукс также посвящает свои исследования новому классу, который формируется в условиях инновационного общества и экономики знаний. Это высокообразованные люди, превращающие свою творческую самореализацию в финансовый успех. Именно они, по его мнению, будут составлять новую элиту информационного общества. Д. Брукс называет такой класс людей «богемными буржуа, или бобо (от англ. - Bourgeois bohemians) и считает их ярчайшими представителями современности [3]. Это люди со своими социальными принципами и моралью, правилами жизни, под влиянием которых формируется новый образ культурного человека. Взяв за основу буржуазный императив «старайся и преуспеешь» бобо помножили их на свойственной им жажде новых ощущений, «в результате получились общественные нормы, которые поощряют все удовольствия, полезные для души, тела и интеллекта и служат целям личностного роста и самосовершенствования» [2, с.10].

Принципиальное отличие креативного класса от рабочего и обслуживающего заключается в том, что его представители нацелены на создание и проектирование нового. Р. Стернберг выделяет шесть основных факторов, определяющих творческие проявления:

интеллект как способность; знание; стиль мышления; индивидуальные черты; мотивация; внешняя среда» [4, с.66].

В. Пауэлл и К. Шелман отмечают, что в настоящее время происходит заметный сдвиг от жестких форм организации труда и рабочего места к более гибким, связанным с свободным рабочим графиком [6]. Данные сдвиги порождают условия для формирования рабочего места нового формата - вне организационных границ компаний, наиболее распространенным примером которого являются ко - воркинги (co - working).

Креативные люди ищут для жизни и работы места с разнообразной культурной и этнической средой, широкими возможностями самореализации, богатыми предложениями модного и продвинутого досуга, места толерантные, которые позволят им придерживаться разнообразия в образе жизни и «вписаться» в них, почувствовать себя в своей тарелке. Р. Флорида замечает важность аутентичности и уникальности места и пространства для креативного класса, под которыми подразумеваются настоящие здания, настоящие люди и настоящая история.

Такие места Р. Флорида назвал креативными центрами и их появление на базе именно индустриального наследия города считает не случайным. Он объясняет это тем, что историческая архитектура индустриального периода привлекает представителей креативного класса, поскольку она противостоит массовости и ширпотребу. Кроме того, зачастую представители креативного класса активно занимаются культурным строительством, создавая кластеры, арт - пространства и культовые места самостоятельно для себя и других. Трансформация заводских помещений и фабрик под креативные центры набирает популярность, так как их функциональные характеристики не ограничивают полет фантазии при планировке таких мест.

Результаты преобразования некоторых промышленных районов является перспективным: серый пояс города превращается в комплексы с музеями, галереями, музыкальными площадками, кафе и хостелами для творческой молодежи. Креативные люди сочетают музейное и рабочее пространство, выставочный комплекс и музыкальную площадку. Развивающий потенциал арт - центров реализуется через организацию и проведение разнообразных образовательных проектов. Стоит отметить, что в арт - центрах создается креативная образовательная, просветительная и досуговая среда, которая стимулирует творческое саморазвитие включенных в нее людей.

Креативные центры обеспечивают целостную экосистему или место обитания, где все формы креативности - художественное творчество и культура, технология и экономика - могут пускать корни и процветать. В таких локациях зачастую нет спортивных арен, скоростных дорог и центров развлечений, но они, как правило, и не имеют значения для представителей креативного класса. Куда больше креативные личности ценят такие места, в которых процветает атмосфера творчества и свободы самовыражения, поощряется индивидуальность и культивируется разнообразие.

Кроме того, креативным людям крайне важно содержательно проводить свой досуг, позволяющий отключиться от основного рода занятий. Именно поэтому они высоко ценят наличие вариантов круглосуточного досуга, воспринимаемая места, предоставляющие такую возможность «продвинутыми». Арт - центры набирают популярность среди молодежи благодаря созданию условий для получения удовольствия от креативной атмосферы,

которая стимулирует к изучению современного искусства, расширению кругозора и отдыху в компании людей с общими интересами.

Несмотря на свои различия, креативные люди стремятся в места одного определенного типа - места, позволяющие им создать неформальную обстановку для общения, профессионального самосовершенствования и реализации своего творческого потенциала.

Список использованной литературы:

1. Андреев В.И. Конкуренентология. Учебный курс для творческого саморазвития конкурентоспособности. – Казань: ЦИТ, 2004. – 268 с.
2. Богдавленская Д. Б. Психометрическая интерпретация творчества. Научный вклад Дж. Гилфорда. - Москва: МГППУ, 2011. – 265 с.
3. Брукс Д. Бобо в раю: откуда берется новая элита – М.: ООО «Ад Маргинем Пресс», 2014. – 296 с.
4. Дегтерев В.А. Конкуренентоспособность категория педагогическая // Педагогическое образование в России, 2011. - №4. - С. 65 - 69.
5. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. - Москва: Классика - XXI Арт - транзит, 2011. – 419с.
6. Powell W., Snellman K. The knowledge economy // Annual Review of Sociology, 2004. - №30. - P. 199–220.

© Г.Ю. Литвинцева, 2017

УДК 394.014

А.Б. Оришев

д.и.н., проф.

ГГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева

Г. Москва, Российская Федерация

E - mail: Orishev71@mail.ru

ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА: ПЕРЕГОВОРЫ С ГЕРМАНСКИМИ ПАРТНЕРАМИ

Туризм – это сфера, в которой особую важность приобретают знания и навыки межкультурных коммуникаций, что, прежде всего, проявляется на деловых переговорах. Прежде всего, обратим внимание на тот факт, что немцы вступают только в те переговоры, в результате которых они рассчитывают получить какую - либо выгоду. В связи с этим они дотошно изучают обсуждаемую проблему. Уже во время переговоров они обсуждают заинтересовавшие их вопросы строго последовательно, один за другим.

Первое правило в общении с немцами: ни в коем случае нельзя опаздывать на деловую встречу. У немцев опоздания трактуются как неуважение к партнеру или к компании. В начале переговоров следует обменяться рукопожатиями. Как и русских, женщина и тот, кто старше протягивают руку первым. На этом контакты на близком расстоянии должны быть завершены и лучше держаться на дистанции. Обращаться следует на «Вы» и по фамилии.

Обращение на «ты» возможно только среди друзей или по обоюдному согласию сторон. Подчеркнем, что немцы почтительно относятся к титулам, званиям, степеням и могут их использовать, обращаясь к собеседнику [3, с. 12].

Беседуя с немцем, следует поддерживать зрительный контакт. Любые причмокивания, вздохи и другие посторонние звуки на переговорах считаются признаком дурного тона. В ходе беседы немцы мало жестикулируют, не перебивая, внимательно слушают собеседника. Они любят высказываться прямо, порой резко, без каких-либо допущений или намеков. Этим немцы даже гордятся. Однако именно этот фактор играет иногда негативную роль, так как у представителей других культур возникает ощущение о том, что собеседники норовят их оскорбить. В отличие от народов Востока торговаться немцы не любят. Они практически сразу назначают реальную цену, ждут такого же и от партнеров. Также немцы не любят когда ими пытаются управлять, оказывать давление [2, с. 5].

Важнейшее качество, характеризующее немецкий менталитет – бережливость. Prestижное потребление, такое как покупки дорогостоящих туров для них не характерно. Этот фактор хорошо отражается в немецкой рекламе [1, с. 5]. Немцы не будут покупать вещи известных дизайнеров и не пойдут в роскошный ресторан с непомерными ценами, если в этом нет необходимости. Поэтому надеяться на большие скидки не приходится.

Если сделка заключена, то немцы, непременно будут настаивать на беспрекословном выполнении принятых партнерами обязательств, а в случае невыполнения или каких-нибудь сбоев предложат заплатить штраф. От противоположной стороны они могут потребовать залог для возмещения издержек в случае срыва поездки. Аналогичные требования предъявляют они и себе. Если немцы берут на себя некие обязательства, то можно быть уверенным, что они будут четко выполнять все взятые на себя обязательства.

Для деловых встреч немецкие мужчины неизменно облачаются в классический костюм, в котором может присутствовать галстук или бабочка. Более темный цвет костюма подсказет, кто из немцев обладает наиболее высоким статусом. Рубашка практически всегда светлых тонов. Среди людей бизнеса немало женщин, которые также в одежде строго придерживаются делового стиля. Духи и одеколон немцы на деловых переговорах используют редко, так как резкие запахи не приветствуются.

Во время деловых переговоров у немцев хорошо получается сдерживать свои эмоции: здесь нет улыбок, но и нет хмурых лиц. Это типичные каменные лица, по которым трудно считать эмоции.

Использовать подарки при налаживании деловых контактов с немцами можно, но в Германии это не так распространено как в России, и тем более на Востоке. Если немецкому деловому партнеру что-то подарить, то лучше всего остановиться на сувенире, связанном с Вашей компанией. Вместе с тем следует помнить, что подарки немцы любят, но делают их за пределами деловой сферы. Все, что имеет отношение к зарубежной стране, наверняка вызовет у них интерес [5, с. 8]. В связи с этим следует понимать, что если немец позвал к себе домой, то это уже знак признания. В этом случае принято захватить с собой символические подарки хозяйке дома и детям. Однако дома деловых переговоров немцы не ведут, дом – место для установления личных контактов. Идя в гости к немцу, следует помнить о том, что он не будет готовить для вас изысканных кушаний. Он даже спиртное может предложить принести с собой. Это не скупость, а спокойное отношение к приходу гостей, так как визит в дом чужих людей удовлетворяет только одну их потребность –

желание пообщаться. Для деловых переговоров существует ресторан. Ресторанные счета после обеда с деловыми партнерами принято оплачивать отдельно. За себя платят приглашенные и приглашающие. Чтобы не омрачать обстановку за столом следует отказаться от такой темы как международные отношения, особенно от обсуждения разногласий между двумя государствами. Также не стоит касаться еврейской темы.

Список использованной литературы:

1. Оришев А.Б. Реклама: определение понятия, экономическая роль и ее особенности в России // Бизнес и дизайн ревю. 2016. Т. 1. № 4 (4). С. 5.
2. Оришев А.Б. Социологические теории управления: ретроспективный анализ // Бизнес и дизайн ревю. 2016. Т. 1. № 1(1). С. 5.
3. Оришев А.Б. Управление массовым сознанием: пиар - технологии // Бизнес и дизайн ревю. 2016. Т. 1. № 2(2). С. 12.
4. Реутова М.Н. Немцы о самих себе: эволюция стереотипов // Science Time. 2015. № 4(16). С. 654 - 658.
5. Толкачев А.Н. Креативные способы генерации идей в менеджменте // Бизнес и дизайн ревю. 2016. Т. 1. № 3(3). С. 8.

© А.Б. Оришев, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Я.И. Александрова ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ТОВАРООБОРОТА С УЧЕТОМ РЕЗУЛЬТАТОВ РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ	6
А. И. Банин ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИЙСКИХ СТАНДАРТАХ	9
А. Р. Бикбаева УСЛОВИЯ ДОСТИЖЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	10
Х.А. Болов СТРАТЕГИИ И МЕХАНИЗМЫ БРЕНД - МЕНЕДЖМЕНТА В МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЯХ	12
Л.А. Гаджимурадова ГЛАВНЫЕ АСПЕКТЫ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ГРУППЫ ВСЕМИРНОГО БАНКА	15
Л.А. Гаджимурадова РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО КРЕДИТА В РЕГУЛИРОВАНИИ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	17
В.И. Гайдук, Т.В. Андреева ИНВЕСТИЦИИ В ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ	19
Меняйлов А.А., Гильдемастер Н.С. АНИМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ НА РОССИЙСКИХ КУОРТАХ	22
Зарипова И.Р., Говорищева А.С. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРИМЕНЕНИЯ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ	28
Ю.Н. Даниленко ОЦЕНКА СТОИМОСТИ КОМПАНИИ С ПОМОЩЬЮ РЫНОЧНОГО МУЛЬТИПЛИКАТОРА Р / Е: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ	32
А.А. Демидович, И.А. Демидович ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ПО ТРУДУ И ЗАНЯТОСТИ И ЕЕ РОЛЬ В РЕГУЛИРОВАНИИ БЕЗРАБОТИЦЫ	35
А.А. Демидович, И.А. Демидович ВЫБОР ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА	37

А.А. Демидович, И.А. Демидович МЕРЧАНДАЙЗИНГ В СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВЛЕ	39
Добровольская В.В. ГИПНОТИЧЕСКИЕ РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ	40
Дорофеева А. В. О РАЗВИТИИ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОЦЕССА ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ОБЪЕКТЫ НЕДВИЖИМОСТИ	43
А. Н. Дулесов, А. А. Мюллерсон ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛЮ	45
Дурнев А.В. ОСНОВНЫЕ НОРМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ УСЛУГ КУРОРТНО - РЕКРЕАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ	48
А. И. Емельянов ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	50
В.А.Еремина ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ	54
Д.А.Ефремов ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ PR - СПЕЦИАЛИСТА В ИНТЕРНЕТЕ	56
А.А. Ефремова, А.Е. Роднова ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ЭФФЕКТИВНОЙ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ	58
В.А. Журавлев ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИТ - СИСТЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ	60
Т.Б. Завсеголова МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКОВ	63
О.С. Загорецкая ПОНЯТИЕ И СОДЕРЖАНИЕ РАСЧЕТНЫХ ОПЕРАЦИЙ МЕЖДУ КОНТРАГЕНТАМИ	65
Нигматуллина А.Н., Захарова И.М. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ НЕФТЕГАЗОВЫХ ПРОЕКТОВ	67
Л.Е. Зернова, А.И. Караман МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ БАНКОВСКИЙ РИСК	69

Н.С. Ивашина, О.Н. Синецкая ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СВОБОДА И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАТЕГОРИЙ	73
С.И. Ильина, А.С. Володина К ВОПРОСУ ОБ УТОЧНЕНИИ ПОНЯТИЯ «МАЛЫЙ БИЗНЕС» И ЕГО КРЕДИТОВАНИИ	76
Жменя Л. Т., Иосава Д. Д. ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ	78
Е.Е. Кабанова, Д.О. Галкина СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ УФИМСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН)	80
Н.Н. Калькова СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ МОТИВАЦИИ ВНЕДРЕНИЯ ЧИПОВАНИЯ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ	84
Канищева О.В. Kanishcheva O. V. APPLICATION OF IFRS IN THE PREPARATION OF STATEMENTS BY RUSSIAN ORGANIZATIONS ПРИМЕНЕНИЕ МСФО ПРИ СОСТАВЛЕНИИ ОТЧЕТНОСТИ РОССИЙСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ	87
Д.А. Киреева ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ	90
А.Е. Коваль, Е.В. Варфоломеева СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИКИ СКЛАДИРОВАНИЯ В МИКРОЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ (на примере ОАО «КЭМЗ»)	93
Е.И. Василенко, Д.А. Козлов ИННОВАЦИИ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ	97
М.А. Быкова, С.Д. Галямдина, Д.А. Козлов КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИИ	99
А.И. Коленко ДИВИДЕНДНАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	102
Королева М.Л., Терещенко В.С. НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ)	104

А.Е. Лукина, М.В. Кузнецова ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАЛОГО И КРУПНОГО БИЗНЕСА	107
А.А. Кучирова РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ	109
Е.А. Лиховидова АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ В 2016 Г.	112
В.В.Макаров, Е.Ю. Сорокина ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ ПУТЕМ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ	115
В.В.Макаров, Е.Н. Сторожева ПРЕИМУЩЕСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕССЕНДЖЕРОВ В РФ	120
О.А. Марковская DIFFERENCES BETWEEN CURRENCY POLICY OF DEVELOPED AND DEVELOPING COUNTRIES	124
М.А. Масанова ВНУТРИФИРМЕННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	126
Мельникова М.П. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РЕГИОНЕ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ	130
Е.А. Минина, В.О. Сосков ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ	133
О.М.Мишутина ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ ЗАПРЕТОВ И ОГРАНИЧЕНИЙ В РАМКАХ ЕАЭС	135
Моисеев А.В. РЫНОК – ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ РЕСУРСОВ	137
Мокшина О.С. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ	139
О.А. Овчинникова БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ПЕРЕОЦЕНКИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ	141
У.А. Огнева АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА ГОРЮЧЕ - СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ	145

Папян С. Н., Агеева Е. С. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ И ДИАГНОСТИКА УГРОЗЫ БАНКРОТСТВА ООО «НАУЧНО - ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ «УРАЛ»	148
К.А. Пономарева, Е.В. Перевалова, Д.И. Гахраманова ОСОБЕННОСТИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	151
С.В. Поспелов НАУЧНО - МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ГОСУДАРСТВЕННО - ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА КАК ИНСТИТУТА СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	153
О.В. Равайкина ОСОБЕННОСТИ АУДИТА ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА	159
Садовин А.Э. АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО РЕГИОНАМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	161
Соляников А.В. МАРКЕТИНГОВЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКОЙ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	167
Тагиров В. К., Тагирова Л. Ф., Соловьева Н.Н. РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ	170
Таирова С.Д. ЗНАЧЕНИЕ И ФУНКЦИИ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА В РЕГИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ	172
К. С. Таланцева НАУЧНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОГО АУДИТА	175
Н. А. Тарасенко ИНСТИТУТ ГОСУДАРСТВЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	178
А.Ю. Тарасова СВР АНАЛИЗ КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ КОНТРОЛЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАТРАТ ПРИ СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНИРОВАНИИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	182
А.Ю. Тарасова ПРОБЛЕМНЫЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ, ФОРМИРУЮЩИХ ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИЗДАТЕЛЬСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ПРИМЕРЕ ООО «ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «АДМИРАЛ»	186

Р.К. Тонян, А.К. Тонян ИТ - СТРАТЕГИЯ И ИТ - АРХИТЕКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ	192
С. В. Тюленева, Е. А. Лебедева ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫБНОГО ХОЗЯЙСТВА В ОКТЯБРЬСКОМ РАЙОНЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ	194
А.В. Фильчак ВЛИЯНИЕ КУРСОВЫХ РАЗНИЦ НА ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	198
Е. А. Харина РАЗВИТИЕ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ, КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	201
Царитова К.Г., Цекоев К.А. ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ	203
Ширинкина Л.Э., Курочкина Н.В. СОЦИАЛЬНО - ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ НЕКОТОРЫХ ФОРМ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ	206
Д.А. Щербакова АНАЛИЗ ДОХОДОВ ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА И ИХ ПОЛУЧЕНИЕ В ПЕРСПЕКТИВЕ	209
Т.Н. Якубова ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЙ НА ПОРТЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ РОССИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА	211
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ НАУКИ	
М.В.Рыбалко, А.А. Шмыгарева СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НОМЕНКЛАТУРЫ ГРУППЫ СЛАБИТЕЛЬНЫХ РАСТИТЕЛЬНЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ	217
ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ	
Чикарова О.В. ВЫШИВКА КАК ТРАДИЦИОННЫЙ ЭЛЕМЕНТ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ МОРДОВСКОГО НАРОДА	225
АРХИТЕКТУРА	
Я. С. Дроздецкая ГИДРОИЗОЛЯЦИЯ ФУНДАМЕНТА НА БОЛОТИСТОЙ МЕСТНОСТИ	229

Стародубцева А.С., Мартынова Е.В. ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ПРОБЛЕМ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ В РОССИИ И ВОЗМОЖНЫЕ СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ	231
--	-----

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Ю.А. Афонькина СУБЪЕКТИВНЫЕ И ОБЪЕКТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ПРОЦЕССА СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ ЛИЦ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ	236
--	-----

А. А. Василенко РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ РЕШЕНИЯ	239
---	-----

Ильиных С.А. РИСК КАК ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ	241
---	-----

А. С. Кейзик ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ПОСТАНОВКА И ИСТОРИЯ ПРОБЛЕМЫ СОЦИОЛОГИИ ГЕНДЕРНЫХ ОТНОШЕНИЙ	243
---	-----

Коростелева Ю.Е., Копцева О.А., Пукач А.С. БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ ФОНДЫ И ОРГАНИЗАЦИИ В РОССИИ КАК АКТИВИСТСКИЙ СПОСОБ АДАПТАЦИИ К АНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ	248
---	-----

Е. С. Меньшова СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ В СИСТЕМЕ БРАЧНО - СЕМЕЙНЫХ ОТНОШЕНИЙ	252
--	-----

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Литвинцева Г.Ю. КРЕАТИВНЫЙ КЛАСС ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА	256
--	-----

А.Б. Оришев ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА: ПЕРЕГОВОРЫ С ГЕРМАНСКИМИ ПАРТНЕРАМИ	258
--	-----



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 на 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

НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Сборник научных статей

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 08.02.2017 г. Формат 60х84/16.

Усл. печ. л. 15,81. Тираж 500. Заказ 537.



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

5 ФЕВРАЛЯ 2017 г.

Международной научно-практической конференции НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

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 Зия 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) Винеvская 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) Мухаммадеева 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 12. Педагогические науки |
| Секция 02. Химические науки | Секция 13. Медицинские науки |
| Секция 03. Биологические науки | Секция 14. Фармацевтические науки |
| Секция 04. Геолого-минералогические науки | Секция 15. Ветеринарные науки |
| Секция 05. Технические науки | Секция 16. Искусствоведение |
| Секция 06. Сельскохозяйственные науки | Секция 17. Архитектура |
| Секция 07. Исторические науки | Секция 18. Психологические науки |
| Секция 08. Экономические науки | Секция 19. Социологические науки |
| Секция 09. Философские науки | Секция 20. Политические науки |
| Секция 10. Филологические науки | Секция 21. Культурология |
| Секция 11. Юридические науки | Секция 22. Науки о земле |

5. В течение 5 рабочих дней после проведения конференции подготовить акт с результатами ее проведения

Директор НИЦ «Астерна»

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
**НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ
В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**
состоявшейся 5 февраля 2017 г.

1. Международную научно-практическую конференцию признать состоявшейся, цель достигнутой, а результаты положительными.
2. На конференцию было прислано 276 статей, из них в результате проверки материалов, была отобрана 251 статья.
3. Участниками конференции стали 376 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



Сукиясян
Асатур Альбертович